INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Guida pratica per il turismo ecologico e inclusivo per gli insegnanti delle scuole

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655

Funded by
the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Guida pratica per il turismo ecologico e inclusivo per gli insegnanti delle scuole

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655

Funded by
the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein

In tutta la guida sono presenti le seguenti icone:

Elemento interattivo o indice

Partner

Communauté de communes du Sud-Corse, *Francia*

Coopérative d'activité et d'emploi Petra Patrimonia Sud, *Francia*

Igor Vitale International srl, *Italia*

Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti, *Romania*

Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis Atomon
Me Idikes Angkes, *Grecia*

Acelera Labs, *Spagna*

White Manager srl, *Italia*

Rivensco Consulting Ltd, *Cipro*

Nacionalna profesionalna gimnaziya po veterinarna medicina "Profesor Doktor Dimitar Dimov", *Bulgaria*

Mamak District Directorate of National Education, *Turchia*

INDICE

Clicca sulla scheda per andare alla sezione

Revisione della ricerca scientifica e delle politiche esistenti

1. Come incoraggiare il turismo ecologico

2. Come favorire la promozione e l'adozione di alimenti sani e sostenibili nel sistema dell'ospitalità e la promozione dei territori locali

3. Psicologia del processo decisionale per l'adozione di comportamenti a favore dell'ambiente nel settore turistico

4. Come promuovere attività turistiche inclusive

5. Come promuovere l'occupabilità dei lavoratori con disabilità

6. Comunicazione etica di obiettivi sostenibili nel settore turistico

7. L'uso della gamification e di strumenti digitali per promuovere comportamenti pro-ambiente nel settore turistico

8. Come incoraggiare comportamenti pro-ambiente tra i membri dello staff

9. Come ridurre lo spreco di cibo nel sistema dell'ospitalità

10. Esercizi pratici per docenti da realizzare in classe

Revisione della ricerca scientifica e delle politiche esistenti

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI IN FRANCIA

Il turismo in Francia è un settore economico importante, sia per i francesi che scelgono di trascorrervi le vacanze, sia per gli stranieri che vengono a soggiornarvi. Secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, dagli anni '90 la Francia è la prima destinazione turistica al mondo (89 milioni di arrivi turistici internazionali nel 2017).

In effetti la Francia, grazie alla sua diversità geografica, alla sua storia e alla sua cultura, è stata per molti anni la prima destinazione turistica mondiale: Grazie alla sua posizione geografica, la Francia si trova al crocevia dell'Europa. È un'area di transito per i viaggi dal nord al sud dell'Europa. È al centro del mercato turistico europeo ed è il punto di ingresso in Europa per i soggiorni dei turisti internazionali.

Ma se è vero che il turismo ha una forte influenza sull'economia francese, è anche vero che il turismo di massa in Francia ha un forte impatto sull'ambiente. Alcuni siti turistici hanno iniziato a trovare il modo di limitare il numero di persone che vi accedono, ma non è ancora sufficiente per proteggere questi luoghi.

Se la Francia vuole rimanere in cima alle destinazioni turistiche, dovrà adattarsi ai nuovi desideri dei turisti. Atout France, l'organizzazione leader per il turismo in Francia (che si occupa anche della classificazione degli hotel) sta orientando il turismo verso una maggiore sostenibilità, ma ci vorrà del tempo prima che l'industria del turismo la segua.

1.Turismo balneare

Con un totale di 5.500 km di costa nella Francia continentale, di cui 1.948 km di spiagge su 4 coste, 473 porti turistici, 5.000 km di sentieri escursionistici e 3.000 km di piste ciclabili, la costa è la principale destinazione turistica della Francia.

È questo litorale che ha costruito il turismo in Francia. Infatti, con l'arrivo delle vacanze a pagamento in Francia, il turismo è stato democratizzato nel Paese e le località balneari sono fiorite lungo tutta la costa. All'offerta turistica costiera si è aggiunta una vasta gamma di attività: noleggio di barche, pesca in mare organizzata, regate, corsi di formazione, escursioni, ecc. Tutte queste attività attirano ogni anno sempre più persone.

Il Mediterraneo rimane la principale destinazione crocieristica francese e Marsiglia lo scalo più popolare in Francia. La destinazione Atlantico sta facendo progressi costanti, grazie ai porti di Le Havre, Cherbourg e La Rochelle. Lo stesso vale per i Caraibi, con Fort-de-France e Pointe-à-Pitre rispettivamente al terzo e al secondo posto come porti di partenza dopo Marsiglia.

2.Turismo montano

L'escursionismo, attività all'aria aperta per eccellenza grazie alla sua apertura a un vasto pubblico, è un innegabile vettore di sviluppo economico attraverso il turismo.

La presenza di numerosi percorsi escursionistici genera attrazione turistica, di cui la Corsica è un ottimo esempio grazie alla moltitudine di percorsi escursionistici offerti ai turisti, che permettono di attraversare l'isola da una parte all'altra. L'escursionismo genera indubbiamente ricadute economiche per le zone rurali che attraversa, promuovendo così lo sviluppo di queste regioni.

Il GR20, famoso in tutto il mondo e apparso l'anno successivo alla creazione del Parco Naturale Regionale della Corsica (PNRC), attraversa la Corsica da nord a sud, da Calenzana (in Balagne) a Conca (in Alta-Rocca), attraversando numerosi comuni in tutto il territorio (si veda la mappa sottostante).

Il sentiero della Grande Randonnée si trova nel cuore del territorio del Parc Naturel Régional de Corse, che gestisce 13 rifugi, tutti situati sul percorso del GR20. Questi rifugi attirano ogni anno migliaia di turisti.

Va notato che le città e i villaggi di montagna sono disciplinati da una legge chiamata "legge della montagna" che mira a regolamentare l'edilizia in questi comuni.

3.Turismo culturale

Il turismo culturale è uno dei principali fattori di attrattiva della Francia. Quasi la metà degli 84,5 milioni di turisti stranieri che hanno visitato la Francia nel 2015 ha citato le visite culturali come una delle ragioni del proprio soggiorno. Tra questi, due terzi degli ingressi ai musei sono stati effettuati da visitatori stranieri.

La Francia ha un patrimonio ben distribuito sul territorio e ben protetto dall'inizio del XIX secolo. La legge Malraux sui "settori protetti", la creazione di "ecomusei", la creazione da parte del CNMHS del marchio "città e paesi d'arte e di storia" e le politiche del patrimonio danno una nuova accettazione alla nozione di patrimonio.

Diverse città hanno intrapreso la strada della cultura. Lione, ad esempio, è un caso emblematico. La città organizza ogni anno il Festival delle Luci. Centinaia di migliaia di persone vengono ogni anno a celebrare i fratelli Lumière, con enormi benefici economici.

4.Turismo d’affari

Con oltre 24.000 viaggi d'affari e 78.000 notti trascorse dai francesi in viaggio d'affari nel 2017, il turismo d'affari è senza dubbio un settore importante. La spesa per il turismo rappresenta circa il 20% del contributo del settore turistico al Prodotto interno lordo francese.

La Francia è un settore leader nell'economia d'affari in Europa e quindi il turismo d'affari è una parte importante dell'economia turistica globale.

I principali vincitori sono ovviamente le aziende del settore (agenzie, organizzatori e fornitori di servizi) che beneficiano del 52% delle ricadute finanziarie; mentre albergatori, trasportatori e ristoratori si dividono il restante 48%.

In termini di distribuzione geografica, la regione Ile-de-France guida la classifica per regioni. Essa cattura il 32% degli spin-off.

Le aziende francesi sembrano privilegiare la vicinanza geografica, scegliendo sedi più vicine a casa per ridurre i costi, ma abbastanza lontane da non dare la sensazione di rimanere in ufficio. Così, 6 dipendenti su 10 sono invitati a eventi che si svolgono nella loro regione.

5.Ecoturismo

Se è vero che l'ecoturismo è al centro della tabella di marcia di Atout France, il Paese non è in realtà un precursore del turismo sostenibile. Alcuni Paesi, come il Costa Rica, hanno optato per un turismo verde e realmente sostenibile, in particolare muovendosi verso la neutralità del carbonio. Tuttavia, alcune buone pratiche stanno crescendo in Francia come nuova tendenza. In effetti, la pandemia ha costretto le imprese esistenti a ripensare il loro modello di business e a spostare l'attenzione su un turismo più sostenibile e locale, che è più richiesto in tempi di pandemia. Infatti, senza poter viaggiare come desiderano, i cittadini che hanno bisogno di viaggiare come desiderano, i cittadini in cerca di un cambiamento di scenario mostrano il desiderio di riscoprire la loro vita quotidiana.

Fonti

- RICHEZ G. et RICHEZ-BATTESTI J. (1991) « Les activités sportives de pleine nature dans l'espace rural corse ».
- RICHEZ G. (1983) Le Parc Naturel Régional de la Corse onze ans après. Méditerranée.
- ATOUT FRANCE
- UNWTO World Tourism Barometer
- Delfau, E. (2015). Le tourisme : quelle ambition pour la France ?. Annales des Mines - Réalités industrielles, 2015.
- BENHAMOU F. (2009). L'économie de la culture. Septième édition. Collection Repères.
- T. DAUM, et E. GIRARD. (1997) Du voyage rêvé au tourisme de masse.
- F. DEPREST. (1997). Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire. Mappemonde. Belin.
- R. AMIROU. (2000) Imaginaire du tourisme culturel, Paris, PUF.

RASSEGNA DELLA RICERCA SCIENTIFICA SUL TURISMO SOSTENIBILE IN ITALIA

Il turismo sostenibile può essere definito come un turismo che tiene conto degli impatti ambientali, economici e sociali, compresi quelli futuri, soddisfacendo le esigenze dei clienti, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti.

È un concetto talmente ampio da coinvolgere tutti gli aspetti e tutti gli attori dell'esperienza di viaggio. L'arricchimento culturale e il relax si coniugano con l'attenzione ai mezzi con cui si viaggia, dove si dorme, cosa si mangia, agli itinerari che si scelgono per non danneggiare l'ambiente. L'idea che viene promossa dal turismo sostenibile è quella di un'idea di vacanza responsabile ed eco-frendly.

1.Turismo sostenibile in Italia

Cresce anche in Italia il turismo sostenibile, che non coinvolge solo i clienti ma si sta diffondendo anche tra gli operatori. La Banca d'Italia, in un rapporto del dicembre 2018 dal titolo "Il turismo in Italia: numeri e potenzialità di sviluppo", mette direttamente in relazione l'evoluzione del settore con l'attenzione alla sostenibilità. Il rapporto riprende una raccomandazione dell'OSCE (Organizzazione per la Sicurezza e la Cooperazione in Europa) ai governi di effettuare "investimenti verdi" per:

- aumentare l'efficienza energetica delle strutture di accoglienza;
- migliorare la gestione delle risorse idriche e dei sistemi di raccolta dei rifiuti;
- promuovere la cura del territorio, della biodiversità e del patrimonio culturale di ciascun Paese.

Particolarmente rilevanti per l'Italia sono la tutela e la valorizzazione

del patrimonio culturale, uno dei suoi indiscussi punti di forza, e la cura del territorio. Insomma, le vacanze sostenibili non solo migliorano il Pianeta, ma aiutano anche gli operatori che le promuovono e le comunità locali interessate. Da fenomeno di costume, stanno diventando una risorsa indispensabile per l'economia locale, un'opportunità per tutti.

L'attenzione al turismo sostenibile in Italia è quasi raddoppiata dopo la pandemia. Sono infatti 3,7 milioni gli italiani interessati all'argomento e di questi, quasi il 60% sono donne. A riportare questi dati è Omio, un'app di viaggio che permette a chi vuole pianificare i propri viaggi di confrontare le offerte.

L'indagine del 2022 ha visto la partecipazione di oltre 2.000 adulti, con un'età media di 41 anni. Gli intervistati di età compresa tra i 25 e i 35 anni hanno un interesse per il tema della sostenibilità superiore di un terzo rispetto alla media.

L'indagine di Omio mostra che i viaggiatori che optano per il turismo sostenibile in Italia fanno scelte specifiche. Innanzitutto, optano per il cibo biologico e i veicoli elettrici. Inoltre, preferiscono soggiornare in un bed and breakfast piuttosto che in un grande albergo.

Ancora, il turista eco preferisce viaggi avventurosi con lo zaino in spalla. Per questo motivo viaggia leggero, in treno o in autobus, e alloggia in ostelli. In questo modo possono risparmiare, esplorare luoghi e fare nuovi incontri.

Secondo l'8° Rapporto "Gli italiani, il turismo sostenibile e l'ecoturismo":

- Il 41% degli italiani considera il turismo sostenibile eticamente corretto

- Il 58% dei viaggiatori pianifica il proprio viaggio interrogandosi sui danni che potrebbe causare all'ambiente

- Quasi il 70% rinuncerebbe all'auto se la destinazione fosse raggiungibile in treno

Per quanto riguarda il cibo:

- il 93% preferisce i ristoranti che offrono prodotti a km 0

- l'81% sceglie ristoranti che utilizzano ingredienti provenienti da agricoltura biologica

Secondo l'11° Rapporto "Gli italiani, il turismo sostenibile e l'ecoturismo", nei prossimi dieci anni la conoscenza del turismo sostenibile e dell'ecoturismo crescerà per il 69% degli italiani (+3% rispetto all'indagine dello scorso anno). La percentuale sul livello di conoscenza della definizione di "turismo sostenibile" inteso come quello che rispetta l'ambiente e cerca di ridurre il consumo di energia e di risorse del territorio sale all'85% (+2% rispetto all'ultima indagine). Il 73% degli intervistati lo considera eticamente corretto e vicino alla natura (+2% rispetto alla precedente indagine).

2.Vantaggi e ostacoli del turismo sostenibile

Ecobnb, una comunità di viaggio online per il turismo sostenibile, spiega alcuni dei vantaggi che l'Italia ha riscontrato grazie al turismo sostenibile ed ecologico.

In primo luogo, i benefici economici sono stati riscontrati in Italia grazie al turismo sostenibile che ha fornito un boom di opportunità di lavoro nel Paese. Gli abitanti del luogo hanno potuto lavorare nel servizio clienti, negli alberghi o semplicemente aiutare nei trasporti, collaborando con le compagnie di taxi. Ma non si tratta solo di benefici economici.

Dal punto di vista culturale, si è lavorato per sostenere lo sviluppo e, in ultima analisi, la conservazione delle usanze tradizionali del Paese. Ciò non solo aiuta queste comunità a finanziare le loro attività culturali, ma le

protegge anche per i turisti futuri, rendendole più sostenibili.

Infine, i benefici sociali del turismo sostenibile. Grazie agli introiti del turismo nel Paese, sono aumentate le infrastrutture, dalle strade ristrutturate ai sistemi fognari migliorati. Questo ha migliorato la qualità della vita nel Paese, rendendolo un luogo più attraente per i turisti.

L'articolo di Ecobnb riassume affermando che il turismo sostenibile nel Paese ha visto una crescita della qualità che ha permesso ai siti del patrimonio di rimanere incontaminati e ben conservati.

Tuttavia, anche se i vantaggi sono molti, il turismo sostenibile presenta anche molti ostacoli. Secondo l'indagine di Omio, i principali ostacoli a un turismo veramente sostenibile sono tre fattori: costi, modalità di viaggio e durata. In particolare, il 41% degli intervistati vorrebbe avere a disposizione alternative di viaggio sostenibili più economiche. Per il 19% delle persone, i biglietti di autobus e treno sono troppo costosi per essere preferiti alla nave o all'aereo. Per quanto riguarda le modalità di viaggio, il problema principale può essere riassunto nella mancanza di informazioni sulle opzioni sostenibili disponibili. Il 35% degli intervistati ha dichiarato la mancanza di opzioni e informazioni sulle alternative di viaggio sostenibili. Questa percentuale è ancora più alta tra i gruppi più giovani. Un altro fattore decisivo quando si parla di scelte di viaggio sostenibili riguarda la velocità: il 32% degli intervistati ritiene che autobus e treni siano mezzi di trasporto troppo lenti, mentre il 37% ritiene che questi mezzi siano meno flessibili dell'automobile.

3.Il "Decreto Recovery 2021"

Il turismo sostenibile è quindi una realtà realizzabile, ma è necessaria una collaborazione che non parta solo dai turisti ma che si estenda anche tra gli operatori del settore: essi dovrebbero impegnarsi a offrire attività ed esperienze a basso impatto ambientale, e allo stesso tempo alberghi e ristoranti dovrebbero preoccuparsi dell'ambiente sia attraverso la scelta

dei prodotti enogastronomici sia attraverso il consumo di energia e di sostanze chimiche.

Il Decreto Recovery ha previsto anche un Fondo rotativo per le imprese, con una dotazione di 180 milioni di euro, attraverso il quale possono essere concessi contributi diretti alla spesa pari al 35% dei costi sostenuti per la sostenibilità ambientale, l'innovazione digitale e la riqualificazione energetica.

All'interno del Fondo dei Fondi, è istituita una sezione denominata "Fondo per il turismo sostenibile" con una dotazione di 500 milioni di euro per l'attuazione della suddetta linea progettuale dedicata allo sviluppo e alla resilienza delle imprese del settore turistico, con una riserva del 50% per gli interventi volti a sostenere gli investimenti di riqualificazione energetica.

4. Esempi di turismo sostenibile in Italia

Per le sue caratteristiche, le pratiche di turismo sostenibile in Italia viaggiano in molte direzioni. "Verdi", ad esempio, sono gli "alberghi diffusi": strutture ricettive che non consumano ulteriore suolo con nuove costruzioni, ma offrono vitto e alloggio in edifici ristrutturati nei borghi storici italiani, come sulle colline della Riviera Ligure occidentale o sulle montagne della Barbagia in Sardegna.

In altri casi, la riconversione riguarda edifici nati con una destinazione completamente diversa. È il caso del villaggio dei minatori di Narcao nel Sulcis (Sardegna), riconvertito in un eco-museo in grado di ospitare 40 posti letto, o dell'ex centrale termoelettrica di Porto Tolle, che sarà trasformata in un innovativo e sostenibile polo turistico all'aperto che offrirà spazi per gli sport acquatici, esperienze di valorizzazione delle eccellenze ambientali e paesaggistiche, e una struttura per lo sviluppo delle produzioni ittiche e agricole tipiche.

L'Associazione Italiana Turismo Responsabile (AITR) ha pubblicato una mappa del turismo sostenibile in Italia, che elenca tutti i luoghi di interesse turistico riconducibili ai suoi soci. Si tratta di piccoli comuni associati alla rete dei Borghi Autentici d'Italia, di riserve naturali gestite dal WWF, di alberghi e campeggi che hanno ottenuto la certificazione ambientale da Legambiente, o di bioagriturismo certificati dall'Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale (ICEA).

Anche l'attenzione a ciò che si offre a tavola e l'impegno etico-sociale sono principi del turismo sostenibile: ad esempio, la promozione di prodotti a chilometro zero e, nel secondo caso, gli itinerari della Valle del Sosio in provincia di Palermo, con le organizzazioni antimafia che propongono percorsi "pizzo-free".

Ecco un elenco di altri esempi di turismo sostenibile in Italia:

- **Sardegna -** La Gola di Gorropu, per gli amanti del trekking, un paradiso nel Supramonte. È un canyon meraviglioso, il più profondo d'Europa. La sua profondità ne rende difficile l'accesso, motivo per cui conserva ancora diversi endemismi sardi. Le società che si occupano delle escursioni in loco si preoccupano di promuovere e valorizzare il territorio nella totale tutela dell'ambiente;

- **Sicilia -** Il Parco dei Nebrodi, una grande area verde tra Messina, Enna e Catania. L'ente parco e il Centro Parchi Internazionali hanno firmato un protocollo d'intesa con l'obiettivo di creare un polo ecoturistico per attrarre turisti nella più grande area protetta della Sicilia;

- **Puglia -** Salento in bicicletta, con itinerari di una settimana su due ruote. Negli ultimi anni, il crescente interesse per l'ambiente e la rivalutazione del territorio ha portato alla creazione del Salento Bici Tour, cicloturismo con attenzione all'ambiente;

- **Toscana -** L'itinerario sostenibile del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, tra cascate e boschi. A seguito del processo di

candidatura svolto nel 2014 e della successiva visita dell'auditor di Europarc, il Parco Nazionale ha ottenuto il prestigioso riconoscimento della prima fase della Carta Europea del Turismo Sostenibile.

La sostenibilità passa anche attraverso una mobilità "ecologica" che prevede itinerari turistici a piedi, in bicicletta o con veicoli elettrici. Gli amanti del trekking e delle passeggiate lungo i sentieri di Alpi e Appennini rispettano da sempre la filosofia del viaggio a emissioni zero, abbracciata anche da chi sceglie di percorrere gli storici itinerari di pellegrinaggio, come la Via Francigena. Per gli appassionati di ciclismo, invece, la bicicletta elettrica permette di pedalare, evitando la fatica, e di godere di percorsi organizzati, come all'Isola d'Elba o nei luoghi leopardiani di Recanati.

Se le due ruote non bastano per spostarsi, si può passare all'auto elettrica. A febbraio 2018 è stato firmato un protocollo d'intesa con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo per promuovere la mobilità elettrica nelle città a maggiore vocazione turistica, come in molte delle aree più suggestive d'Italia, dalla Costa d'Argento a Ventotene, da Ischia alla Sicilia.

5.Gamification nelle scuole

Gamification è una parola inventata che è stata ampiamente utilizzata nel campo dell'istruzione e dell'apprendimento. In parole povere, la gamification è l'uso di elementi di game-design e di principi di gioco in un contesto non di gioco. Un chiaro esempio di questa pratica è l'uso di principi e temi di gioco, come l'acquisizione di "punti" virtuali o il completamento di una serie di compiti o attività per passare al livello successivo, in contesti diversi dal gioco, al fine di fornire divertimento e stimoli all'allievo.

La gamification sta diventando sempre più utilizzata nei contesti

educativi per una serie di motivi: quando si tratta di imparare, essere concentrati e immersi può migliorare l'esperienza. Offre un modo per rendere l'istruzione più piacevole e divertente, oltre ad aumentare la produttività. In breve, rende le cose difficili più divertenti, aiutando a motivare gli studenti e a coinvolgerli maggiormente nella materia.

La pandemia ha cambiato l'istruzione a tutti i livelli, comprese le scuole superiori e le università, e ha costretto gli educatori e le istituzioni ad adattare rapidamente nuove strategie didattiche. Lo sviluppo di strumenti didattici compatibili con l'allontanamento sociale è diventato una strategia fondamentale, poiché milioni di studenti sono stati confinati per ridurre la diffusione dell'epidemia.

La gamification è spesso incentrata su ricompense e obiettivi. Nel caso dell'apprendimento, una ricompensa può essere data una volta appreso qualcosa di nuovo. Attraverso i giochi, gli studenti sono in grado di apprendere in modo eccitante e divertente, aumentando al contempo la loro conoscenza e comprensione della materia. Tuttavia, questi elementi basati sui giochi possono essere integrati anche in attività all'interno della classe e non solo tramite computer o tablet.

In breve, alcuni progetti di gamification avranno successo, mentre altri falliranno. Se vogliamo migliorare le probabilità che la gamification fornisca valore alle scuole, dobbiamo progettare con attenzione progetti di gamification che affrontino le sfide reali delle scuole, che si concentrino sulle aree in cui la gamification può fornire il massimo valore, che siano fondati sulla ricerca esistente e che affrontino i potenziali pericoli della gamification sia per i giochi che per le scuole. Insieme alla creazione di progetti di gamification, dobbiamo sviluppare valutazioni significative per capire se stanno raggiungendo i loro obiettivi.

Esattamente come la robotica educativa, anche la gamification è inserita nel Piano Nazionale Scuola Digitale del MIUR, che premia le scuole che adottano l'innovazione digitale con il Premio Scuola Digitale, in cui le scuole possono candidare progetti e iniziative, realizzate o in corso, che propongono modelli innovativi e buone pratiche di didattica digitale

integrata, sperimentate anche durante l'emergenza epidemiologica, in grado di produrre un impatto significativo sull'apprendimento delle competenze digitali, favorendo la produzione di contenuti didattici digitali e la partecipazione attiva degli studenti.

Fonti

- VIII rapporto “Gli italiani, il Turismo Sostenibile e l’Ecoturismo”, https://www.fondazioneuniverde.it/iniziative/presentato-8-rapporto-gli-italiani-il-turismo-sostenibile-e-lecoturismo/

- XI Rapporto “Gli italiani, il turismo sostenibile e l’Ecoturismo”, https://www.fondazioneuniverde.it/wp-content/uploads/2021/09/XI-Rapporto-Italiani-turismo-sostenibile-ed-ecoturismo-settembre-021.pdf

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI IN BULGARIA

Il presente lavoro si propone di fornire una rassegna della ricerca scientifica e delle politiche esistenti in Bulgaria.

Sulla base dell'analisi della rassegna di articoli, il documento sintetizza la ricerca teorica su come si sviluppa l'ecoturismo in Bulgaria, l'adozione di un sistema di ospitalità sostenibile, le regole e le leggi esistenti per l'inclusione dei dipendenti con disabilità, il comportamento pro-virologico nell'industria turistica.

I risultati si basano su diverse modalità di ricerca che si concentrano su studi quantitativi e qualitativi condotti principalmente nel settore dell'ospitalità.

La sintesi dei flussi teorici individua che la ricerca può basarsi sulla letteratura di marketing, sul comportamento dei consumatori, sulla promozione dei servizi e sugli approcci decisionali.

In primo luogo, è necessario identificare le conoscenze, le competenze e le abilità necessarie per preparare gli studenti al mercato del lavoro, poiché gli studenti sono la futura forza lavoro.

Uno degli scopi principali del progetto è quello di includere gli studenti con disabilità per dare loro pari opportunità di successo, apprendimento e sviluppo. Le pratiche inclusive porteranno a un atteggiamento di maggiore accettazione e sostegno da parte dei datori di lavoro e a un maggiore impegno da parte dei dipendenti.

Secondo la Strategia nazionale per l'ecoturismo dell'USAID, la Bulgaria ha una ricca storia, una natura significativa - stazioni sciistiche di montagna, belle spiagge e molte aree rurali non sviluppate per gli amanti della natura e dell'avventura e un'identità culturale ben sviluppata nelle aree rurali. Queste risorse costituiscono una solida base per l'ecoturismo in Bulgaria. Questo crea un segmento turistico di nicchia basato su valori

naturali unici che porta alla conservazione della biodiversità e alla crescita economica, sviluppando così sistemi per incoraggiare la conservazione e la gestione sostenibile delle risorse naturali all'interno e intorno alle aree protette bulgare.

La trasformazione sostenibile degli alimenti è uno degli obiettivi principali per incoraggiare l'ecoturismo e facilitare l'adozione di abitudini più sane non solo in Bulgaria, ma anche in Europa.

Le competenze e gli atteggiamenti ecologici sono importanti per lo sviluppo sostenibile delle aziende del turismo e dell'ospitalità.

La sostenibilità si inserisce nell'idea di proteggere l'ambiente, che impone un uso più efficiente delle risorse nel settore del turismo e dell'ospitalità. Per questo motivo, molte aziende stanno orientando le loro strategie verso uno sviluppo più verde, con una maggiore preoccupazione per l'ambiente.

Alcune delle politiche locali esistenti che gli hotel applicano sono:

- Informazioni, istruzioni, supervisione e formazione corrette e chiare per tutti i dipendenti;
- Tutti i dipendenti sono informati sulle normative vigenti in materia di salute e sicurezza;
- Esiste una squadra di emergenza pronta ad intervenire nei casi di emergenza previsti (ad esempio, incendi, inondazioni, terremoti, inquinamento ambientale);
- Eseguono misure sanitarie preventive al fine di garantire la massima sicurezza e protezione;
- Aggiornano e migliorano costantemente i metodi operativi al fine di eliminare possibili incidenti e infortuni.

Tutti i dipendenti devono assumersi le proprie responsabilità nei

confronti delle competenze, e gli atteggiamenti verdi sono importanti per lo sviluppo sostenibile delle aziende turistiche e ricettive.

La sostenibilità si inserisce nell'idea di proteggere l'ambiente, che impone un uso più efficiente delle risorse nel settore del turismo e dell'ospitalità. Per questo motivo, molte aziende stanno orientando le loro strategie verso uno sviluppo più verde, con una maggiore preoccupazione per l'ambiente.

Alcune delle politiche locali esistenti che gli hotel applicano sono:

- Informazioni, istruzioni, supervisione e formazione corrette e chiare per tutti i dipendenti;
- Tutti i dipendenti sono informati sulle normative vigenti in materia di salute e sicurezza;
- Esiste una squadra di emergenza pronta ad intervenire nei casi di emergenza previsti (ad esempio, incendi, inondazioni, terremoti, inquinamento ambientale);
- Eseguiamo misure sanitarie preventive al fine di garantire la massima sicurezza e protezione;
- Aggiornano e migliorano costantemente i metodi operativi al fine di eliminare possibili incidenti e infortuni;
- Tutti i dipendenti devono assumersi le proprie responsabilità in materia di salute e sicurezza, come stabilito dalle politiche dell'hotel;
- Tuttavia, secondo una ricerca condotta in Bulgaria, ci sono alcune lacune nel comportamento pro-ambientale nell'industria del turismo.

Lo sviluppo di comportamenti pro-ambientali aumenta la competitività e la performance finanziaria delle aziende del turismo e

dell'ospitalità.

Attraverso un questionario online e interviste via e-mail a tutte le aziende del turismo e dell'ospitalità, le cui e-mail sono state trovate nei registri nazionali delle strutture ricettive, dei punti di ristoro, delle agenzie di viaggio e dei musei in Bulgaria, è stato chiesto ai manager e ai dipendenti di valutare il livello di comportamento e di competenze pro-ambientali.

I risultati mostrano che il divario maggiore si registra nella capacità di gestire i rifiuti, le acque reflue, il riciclaggio e il compostaggio.

Tuttavia, i gestori di punti vendita F&B hanno riferito un livello più alto di capacità di minimizzare l'uso e massimizzare l'efficienza del consumo di energia e acqua. Allo stesso modo, i gestori di F&B hanno riferito un livello più alto di capacità di conservazione della biodiversità, probabilmente perché il F&B è direttamente collegato alla lavorazione di prodotti vegetali e animali.

L'analisi mostra che i professionisti bulgari del turismo non classificano ancora i comportamenti pro-ambientali come particolarmente essenziali. Tutti gli intervistati hanno riconosciuto che la gestione e la tutela dell'ambiente sono importanti e dovrebbero essere al centro dello sviluppo delle competenze future, ma per ora non sono una priorità e quindi viene fornita solo una formazione specializzata limitata. Le aziende considerano le competenze relative al riciclaggio, alla riduzione dei rifiuti e al risparmio di acqua, elettricità e altre risorse come le più importanti, probabilmente a causa dell'impatto finanziario diretto di questi risparmi sui profitti delle aziende.

Qui potete vedere le domande che sono state poste alle persone:

- Capacità di minimizzare l'uso e massimizzare l'efficienza dei consumi energetici e idrici.

- Capacità di gestire i rifiuti, le acque reflue, il riciclaggio e il

compostaggio

- Conservazione della biodiversità
- Promozione di forme di trasporto sostenibili (ad es. trasporto pubblico)
- Promozione di attività e prodotti ecologici
- Conoscenza del cambiamento climatico

Parlando di lavoratori, un altro aspetto importante è l'occupazione delle persone con disabilità.

Secondo una ricerca del gruppo TMF, le persone disabili registrate presso l'agenzia del lavoro bulgara hanno il diritto di avvalersi di una mediazione lavorativa specializzata per informarsi e trovare un impiego e di un orientamento professionale ai sensi della legge sulla promozione dell'occupazione.

Per quanto riguarda i disabili permanenti, il PDA prevede un nuovo obbligo per i datori di lavoro bulgari con 50 o più dipendenti di rispettare le quote di assunzione di personale disabile permanente:

- datori di lavoro con 50-99 dipendenti: 1 persona con disabilità permanente
- datori di lavoro con 100/100+ dipendenti: 2% del numero medio di dipendenti.

È importante notare che se un datore di lavoro non rispetta gli obblighi di assunzione di personale disabile permanente nell'ambito delle quote, è obbligato a pagare una compensazione mensile. L'indennizzo ammonta al 30% del salario minimo mensile bulgaro per ogni posto di lavoro vacante destinato a una persona permanentemente disabile.

L'obbligo può essere superato solo nelle seguenti circostanze.

- Esistono fattori specifici nell'ambiente di lavoro che precludono l'assunzione di persone con disabilità permanente.

- Non ci sono persone con disabilità permanente registrate e segnalate dalle direzioni dell'Ufficio del lavoro o dagli intermediari del reclutamento.

- I datori di lavoro applicano misure occupazionali alternative per i disabili permanenti.

Il PDA (People with Disabilities Act) consente inoltre ai datori di lavoro di richiedere finanziamenti nell'ambito di un programma nazionale (prima dell'Agenzia per le persone con disabilità) al fine di assumere persone con disabilità per scopi specifici. A tal fine è prevista una procedura separata, che deve ancora essere finalizzata.

1.Turismo sostenibile in Bulgaria

Al fine di migliorare l'efficienza economica e le prestazioni economiche ottimizzando l'uso delle risorse naturali e sociali, la Bulgaria è impegnata nell'attuazione dei principi dello sviluppo sostenibile a livello nazionale, che prevede 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs). Tre di questi obiettivi sono particolarmente legati al turismo sostenibile.

- SDG 8. Promuovere una crescita economica sostenuta, inclusiva e sostenibile, l'occupazione e il lavoro dignitoso per tutti; sotto-obiettivo 8.9 - entro il 2030, elaborare e attuare politiche per promuovere un turismo sostenibile che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali;

- SDG 12 - Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili; sotto-obiettivo 12b - sviluppare e implementare strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per un turismo sostenibile che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali;

- SDG 6 - Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e dei servizi igienico-sanitari per tutti; sotto-obiettivo 6.4 - entro il 2030, aumentare sostanzialmente l'efficienza dell'uso dell'acqua in tutti i settori e garantire prelievi e forniture sostenibili di acqua dolce per affrontare la carenza idrica e ridurre sostanzialmente il numero di persone che soffrono di carenza idrica.

Secondo la Strategia del Turismo 2030, incentrata sulla sostenibilità, la crescita del turismo negli ultimi anni ha dimostrato la sua importanza come attività che genera ricchezza, occupazione e sviluppo di nuove attività economiche. Tuttavia, questa crescita ha comportato importanti sfide in termini di compatibilità del modello di sviluppo con le comunità locali e con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. In questo contesto, i governi e gli attori del turismo chiedono di sviluppare strategie e politiche turistiche che si basino sui principi della sostenibilità. In Bulgaria, negli ultimi anni il turismo ha registrato risultati positivi che ne rafforzano la capacità di generare maggiori entrate e occupazione. Il governo bulgaro ha lanciato nel 2014 e aggiornato nel 2017 la Strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile del turismo 2014-2030, che definisce la visione dell'industria turistica bulgara per i prossimi 15 anni: "Fare della Bulgaria una destinazione che dura tutto l'anno e il cui sviluppo si basa sui principi della sostenibilità - uso ottimale delle risorse, rispetto dell'autenticità socio-culturale delle comunità locali, garanzia di un'attività economica affidabile e di una distribuzione uniforme dei benefici socio-economici" . Poiché la Bulgaria si trova nelle prime fasi di sviluppo del turismo sostenibile, le autorità responsabili devono fornire le condizioni necessarie per lo sviluppo sostenibile del settore, bilanciando il benessere dei turisti e delle comunità locali, le esigenze dell'ambiente naturale e culturale e lo sviluppo e la competitività della destinazione e delle imprese. La Strategia nazionale bulgara per il turismo 2030 stabilisce quattro pilastri strategici:

- Creare un ambiente e un'area commerciale favorevoli allo sviluppo del turismo sostenibile;

- Sviluppare un settore turistico competitivo;
- Promuovere la Bulgaria e posizionare con successo il Paese sul mercato turistico mondiale come destinazione attraente;
- bilanciare lo sviluppo delle aree turistiche.

L'importanza della sostenibilità nel turismo e della sua misurazione e interpretazione è sottolineata da molti autori in tutta la letteratura. Inoltre, l'Unione Europea, l'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), l'Agenzia Europea per l'Ambiente (AEA) e l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) hanno pubblicato un documento che descrive gli indicatori di sostenibilità e la loro misurazione in tutti e tre i pilastri - economico, ambientale e sociale. Queste misurazioni esplorano ed evidenziano il ruolo del turismo in alcune aree chiave, come: la crescita economica inclusiva e sostenibile; l'inclusione sociale, l'occupazione e la riduzione della povertà; l'efficienza delle risorse, la protezione dell'ambiente e i valori culturali, la diversità e il patrimonio.

2.Come promuovere attività turistiche inclusive

I finanziamenti vengono utilizzati per finanziare i progetti dei datori di lavoro volti a creare nuovi posti di lavoro e a migliorare le condizioni di lavoro delle persone in età lavorativa con disabilità permanenti nel 2021. I fondi sono erogati nell'ambito del Programma nazionale per l'occupazione delle persone con disabilità del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali.

I datori di lavoro sono sostenuti finanziariamente per consentire l'accesso ai posti di lavoro esistenti o nuovi alle persone con disabilità. Sono inoltre assistiti per fornire la qualificazione o la riqualificazione di un lavoratore con disabilità.

Un altro progetto aiuta le persone con disabilità che vogliono avviare un'attività indipendente.

Anche la costruzione di un ambiente architettonico accessibile di siti culturali, storici e sportivi per le persone con disabilità contribuisce all'inclusione delle persone con disabilità.

Lo scopo di questa legge è quello di fornire condizioni e garanzie per: 1. l'uguaglianza delle persone con disabilità; 2. l'integrazione sociale e l'esercizio dei diritti delle persone con disabilità; 3. il sostegno alle persone con disabilità e alle loro famiglie; 4. l'integrazione delle persone con disabilità nell'ambiente di lavoro. Articolo 3 Non è ammessa alcuna forma di discriminazione, né diretta né indiretta, nei confronti delle persone con disabilità. Articolo 4 L'integrazione delle persone con disabilità deve essere attuata attraverso: 1. la riabilitazione medica e sociale; 2. l'istruzione e la formazione professionale; 3. l'occupazione; 4. un ambiente di vita e architettonico accessibile; 5. i servizi sociali; 6. la protezione socio-economica; 7. l'informazione accessibile.

3.Gamification nelle scuole

Quando il termine "gamification" compare nel contesto dell'istruzione, viene solitamente utilizzato come un modo per migliorare il coinvolgimento e la motivazione degli studenti. Questo dovrebbe essere un motivo sufficiente per integrare questa modalità di apprendimento nell'intero processo didattico. Ma la ricerca ha documentato una serie di altri benefici, tra cui lo sviluppo della perseveranza e della resistenza, il miglioramento delle capacità di risoluzione dei problemi e lo sviluppo della creatività.

La gamification può anche essere l'applicazione di elementi e principi creati per il gioco in un contesto non ludico. Gli elementi dei giochi includono: ricevere punti o badge per le risposte corrette. Un principio fondamentale dei giochi è il passaggio da un livello all'altro al

completamento con successo del precedente.

Si può dire che gli elementi e i principi del gioco sono presenti nella scuola. I punti sono in realtà i voti che lo studente riceve. I personaggi sono gli studenti e gli insegnanti stessi. Obiettivi specifici? Superare con successo gli esami. E il passaggio da un livello all'altro è il passaggio da una classe a una superiore.

Una delle opportunità di innovazione è l'applicazione di approcci diversi al processo di apprendimento. In Bulgaria, attraverso diverse piattaforme, gli insegnanti possono creare la propria classe virtuale, dove possono fornire materiali interattivi aggiuntivi per il lavoro.

Fonti

- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova. https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016

- https://www.tmf-group.com/en/news-insights/articles/2019/march/bulgaria-new-people-with-disabilities-act/

- https://www.mlsp.government.bg/eng/with-35-million-bgn-will-be-financed-projects-for-employment-of-persons-with-disabilities

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI NELLA REPUBBLICA DI CIPRO (RdC)

1.Introduzione

Il turismo sostenibile rappresenta una sfida importante per tutte le economie contemporanee e richiede che tutti gli attori, sia del settore pubblico che di quello privato, stabiliscano i partenariati necessari (PPP) per garantire che questo fornisca gli incentivi necessari e crei le sinergie appropriate che assicurino la crescita. Questo è complementare a tutte le altre attività che vengono intraprese sia dal settore pubblico per migliorare le infrastrutture turistiche nazionali e garantire l'attrazione di un maggior numero di persone, sia dal settore privato che investe pesantemente in questo settore specifico. Inoltre, non si può trascurare il ruolo di altre organizzazioni non profit, come le Camere di Commercio, che possono diventare un efficace partner strategico grazie alla loro esperienza e al loro networking. Infine, all'interno di questo processo, il ruolo strategico e l'impatto delle università devono essere presi in seria considerazione, poiché attraverso le loro conoscenze scientifiche, la loro esperienza e la loro capacità di sviluppare ricerche di mercato efficaci, possono effettivamente fornire all'industria del turismo le conoscenze appropriate, creando così un ambiente commerciale piuttosto completo che sarà vantaggioso per tutte le parti interessate. Questo include ovviamente anche il patrimonio umano, considerato un elemento primario per garantire uno sviluppo turistico sostenibile e contribuire alla qualità complessiva, all'interno di un ambiente di lavoro adeguato che crei l'opportunità di autosviluppo.

Il presente documento esamina diversi aspetti, così come sono stati delineati, all'interno della Repubblica di Cipro (RdC), al fine di fornire una visione piuttosto completa delle questioni relative al settore e al concetto di sostenibilità, come parte della direzione strategica del Paese.

2. Pianificazione strategica del Vice Ministero del Turismo

Il Vice Ministero del Turismo ha rivisto nel 2019, subito dopo l'epidemia di Covid-19, la pianificazione strategica per il turismo per garantire una crescita sostenibile, basata sul modello SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bounded). La pianificazione strategica ha identificato i problemi che devono essere affrontati efficacemente per garantire la sostenibilità.

i. Stagionalità - Cipro è famosa per il suo splendido clima soleggiato tutto l'anno, con oltre 300 giorni di sole all'anno. Ciononostante, il Paese non è riuscito ad attrarre visitatori durante l'inverno, causando seri problemi alle aziende e al governo, che deve aggiungere migliaia di professionisti sul proprio libro paga;

ii. Regionalità - Nonostante sia un Paese relativamente piccolo, il turismo a Cipro non è stato distribuito equamente, con alcune aree, come quelle rurali, che hanno dovuto affrontare gravi problemi. Questo si aggiunge alla stagionalità, che porta ad alcune serie preoccupazioni sulla capacità del Paese di garantire uno sviluppo sostenibile e di mitigare l'urbanizzazione;

iii. Competitività - Rimanere competitivi è sempre stato uno dei problemi più importanti dell'industria turistica del Paese. La mancanza di formazione delle risorse umane ha creato seri ostacoli, in contrasto con i decenni 1980-2010 in cui il Paese era famoso per la sua ospitalità e il suo livello di qualità;

iv. Mancanza di decisioni basate sui dati - L'antenato del Vice Ministero del Turismo, l'Organizzazione del Turismo di Cipro, operava su una base piuttosto burocratica e rimaneva distante dai fatti statistici reali. Questo ha portato a un divario tra la realtà e il processo decisionale, che in diverse occasioni ha

creato problemi all'industria e naturalmente alle singole imprese;

v. Non è percepito come clima favorevole - A causa del clima solitamente caldo, migliaia di persone sono riluttanti a visitare Cipro. Il problema risiedeva nel fatto che il Paese non era in grado di offrire forme alternative di turismo, soprattutto nelle aree rurali che non solo possono offrire un clima ideale, ma anche strutture eccellenti per far trascorrere agli ospiti un periodo fantastico.

Sulla base di tutti questi problemi, la pianificazione strategica del Ministero delegato ha fissato obiettivi specifici che aiuteranno il Paese a godere di una crescita sostenibile. È importante che questa pianificazione includa elementi sia tangibili che intangibili, aiutando tutte le parti interessate a partecipare efficacemente a questo processo. Perciò sono stati fissati i seguenti obiettivi in termini di sostenibilità:

i. Sviluppare un marchio e un'immagine forti attraverso un approccio professionale per garantire che il Paese abbia un nome positivo e sia in grado di attrarre ospiti di alta qualità da un contesto diversificato;

ii. Il Paese deve sviluppare un approccio olistico con la partecipazione di tutti i possibili stakeholder, affinché Cipro diventi una delle 30 destinazioni top al mondo e sia in grado di competere con mercati tradizionalmente forti;

iii. Il Paese deve rivelare i suoi vantaggi complessivi che lo aiuteranno a diventare una destinazione per tutto l'anno, concentrandosi in particolare sui mercati che devono affrontare condizioni climatiche estreme durante i mesi invernali, come la regione scandinava;

iv. Aumentare in modo sostanziale la qualità complessiva dell'industria, in particolare quella delle risorse umane. Ciò

richiede la collaborazione con l'Autorità nazionale per lo sviluppo delle risorse umane;

v. Diventare una destinazione digitalmente intelligente, in cui l'infrastruttura nazionale sviluppata dal Vice Ministero della Ricerca, dell'Innovazione e della Politica Digitale aiuterà le imprese del settore a trasformare digitalmente le loro operazioni;

vi. Diventare una destinazione rispettosa del clima, svelando i segreti nascosti del Paese. Questo avviene con la collaborazione dell'Ufficio del Commissario per lo Sviluppo delle Comunità Montane;

vii. Diventare un luogo in cui tutti i residenti, a prescindere dal luogo di residenza, possano beneficiare in egual misura dello sviluppo turistico e contribuire a mitigare il problema dell'urbanizzazione, che è in forte aumento nella RdC.

3.Sviluppo sostenibile delle aree rurali e forme alternative di turismo

Come è stato sottolineato, lo sviluppo sostenibile delle aree rurali del Paese rimane da tempo una vera e propria sfida per le autorità nazionali, in quanto è legato a diverse questioni, come l'equa distribuzione del reddito turistico, la mitigazione dell'urbanizzazione e l'aiuto a queste aree per trasformare digitalmente le loro infrastrutture regionali e individuali. Negli ultimi anni il Vice Ministero del Turismo, con la collaborazione di altri soggetti chiave, come l'Unione delle Comunità di Cipro, ha elaborato, sviluppato e attuato una pianificazione strategica molto ambiziosa. La pianificazione è stata il risultato di un dialogo sociale a lungo termine e ha portato ad alcuni importanti risultati, che si concentrano principalmente sul raggiungimento dei seguenti obiettivi. Va notato che i risultati sono ancora da vedere, tuttavia i primi risultati mostrano che la pianificazione strategica sta funzionando.

i. Assicurare che le giovani coppie tornino o rimangano nelle loro comunità, duramente colpite dalla crescente minaccia dell'urbanizzazione, aumentando così il potenziale complessivo di inclusione e sostenibilità sociale ed economica;

ii. Fornire incentivi all'imprenditoria giovanile e soprattutto femminile, con particolare attenzione al turismo e al settore primario, affinché le comunità diventino finanziariamente più vivaci e sostenibili;

iii. Distribuire gradualmente in modo equo le entrate del turismo a queste comunità che sono state trascurate negli anni precedenti, tenendo conto delle loro enormi capacità e potenzialità di crescita nel settore;

iv. sviluppare una serie di forme alternative di turismo finanziariamente valide. Forme come il turismo medico, religioso, congressuale, di esplorazione della natura e di bird-watching hanno registrato una crescita massiccia come risultato di questo approccio strategico;

v. attrarre investimenti diretti esteri (IDE) in nuovi progetti, preferibilmente legati all'imprenditoria giovanile e femminile, rendendoli così più competitivi in quanto in grado di attrarre capitali e competenze umane;

vi. offrire opportunità a persone che in passato sono state considerate socialmente isolate e/o escluse dalle opportunità sociali e commerciali, come parte dell'approccio del Paese a questa delicata questione.

4. Protezione delle foreste e turismo sostenibile nella RdC

La deforestazione ha molti effetti negativi sulla delicata industria del turismo e richiede la collaborazione delle autorità nazionali per affrontare efficacemente questo preoccupante problema, poiché la sua escalation potrebbe portare a effetti negativi non reversibili. Le foreste hanno sempre svolto un ruolo fondamentale nello sviluppo dell'economia cipriota, con radici millenarie. Negli ultimi decenni, la natura di Cipro è stata una delle ragioni principali che hanno contribuito al turismo e allo sviluppo economico complessivo del Paese. Ciò ha richiesto la protezione delle foreste come parte di un approccio che comporta due elementi:

i. La protezione delle foreste garantirà la qualità della vita degli abitanti della Repubblica Democratica del Congo e dei milioni di visitatori che ovviamente cercheranno di vivere esperienze straordinarie e di esplorare la natura del Paese;

ii. L'impegno delle foreste del Paese nelle operazioni turistiche complessive. Questo obiettivo è stato raggiunto attraverso la cooperazione con il Dipartimento delle Foreste del Paese, con il Vice Ministro del Turismo e con diversi altri soggetti interessati.

Inoltre, l'iconica penisola di Akamas è protetta da qualsiasi sviluppo perché rientra nel progetto dell'UE "NATURA 2000", che comprende "oltre il 18% della superficie terrestre dell'UE e più dell'8% del suo territorio marino". Nonostante alcuni conflitti in corso da parte di proprietari terrieri privati, la RdC è rimasta all'interno dei confini stabiliti dal progetto specifico, consentendo ai sentieri naturali e a diverse altre attività che rientrano nel turismo rurale e naturale di evolversi, di attirare più visitatori e di garantire una crescita sostenibile sia a livello finanziario che ambientale, in quanto entrambi sono considerati interconnessi. Uno dei progetti sostenibili in termini di foreste si riferisce al famoso "Troodos Geopark Visitor Centre", che copre un'area totale di 1.147 km2 e offre

l'opportunità a migliaia di visitatori di contribuire allo sviluppo del turismo sostenibile, unito a una maggiore consapevolezza ambientale.

5. Altre politiche e attività generali della RdC in materia di tutela ambientale per un turismo sostenibile

i. Creazione di un team di gestione delle crisi e dei disastri, composto da un gruppo di esperti provenienti da ambiti professionali e accademici, che crei una strategia a lungo termine e fornisca informazioni alle autorità nazionali;

ii. Regolamenti rigorosi che coprano le operazioni turistiche in relazione alla protezione dell'ambiente, soprattutto nelle aree che attirano un gran numero di visitatori e sviluppano diverse attività;

iii. Istituzione di unità di servizio antincendio in aree sensibili come la penisola di Akamas, il monte Troodos, le grotte marine di Protaras e Pafos e molte altre aree simili che rientrano nella categoria specifica;

iv. Cooperazione con le università del Paese per sviluppare ricerche scientifiche specifiche che contribuiscano alla conoscenza dei professionisti dell'industria turistica, da trasferire agli ospiti;

v. Regolamenti rigorosi sulla biodiversità che i professionisti del turismo devono seguire in un gran numero di attività. Questo include le attività nelle aree protette che devono essere applicate con la partecipazione dei turisti;

vi. Formazione delle persone che lavorano nelle aree rurali nel settore turistico sulla necessità di proteggere l'ambiente, sulle dimensioni legali ed etiche, nonché sull'impatto economico,

sia positivo che negativo;

vii. Gestione rigorosa dell'acqua, rafforzata dalla recente legislazione che regola la trasformazione degli enti locali, al fine di garantire una gestione e una distribuzione complete;

viii. Educazione dei giovani, a partire dalle scuole, al fine di creare consapevolezza in quanto questi bambini saranno i nuovi professionisti del settore turistico, quindi è necessario creare una dinamica futura sostenibile nelle nuove generazioni;

ix. Applicazione dei regolamenti relativi alle persone disabili che incontrano difficoltà nell'accesso ai tesori ambientali di Cipro. Un numero crescente di aziende e organizzazioni si sta muovendo in questa direzione.

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI IN SPAGNA

Questo documento si propone di fornire alcune informazioni sulle politiche esistenti in materia di turismo sostenibile in Spagna.

Il turismo è uno dei settori economici in più rapida crescita negli ultimi anni ed è considerato il principale partecipante alla creazione di posti di lavoro, allo sviluppo economico, alla tutela dell'ambiente e alla lotta contro la povertà.

In media nei Paesi OCSE, il turismo contribuisce direttamente al 4,4% del PIL, al 6,9% dell'occupazione e al 21,5% delle esportazioni legate ai servizi, contribuendo così alla crescita economica e allo sviluppo di molte società.

La Spagna ne è un chiaro esempio. Da oltre vent'anni è tra le prime cinque destinazioni al mondo secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO). Il turismo è il primo settore di esportazione in Spagna e genera 13 posti di lavoro su 100 nel Paese.

1.Il contributo del settore turistico in Spagna

Il contributo del settore turistico al PIL spagnolo è del 10,9%, secondo gli ultimi dati ufficiali del 2014, pari a 113,690 miliardi di euro. Inoltre, il turismo è una fonte di occupazione per il 13% della popolazione spagnola, che supera il tasso medio di occupazione nel settore a livello mondiale.

I settori del turismo con il maggior volume di lavoratori impiegati sono la ristorazione (50% del totale degli occupati nel turismo), le altre attività turistiche (23,8%), i servizi di alloggio (14,8%) e il trasporto passeggeri (11,4%).

I posti di lavoro nel settore turistico sono molto diversificati e talvolta

fungono da porta d'accesso al mercato del lavoro, in particolare per i giovani, che possono così sviluppare la loro carriera in questo campo. Sappiamo ad esempio che in Spagna l'8,4% degli occupati nel settore ha un'istruzione primaria, il 63,1% un'istruzione secondaria e il 28,5% un'istruzione universitaria.

Nel settore del turismo, le donne costituiscono tradizionalmente un'ampia percentuale della forza lavoro e in Spagna rappresentano il 44,3% dell'occupazione nel settore. In rami come i servizi di alloggio questa percentuale raggiunge il 55,5%, a fronte di un 17,2% di occupazione femminile nell'area dei trasporti.

Una tendenza che ha caratterizzato il turismo in Spagna per molti anni è stata la sua stagionalità, essendo la Spagna una destinazione di sole e sabbia in estate per i turisti del Nord Europa. Questa stagionalità ha inevitabilmente un impatto sul tasso di occupazione temporanea e sul reddito dei lavoratori locali. Negli ultimi anni sono state adottate misure per diversificare l'offerta turistica al fine di attirare i viaggiatori durante la bassa stagione, promuovendo il turismo culturale, cittadino e d'affari.

Secondo i dati del 2015 del Barometro UNWTO, sembra che questa strategia stia iniziando a dare i suoi frutti, vista la crescita del turismo nei mesi di ottobre (10%) e novembre (11%).

D'altra parte, le compagnie aeree low-cost e le crociere continuano a espandersi nel mercato spagnolo, e quindi sembra che il turismo in Spagna, come nel resto d'Europa, continuerà a crescere a un ritmo un po' più lento ma stabile nei prossimi anni.

2.Turismo sostenibile in Spagna

Oltre all'impatto socio-economico del turismo, il settore, se gestito in modo sostenibile, può essere un fattore di conservazione ambientale, di promozione e di apprezzamento culturale e di comprensione tra i popoli. È quindi essenziale che tutti gli stakeholder, comprese le aziende che

operano nel settore, siano consapevoli sia delle loro opportunità che delle loro responsabilità e, quindi, in grado di agire di conseguenza, in modo che le loro azioni garantiscano uno sviluppo sostenibile.

Infatti, il crescente numero di persone che ogni anno viaggiano a livello internazionale e nazionale produce pressioni in termini di emissioni di gas, perdite economiche, gestione delle risorse e impatto sulle comunità locali e sul patrimonio culturale. Pertanto, il contributo positivo del turismo allo sviluppo sostenibile e la mitigazione degli effetti negativi del settore richiedono un'azione decisa da parte di tutte le parti interessate.

Il turismo dovrebbe svolgere un ruolo significativo, fornendo soluzioni sostenibili per le persone e il pianeta. Affermando questo compito di generare prosperità, migliorare i mezzi di sussistenza e preservare l'ambiente, il settore è ora considerato fondamentale per lo sviluppo sostenibile dei Paesi.

È essenziale promuovere un settore turistico inclusivo che offra condizioni di lavoro dignitose per tutti, promuova la cultura e i prodotti locali e protegga le risorse naturali, preservando così le attrazioni uniche di ogni destinazione.

Il Global Compact dell'ONU in Spagna svolge un ruolo chiave e sostiene il settore turistico nella creazione di un modello di business più sostenibile e responsabile che contribuisca alla realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che caratterizzano l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.

Le aziende turistiche spagnole si stanno impegnando per un turismo responsabile, attuando i principi del Codice Etico Globale per il Turismo dell'UNWTO e quelli del Global Compact e facendo così la differenza nella società e nel settore.

Gli SDG rappresentano un'opportunità per il turismo e presentano casi specifici che si stanno verificando. Questo nuovo modo di lavorare, raccomandato dalle Nazioni Unite, ha permesso di sperimentare come

combinare gli sforzi del settore pubblico e privato offra un risultato migliore.

Questi sforzi provengono da entità molto diverse per natura, dimensioni e settore di attività: trasporti, catene alberghiere, agenzie di viaggio, società di consulenza, istituti di istruzione, imprese di tecnologia e innovazione turistica e parchi di divertimento. Questo è un chiaro esempio di cosa sia il Global Compact: entità di natura molto diversa che, in linea con le Nazioni Unite, si impegnano in un patto per lo sviluppo sostenibile.

Il Global Compact Network Spagna delle Nazioni Unite, nel 2015, ha identificato le priorità del settore privato spagnolo per contribuire efficacemente agli SDG. E il settore del turismo compare in due aree importanti. In primo luogo, come fonte di prosperità: "Promuovere il turismo sostenibile, cambiando il focus del settore, con l'attenzione ai cittadini responsabili". In secondo luogo, come attività importante per il pianeta: "Proteggere la biodiversità come elemento chiave per garantire la sostenibilità delle risorse e dei settori economici prioritari in Spagna, ad esempio attraverso il turismo responsabile". Questi sono gli input che guidano il lavoro attuale e futuro.

Poiché la Rete spagnola è un esempio all'interno del Global Compact e tenendo conto dell'importanza del settore turistico in Spagna, l'alleanza tra l'UNWTO e il Global Compact si è rivelata molto vantaggiosa. È un esempio per altri settori, che dimostra come si possa passare da un "nessun impatto negativo" a un impatto positivo.

Nel settembre 2015 il Global Compact Network Spagna e l'Organizzazione Mondiale del Turismo hanno firmato un accordo di partenariato per coinvolgere le aziende del settore turistico spagnolo in iniziative di responsabilità sociale d'impresa, con gli SDG come quadro di riferimento principale.

3.Review dell'attuazione ambientale

Nel rapporto EIR 2017, le principali sfide individuate per quanto riguarda l'attuazione della politica e del diritto ambientale dell'UE in Spagna sono state:

- Migliorare la gestione delle acque, compreso il completamento del trattamento delle acque reflue urbane;
- migliorare la gestione dei rifiuti e sviluppare il potenziale dell'economia circolare;
- aumentare la tassazione ambientale e ridurre i sussidi dannosi per l'ambiente.

Il rapporto EIR 2019 mostra che per la gestione delle acque ci sono stati alcuni progressi. La maggior parte dei Piani di gestione dei bacini idrografici (PBR) del secondo ciclo, redatti ai sensi della Direttiva quadro sulle acque (DQA), sono stati adottati in tempo (con la notevole eccezione dei sette PBR delle Isole Canarie), migliorando molti aspetti rispetto ai primi PBR. Nel 2017 il governo spagnolo ha inoltre avviato un processo per l'adozione di un "Patto nazionale sull'acqua", ancora aperto. Tuttavia, rimangono molte sfide, tra cui la governance dell'acqua e la necessità di colmare le lacune negli investimenti idrici, soprattutto per quanto riguarda le acque reflue. A seguito di una sentenza della Corte di giustizia dell'Unione europea del 25 luglio 2018, la Spagna ha ricevuto per la prima volta sanzioni pecuniarie dall'UE per non aver rispettato la direttiva sul trattamento delle acque reflue urbane (UWWTD).

Oltre ai punti di eccellenza citati nel rapporto EIR 2017, nel caso della Spagna si possono evidenziare altre buone pratiche di attuazione ambientale.

Ad esempio, nel campo della garanzia di conformità ambientale, e riconoscendo la necessità di una specializzazione professionale per affrontare efficacemente i reati ambientali, la Spagna ha creato un'unità

di polizia (SEPRONA - Guardia Civil) per combattere i reati ambientali e un'autorità giudiziaria specializzata in materia ambientale. Le due unità hanno già avuto successo nelle indagini e nei procedimenti giudiziari contro il crimine ambientale organizzato.

4.Il Piano strategico per il patrimonio naturale e la biodiversità

Il Piano strategico per il patrimonio naturale e la biodiversità 2011-2017 approfondisce e consolida il concetto di integrazione settoriale come mezzo per progredire nella conservazione e nell'uso sostenibile della biodiversità.

Il terzo obiettivo di questo Piano strategico mira a promuovere l'integrazione della biodiversità nelle politiche settoriali e ha un obiettivo specifico dedicato alla promozione della sostenibilità del turismo naturalistico.

Per raggiungere questo obiettivo, vengono stabilite una serie di azioni, tra le quali spicca, per la sua portata, l'azione dedicata allo sviluppo di un piano settoriale per il turismo e la biodiversità.

Il piano settoriale si concentra sul rafforzamento delle sinergie positive legate alla conservazione della biodiversità e al turismo naturalistico, tenendo conto del vantaggio competitivo che la biodiversità spagnola è la più rilevante dell'Unione europea e che il settore turistico è uno dei più importanti in termini di impatto economico sui conti nazionali della Spagna. in termini di impatto economico sui conti nazionali della Spagna.

Il legame del turismo naturale con la biodiversità in buono stato di conservazione richiede che il suo sviluppo e la sua promozione tengano in particolare considerazione la sostenibilità ambientale delle sue attività e garantiscano la compatibilità tra l'uso e il godimento dell'ambiente e la sua adeguata conservazione.

In queste condizioni, l'obiettivo del presente Piano settoriale per il turismo naturalistico e la biodiversità è quello di valorizzare la biodiversità spagnola per promuovere il turismo naturalistico come attività economica generatrice di occupazione, sempre garantendo la corretta conservazione dei valori naturali del territorio; in altre parole, integrare gli obiettivi di conservazione della biodiversità nelle politiche legate al turismo e rendere possibile l'investimento nella biodiversità, creando occupazione, crescita economica e stabilizzando la popolazione rurale.

Questo piano settoriale è concepito come un quadro di collaborazione tra tutti gli attori, pubblici e privati, del turismo naturalistico e della conservazione della biodiversità.

5.Gamification nelle scuole

La gamification si riferisce all'utilizzo di dinamiche tipiche dei videogiochi in un contesto non ludico per incoraggiare il coinvolgimento dell'utente, fargli compiere determinate azioni e motivarlo attraverso meccaniche di gioco come classifiche, punti, ricompense, livelli da superare.

La gamification può essere utilizzata anche nelle scuole ed è promossa come parte della smart education. Questo non significa rendere le lezioni divertenti o far perdere tempo con i giochi, ma stimolare l'apprendimento attraverso nuovi metodi di studio.

La gamification fa sì che gli studenti imparino meglio perché hanno obiettivi, traguardi e risultati da raggiungere. La gamification nell'apprendimento coinvolge elementi basati sul gioco, come l'assegnazione di punti, la competizione tra pari, il lavoro di squadra, le tabelle di valutazione, per stimolare il coinvolgimento, aiutare gli studenti ad assimilare nuove informazioni e testare le loro conoscenze. Può essere applicata alle materie scolastiche, ma è anche ampiamente utilizzata nelle app e nei corsi di autoapprendimento.

Tra le varie strategie, la gamification ha attirato l'interesse degli educatori, che ne hanno esplorato il potenziale per migliorare l'apprendimento degli studenti. Una delle ragioni per includere elementi di gioco nell'istruzione è che è stato riportato che i giochi possono fornire legami sociali, promuovere la ricerca di conoscenza, sviluppare la creatività, migliorare la salute mentale e ridurre l'isolamento. È importante che gli insegnanti considerino anche le difficoltà particolari che i loro studenti devono affrontare durante la reclusione. Pertanto, possono utilizzare la gamification per mitigare i vincoli fisici e psicologici associati a una situazione di quarantena.

In Spagna, sempre più livelli di istruzione - dalla scuola materna all'istruzione superiore - stanno incorporando risorse che combinano tecnologia, giochi e programmi scolastici. La proliferazione di applicazioni gratuite per bambini e adulti su iOS, Android o siti web per tutte le materie a tutti i livelli si sta diffondendo fortemente.

Un recente studio dell'Università di Granada sottolinea che è nell'ambiente universitario che queste risorse sono maggiormente utilizzate. Il rapporto evidenzia che all'università le variabili più apprezzate del suo utilizzo sono l'impegno, la motivazione e l'esperienza di apprendimento, mentre nell'istruzione primaria gli obiettivi principali sono legati a variabili come il rendimento scolastico, il lavoro collaborativo o la motivazione.

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI IN GRECIA

Negli ultimi 20 anni in Grecia, in contrapposizione al turismo di massa, si sono sviluppate alcune forme alternative caratterizzate dalla sensibilità alla tutela della natura e della cultura di un'area. Tra queste c'è l'ecoturismo, uno dei settori in più rapida crescita dell'industria turistica.

Si tratta di una nuova forma di turismo il cui primo obiettivo è la protezione dell'ambiente e delle risorse naturali, ma anche la conservazione e la promozione delle caratteristiche culturali di un luogo. Anche in Grecia sono stati compiuti sforzi simili. Sono già stati compiuti progressi significativi, soprattutto nel campo della costruzione di infrastrutture, considerando che gli alloggi agrituristici sono stimati in oltre 1800.

Esaminando i dati sull'attività turistica per il 2019, che è stato considerato l'anno migliore per il turismo con entrate per 17,7 miliardi e arrivi per 31,3 milioni di turisti (esclusi gli arrivi da crociera), si scopre che il 56% degli arrivi si concentra nel trimestre luglio-settembre mentre il 70% delle unità alberghiere si concentra in 4 aree della Grecia (https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy). Ciò significa che 4 aree della Grecia ricevono un'enorme pressione turistica in un determinato periodo dell'anno, un fatto che ha molteplici conseguenze, come la pressione ricevuta dall'ambiente naturale.

Nella Grecia moderna, il quadro delle istituzioni e dei termini relativi al turismo ha le caratteristiche del modello del turismo di massa, senza aver separato chiaramente i concetti e i termini delle forme alternative di turismo. Finché persisteranno ambiguità e lacune istituzionali, qualsiasi sforzo per sviluppare l'ecoturismo sarà isolato, senza quadro e specifiche, senza rete, senza supporto di consulenza, senza quadro giuridico e pianificazione a lungo termine, e sarà sempre legato alla sensibilizzazione, all'informazione e alla conoscenza delle persone coinvolte nell'ecoturismo. L'ecoturismo non può essere misurato

quantitativamente e statisticamente. E questo perché non esistono statistiche. I dati raccolti dal Servizio statistico nazionale e relativi al turismo non sono differenziati tra unità alberghiere e alloggi più piccoli con specifiche che possono servire gli ecoturisti. Ma anche se ci fosse una netta separazione, non ci sarebbero numeri che possano separare i visitatori tipici dei "fine settimana" da quelli - pochi - che hanno un carattere e un comportamento ecoturistico.

Sarebbe più opportuno, dal momento che non possiamo misurare l'ecoturismo, ma nemmeno il turismo alternativo in Grecia, vedere le direzioni indicative più generali, i piani e le azioni che sono state fatte per l'ecoturismo.

L'ecoturismo in Grecia sta attraversando una fase di transizione. Il suo significato è in pericolo a causa di incomprensioni sul suo contenuto, della commercializzazione del termine e della mancanza di un quadro istituzionale adeguato. Il pericolo invisibile, tuttavia, è la mancanza di organizzazione.

Nei paragrafi che seguono tenteremo una breve presentazione delle forme che l'ecoturismo assume in Grecia, del suo rapporto con forme di turismo affini come l'agriturismo o il turismo naturalistico, dei suoi primi passi, della situazione attuale e delle sfide che è chiamato ad affrontare.

La Grecia è un Paese ricco di natura e noto per la sua ricca storia. Offre molta luce, un mare caldo e accogliente, ma anche monumenti unici. Da molti decenni non smette di attirare milioni di turisti.

Il lato positivo di questo sviluppo è che la "vendita" del prodotto "Sole e Mare" da parte dell'industria turistica ha portato enormi benefici economici al Paese ed è riuscita a trattenere la popolazione nella provincia. Tutti questi "milioni" di turisti dovranno dormire da qualche parte, mangiare, gettare i loro rifiuti. Grandi unità alberghiere, innumerevoli ville nelle zone costiere, taverne, strade, spiagge private, mense e discariche hanno iniziato ad alterare irreversibilmente l'ambiente naturale. Questa è la principale capitale turistica del Paese. È il cosiddetto

paradosso del turismo: distrugge ciò che vende come prodotto.

L'ecoturismo, come già menzionato, ha iniziato a svilupparsi in Grecia negli ultimi vent'anni. A dare il via a questa direzione è stato un programma dell'Organizzazione Ellenica del Turismo, iniziato negli anni '80, che prevedeva il restauro di edifici storici da adibire a ostelli. Certo, allora non c'era motivo di fare ecoturismo, ma è stato un primo passo.

Ci sono stati poi alcuni sussidi europei che hanno riguardato soprattutto la diversificazione, cioè il rafforzamento delle attività agrituristiche per integrare il reddito agricolo. L'agriturismo è anche un aspetto dell'ecoturismo se protegge l'ambiente. È così che nel 2001 è stata creata Agrotouristiki SA (https://agrotourism.wordpress.com), una società del Ministero dello Sviluppo del Turismo, così chiamato all'epoca, che forniva assistenza e consulenza agli imprenditori che volevano fare "agriturismo", inserendoli in una rete di promozione e assegnando un "marchio di qualità agrituristica". L'azienda lavorava a stretto contatto con le imprese locali in via di sviluppo e ha aiutato la creazione di oltre 700 aziende. Purtroppo, nel 2009 la società ha chiuso i battenti, lasciando di nuovo il caso dell'agriturismo, e di conseguenza dell'ecoturismo, senza alcuna organizzazione a livello nazionale.

Le Regioni e gli enti locali hanno ora preso le redini, presentando e pubblicizzando le "imprese ecoturistiche" del proprio territorio, nel tentativo di diversificare il prodotto turistico. Un'altra caratteristica della situazione attuale è l'organizzazione e la gestione delle aree protette.

Troppe aree in Grecia sono state poste sotto lo status di "protezione legale". I parchi nazionali, le zone umide di Ramsar, le aree Natura 2000, le aree di particolare bellezza naturale, ecc. sono il capitale naturale più importante per sostenere le attività ecoturistiche. Tuttavia, a parte alcuni esempi, la maggior parte delle aree non ha organi di gestione locali e sono sottofinanziate con una gestione inefficiente.

Secondo l'opinione degli autori di questa ricerca, l'ecoturismo in Grecia sta attraversando una crisi iniziale. Non esiste un obiettivo specifico. I

fondi europei cominciano a diminuire, l'organizzazione a livello nazionale o regionale è inesistente, c'è un'ambiguità generale sulle buone pratiche commerciali dell'ecoturismo. Inoltre, lo Stato greco e gli imprenditori turistici in generale sembrano voler mantenere esclusivamente il modello "Sole e mare" come base della politica turistica del Paese. Inoltre, vengono sviluppate attività che esulano dal cliché.

In questo momento, a causa della crisi economica e sanitaria, il futuro del turismo in Grecia richiede alcuni passi fondamentali che vengono proposti per una migliore organizzazione e uno sviluppo qualitativo del prodotto ecoturistico:

1) Creazione e gestione di servizi speciali per la supervisione e la promozione a livello nazionale e internazionale del nostro prodotto ecoturistico, la formazione e il supporto di professionisti del settore.

2) Creazione di un marchio di qualità ecoturistica per le aziende turistiche che rispettano rigorosamente criteri specifici.

3) Enfasi sullo sviluppo di reti ecoturistiche locali da parte degli imprenditori, delle autorità locali e degli enti di gestione delle aree protette, per utilizzare i vantaggi ecoturistici di ciascuna area.

4) Rafforzare gli enti di gestione delle aree protette e crearne di nuovi laddove non esistono

5) Ristrutturazione del prodotto turistico nazionale in base a una valutazione autentica e onesta dei vantaggi comparativi della Grecia.

6) Creazione di un quadro legislativo adeguato per la distinzione e la protezione delle imprese, dei prodotti e dei servizi ecoturistici.

In conclusione, dobbiamo sottolineare che la crisi economica che

stiamo attraversando è anche una sfida per organizzare l'ecoturismo in modo che esca dai margini e sia una leva di sviluppo turistico, offrendo servizi e beni, investendo non solo nella confezione ma anche nel contenuto, non solo nell'aspetto ma anche nel gusto, non solo nel mito ma anche nella sostanza, in altre parole, nell'esperienza reale.

1. Adozione di un sistema di ospitalità sostenibile in Grecia

Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWT) (https://www.unwto.org/), nel campo del turismo è necessario sviluppare e attuare politiche adeguate per dare un'impronta futura alle sue attività nello sviluppo economico, sociale e ambientale. Allo stesso tempo, però, è necessario adottare misure appropriate per soddisfare le richieste e le esigenze dei visitatori e delle comunità locali e per proteggere l'ambiente.

Questo approccio è la base per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile nel turismo, come scelta strategica globale, al servizio dei "17 obiettivi per il raggiungimento dello sviluppo sostenibile", come stabilito dalle Nazioni Unite.

Dei 17 obiettivi totali, il turismo è direttamente incluso come priorità negli obiettivi 8, 12 e 14 sulla crescita economica inclusiva e sostenibile, sul consumo e la produzione sostenibili (SCP) e sullo sfruttamento sostenibile degli oceani e delle risorse marine. Pertanto, la Grecia, in quanto membro fondatore delle Nazioni Unite e con una forte industria turistica, deve integrare questi principi nei suoi obiettivi strategici.

I principi della sostenibilità si applicano allo sviluppo ambientale, economico e socio-culturale, dove l'equilibrio appropriato tra questi tre livelli deve essere trovato caso per caso per raggiungere la sostenibilità a lungo termine desiderata. In linea di principio, quindi, per ottenere un turismo sostenibile, sia in Grecia che a livello internazionale, dobbiamo:

- Fare ogni sforzo per utilizzare al meglio le risorse ambientali, che sono elementi chiave per lo sviluppo turistico, proteggendo l'equilibrio ecologico e contribuendo alla conservazione del patrimonio naturale e della biodiversità (principio DNSH).

- Proteggere l'autenticità socio-culturale e l'unicità delle comunità ospitanti. Allo stesso tempo, dobbiamo offrire un'attenzione adeguata alla conservazione del patrimonio culturale e dei valori tradizionali, contribuendo al contempo al rafforzamento della comprensione e della tolleranza interculturale.

- Garantire la vitalità economica a lungo termine delle comunità locali, assicurando benefici socio-economici a tutti i membri. Particolare attenzione deve essere prestata all'equa distribuzione di questi benefici, comprese opportunità di lavoro e di reddito stabili. La fornitura di servizi sociali adeguati ai membri di queste comunità locali contribuisce ulteriormente alla lotta contro la povertà.

- Garantire l'informazione e la formazione continua di tutti i soggetti coinvolti. L'affermazione del modello di turismo sostenibile è un processo continuo, che richiede un attento monitoraggio degli sviluppi e un'accurata valutazione dell'impatto, introducendo, se necessario, al momento opportuno le opportune misure preventive o correttive.

- Raggiungere un alto livello di soddisfazione dei visitatori, sensibilizzandoli ai temi della sostenibilità e promuovendo pratiche turistiche adeguate.

- Proteggere la biodiversità (BIODIVERSITÀ)

- Prevenire i cambiamenti climatici e il riscaldamento globale (CAMBIAMENTO CLIMATICO).

- Ridurre l'uso di materie plastiche (INIZIATIVA GLOBALE TURISMO PLASTICA)

- Adottare soluzioni per ridurre il consumo di energia nelle unità alberghiere (HOTEL ENERGY SOLUTIONS (HES))

- Adottare l'iniziativa "One Planet" (ONE PLANET) per lo sviluppo sostenibile del turismo entro il 2030.

Il turismo sostenibile è un pilastro dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Il raggiungimento degli obiettivi di questa agenda, tuttavia, richiede un quadro chiaro per l'attuazione, finanziamenti adeguati e investimenti in diverse aree di applicazione come la tecnologia, le infrastrutture e, soprattutto, le risorse umane (https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda). Pertanto, a livello globale, il turismo può contribuire in modo significativo al raggiungimento di oltre 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, come illustrato di seguito nel caso della Grecia.

2.Obiettivo 8: Lavoro e sviluppo soddisfacenti

Il turismo, una delle forze trainanti dello sviluppo economico globale, fornisce attualmente il 9% dei posti di lavoro a livello mondiale, mentre in Grecia questa percentuale è del 25%. Nello specifico, per il 2019 il turismo ha offerto lavoro a circa 900.000 persone su un totale di 3,9 milioni di dipendenti.

Fornendo l'accesso a opportunità di lavoro dignitose, la società nel suo complesso, ma soprattutto i giovani e le donne, possono beneficiare delle competenze e dello sviluppo professionale acquisiti attraverso il settore turistico. In questo spirito, le Nazioni Unite hanno fissato l'obiettivo di "sviluppare e attuare, entro il 2030, politiche appropriate per promuovere un turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali".

3.Obiettivo 12: Consumo e produzione responsabili

Il settore turistico, adottando pratiche di consumo e produzione sostenibili (SCP), svolge un ruolo importante nell'accelerare il passaggio globale verso politiche sostenibili. Per raggiungere questo obiettivo, tuttavia, è indispensabile sviluppare e implementare strumenti adeguati per monitorare l'impatto dello sviluppo sostenibile del settore turistico, che a sua volta crea nuovi posti di lavoro e promuove la cultura locale e i prodotti nazionali.

4.Obiettivo 14: Flora e fauna marina

Il turismo costiero e marittimo, ovvero le forme di turismo più importanti per la Grecia, richiedono l'esistenza e il mantenimento di ecosistemi marini sani. Il turismo è parte integrante della gestione integrata delle zone costiere, al fine di contribuire, a sua volta, sia alla conservazione che alla corretta gestione di ecosistemi marini normalmente fragili. Il settore turistico può promuovere l'economia blu, in linea con i Principi delle Nazioni Unite per il 2030, che mirano all'"uso sostenibile delle risorse marine, compresa la gestione sostenibile della pesca, dell'acquacoltura e del turismo".

5.Regole e leggi vigenti per l'inclusione dei dipendenti in Grecia

Ai sensi dell'articolo 2 della Legge 2643/1998, le società o le aziende, greche o straniere, che operano in Grecia in qualsiasi forma, nonché le loro filiali, se impiegano più di cinquanta (50) persone, sono obbligate ad assumere le persone "protette" dalla Legge 2643/1998, in ragione dell'otto per cento (8%) sul totale del personale dell'azienda.

La società o l'azienda è obbligata ad assumere le persone che

soddisfano le condizioni di inclusione in questa legge.

Sono escluse da questo obbligo le società o le aziende che presentano nei loro bilanci un risultato negativo (perdita) nei due (2) anni immediatamente precedenti l'anno di annuncio.

Un obbligo analogo è previsto per gli enti pubblici, con una percentuale di "soggetti protetti" pari al dieci per cento (10%).

Come previsto dall'articolo 5, il collocamento delle persone "protette" viene effettuato dal Comitato ai sensi dell'articolo 9 della Legge 2643/1998 ed è obbligatorio per il datore di lavoro.

Il collocamento avviene in base alle qualifiche della "persona protetta" e alla composizione del personale impiegato nell'azienda o nell'ente pubblico.

Gli assunti sono pienamente assimilati, in base alle loro qualifiche, al resto del personale, in termini di condizioni di lavoro, retribuzione, promozioni e condizioni generali di lavoro, fatte salve le disposizioni speciali dell'articolo 11 della legge 2643/1998 per la cessazione del rapporto di lavoro.

Il rifiuto del datore di lavoro di assumere il dipendente collocato - in particolare quando rifiuta l'offerta effettiva e corretta dei servizi del dipendente - comporta i suoi arretrati, con l'obbligo di pagare la retribuzione del dipendente per il periodo in cui non è stato assunto. Le decisioni della Commissione possono essere impugnate presso la Commissione secondaria per il collocamento, il ritiro o l'eliminazione delle persone protette. I datori di lavoro obbligati, le persone protette e qualsiasi terzo che abbia un interesse legale hanno il diritto di presentare ricorso (articolo 9).

6.Comportamento pro-ambiente nell'industria turistica in Grecia

In Grecia, l'adozione di pratiche ecologiche nelle loro operazioni da parte degli imprenditori del settore turistico, così come la promozione dei prodotti locali, sebbene si siano rivelate costose e costituiscano una considerazione sospensiva, allo stesso tempo sono un obiettivo per la maggior parte di loro. Tuttavia, tutte le aziende e i loro dirigenti sono convinti che la tutela dell'ambiente determinerà la redditività e la longevità di questo settore di attività. La maggior parte degli imprenditori ha segnalato la necessità di proteggere l'ambiente e ritiene che il turismo non sia dannoso per la destinazione se c'è consapevolezza sia da parte delle imprese che dei visitatori. Tutti concordano sul fatto che la tutela dell'ambiente è una preoccupazione per tutti i soggetti interessati, siano essi imprese o turisti, oltre che per lo Stato. Per promuovere la sostenibilità ambientale nel settore alberghiero potrebbero quindi essere necessari più partenariati tra settore pubblico e privato, iniziative e condivisione delle migliori pratiche tra le aziende alberghiere. L'enfasi posta dal governo sulla Valutazione di Impatto Ambientale per le proposte di sviluppo alberghiero e la nuova Strategia di Sviluppo Alberghiero che raccomanda agli albergatori di attenersi rigorosamente alle Linee Guida per la Prevenzione dell'Inquinamento possono aver contribuito ad accrescere la preoccupazione degli albergatori per l'ambiente. La presente ricerca ha mostrato alti livelli di accordo con affermazioni quali "Il governo e gli albergatori dovrebbero incoraggiare un approccio più integrato alla gestione della qualità ambientale" e "Il governo e gli albergatori dovrebbero rafforzare ulteriormente gli sforzi per la conservazione dell'ambiente".

Essi credono nella necessità di una politica ambientale per il turismo, poiché l'ambiente influisce in modo decisivo sulla redditività delle destinazioni turistiche e delle imprese. Non hanno negato che la ricerca del profitto a breve termine a volte danneggi la protezione dell'ambiente. Tuttavia, la tutela dell'ambiente è un prerequisito per la sopravvivenza a lungo termine delle imprese, che contribuisce ad aumentare la

soddisfazione dei turisti e quindi garantisce il benessere delle imprese.

7.Gamification nelle scuole

In Grecia c'è un grande interesse da parte degli insegnanti per la gamification perché, se usata correttamente, avrà risultati positivi per gli studenti. Soprattutto gli insegnanti più giovani sono più disposti a cambiare e adattare le procedure che seguono nell'insegnamento e ad aggiungere tecniche di gioco per ottenere risultati migliori. Inoltre, hanno una maggiore familiarità con la tecnologia e i suoi sviluppi ed è più naturale per loro utilizzarla in classe.

Uno dei maggiori problemi che gli insegnanti sembrano dover affrontare riguardo all'uso delle tecniche ludiche è che non esiste un quadro di riferimento adeguato da parte del Ministero dell'Istruzione. Il Ministero dell'Istruzione non si occupa affatto di questo tema e nelle istruzioni fornite agli insegnanti ci sono solo pochi riferimenti a tali tecniche. Di conseguenza, non ci sono risorse e mezzi adeguati per poter utilizzare il gioco d'azzardo nell'educazione.

L'insegnante può organizzare parte del corso, ma è anche obbligato a seguire le istruzioni stabilite dal ministero. Può utilizzare alcune tecniche, ma non può fare mosse che lo portino contro le istruzioni del ministero. Inoltre, molti dei media non sono gratuiti e naturalmente non è responsabilità di ogni insegnante far pagare gli abbonamenti necessari per essere utilizzati.

Questo compito spetta alle spese per l'istruzione. Ciò che possiamo dedurre con certezza è che il livello di istruzione degli insegnanti greci è piuttosto alto e che la maggior parte di essi ha conoscenze in materia di gamification. La maggior parte ha utilizzato e utilizza tuttora tecniche di gioco e ritiene che possano avere effetti positivi sugli studenti. Le limitazioni nel suo utilizzo derivano più che altro dalla mancanza di infrastrutture adeguate.

Fonti

- TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM, Volume 14, Number 1, pp. 212-235
- OECD Territorial Reviews Regional Policy for Greece Post-2020, October 2020
- Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities, United Nations, World Tourism Organization, September 2020
- The Future of Work and Skills Development in Tourism United Nations World, Tourism Organization, 2019
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, August/September 2020
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, October 2020
- Greece2020 Annual Research: Key Highlights, World Travel Tourism Council, March 2020
- Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, October2018
- Evaluating socio-economic programmes. Principal evaluation techniques and tools, MEANS-collection, Vol. 3., European Communities, Luxembourg, European Commission, 1999
- Environmental management of a tourist destination - A factor of tourism competitiveness, Tanja Mihalic, Tourism Management 21 (2000) 65 – 78
- Current Trends and Prospects of Tourism Educationand Training in Greece, Polyxeni

- Moira, Dimitrios Mylonopoulos, StavroulaKefala, RivistaPiccola Impresa/Small Business - n. 1, anno 2019

- International tourism and climatechange, Daniel Scott, Stefan Gossling and C. Michael Hall, WIREs Clim Change 2012

- Management Models of Tourism Industry: The Case of Greece, Georgia Papadopoulou, Open Science Journal – April 2020

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI IN ROMANIA

Il presente documento si propone di fornire delle linee guida su come effettuare una revisione della ricerca scientifica e delle politiche esistenti. Sulla base dell'analisi della rassegna di articoli, le linee guida sintetizzano la ricerca teorica su come il concetto di turismo sostenibile e i suoi significati sono apparsi e si sono sviluppati in Romania, nel sistema dell'ospitalità, nelle regole e nelle leggi esistenti per l'inclusione dei dipendenti con disabilità, nel comportamento pro-ambientale nell'industria turistica, nell'ecoturismo e su come le scuole di turismo e le scuole superiori dovrebbero fare per preparare studenti ben qualificati per questo mercato del lavoro.

I risultati si basano su diverse modalità di ricerca che si concentrano su studi condotti principalmente all'interno dell'industria dell'ospitalità (interviste, casi di studio, incontri faccia a faccia con dipendenti e datori di lavoro del settore turistico).

1.Il contesto attuale del turismo romeno

"A differenza di altri Paesi dell'Europa orientale, la Romania dispone di risorse turistiche naturali ricche e diversificate, che ci danno una maggiore disponibilità turistica. Questo prezioso potenziale turistico si riflette in spettacolari forme del territorio e paesaggi panoramici, armoniosamente combinati, e in molte tradizioni che sono ancora conservate inalterate. Tuttavia, un potenziale turistico naturale e antropico di grande valore e varietà, concentrato in un'area relativamente piccola, non è riuscito finora a rendere l'industria turistica una fonte importante di crescita economica e di sviluppo complessivo. In termini di interesse turistico internazionale, la Romania è riconosciuta come ricca di risorse naturali, ma povera di servizi e infrastrutture, il che ci pone al secondo posto rispetto ai nostri vicini ungheresi che, pur non avendo le nostre risorse, superano in numero di turisti stranieri annui".

Il turismo sostenibile è diventato un tema importante da quando il numero di turisti è aumentato e le loro azioni hanno iniziato ad avere un impatto sui luoghi che visitano. Un gran numero di viaggiatori in un luogo influisce sulla vita di coloro che vi abitano e sull'intero ambiente. Anche se il turismo è un modo importante per aumentare l'economia di un'area, una cattiva gestione può creare squilibri.

2.Turismo sostenibile: significato

Il turismo sostenibile stabilisce un equilibrio tra gli aspetti ambientali, economici e socioculturali dello sviluppo turistico. Rispetta e sostiene le comunità locali, si prende cura dell'ambiente e della natura, offrendo ai viaggiatori un'esperienza piuttosto che una semplice visita. È l'unico modo per assicurarci di godere dei bellissimi luoghi di questo mondo e di farli godere anche ai nostri figli.

Il turismo sostenibile in Romania non è stato oggetto di attenzione fino a poco tempo fa, ma ogni anno diventa più conosciuto in tutto il mondo e alcuni luoghi hanno iniziato a essere molto frequentati (il castello di Bran, la strada Transfagarasan, per esempio).

3.Principali direzioni per sostenere il turismo sostenibile in Romania

1. Concentrarsi sulle esperienze: il primo passo per un turismo sostenibile è la comprensione del luogo che si visita.

2. Quando si visita un'attrazione, non è solo quello che si vede. Le storie su quell'attrazione, i dettagli sulle persone che vi hanno vissuto e i fatti interessanti e segreti che la riguardano rendono una semplice visita una vera esperienza.

3. I nostri viaggiatori non si limitano a visitare le principali attrazioni

della Romania, ma sperimentano anche la vita locale, il cibo tradizionale, per capire meglio la Romania. Una vacanza con esperienze è una vacanza ricca di ricordi

4. Lavorare con fornitori locali (alloggi, trasporti e ristoranti, interazione con la gente del posto, degustazione di cibo, pane e vino fatti in casa).

5. Un importante cambiamento che la Romania ha fatto nel 2018.

6. Sicurezza dei viaggiatori, in base alle condizioni meteorologiche, agli eventi locali.

7. Rispetto delle tradizioni locali e dell'ambiente

8. Le persone sono sempre più interessate a ciò che significa locale, autentico, nonostante la globalizzazione, il rischio di perdere l'elemento autentico, di distruggere la specificità dei luoghi. La sfida più grande è quella di conciliare la curiosità dei viaggiatori con il bisogno di spazio della gente del posto.

9. Preparare personale professionale nel settore del turismo (orientato al cliente, con capacità di problem solving, secondo gli standard internazionali di qualità, nuovi metodi di insegnamento e apprendimento nelle scuole e nelle scuole superiori di turismo).

10. Integrare le persone con disabilità, sia turisti che dipendenti, in questo settore.

Dal questionario applicato al personale turistico, barman, direttori d'albergo, camerieri, direttori di ristorante, cuochi, è emerso quanto segue:

- Ecoturismo, sviluppo sostenibile, cibo verde e riciclaggio:

- In Romania esistono leggi che prevedono il rispetto di questi

aspetti e i datori di lavoro possono essere sanzionati se non li rispettano;

- Informazioni corrette e chiare, istruzioni, supervisione e formazione per tutti i dipendenti;

- Il personale è informato, ma solo teoricamente, semplici informazioni nelle riunioni di lavoro con la firma di verbali di presenza;

- Non ci sono corsi pratici, né azioni concrete orientate a ciò che deve essere fatto per ottenere risultati osservabili e misurabili;

- In generale, solo i dirigenti o il personale senior beneficiano di questi corsi, la comunicazione tra dipendenti e direzione non è trasparente o non esiste affatto;

- Esiste una squadra di emergenza pronta ad intervenire nei casi di emergenza previsti (ad esempio, incendi, inondazioni, terremoti, inquinamento ambientale);

- Eseguono misure sanitarie preventive per garantire la massima sicurezza e protezione;

- Aggiornano e migliorano i loro metodi operativi per eliminare possibili incidenti e infortuni.

4.Impiego di persone con disabilità

L'articolo 74 della Legge n. 448/2006 stabilisce che le persone con disabilità hanno il diritto di disporre delle condizioni necessarie per esercitare la propria professione o occupazione, di mantenere un posto di lavoro e di avere pari opportunità di avanzamento professionale. L'impiego si basa sulla formazione professionale di ogni persona e la prova della disabilità è stabilita dalle commissioni di valutazione a livello di ogni

contea o a livello di uno dei settori di Bucarest.

5.Quadro legislativo

Il lavoro delle persone con disabilità è regolato dalla Legge n. 76/2002 e dalla Legge n. 448/2006, aggiornata nel 2019. Secondo queste leggi, hanno il diritto di lavorare, a seconda della loro formazione professionale e del grado di disabilità, e il datore di lavoro deve dar loro lo stesso rispetto degli altri dipendenti. Inoltre, la legge aggiornata 448/2006 menziona anche che le agevolazioni e i diritti vanno a beneficio di giovani e adulti con disabilità, cittadini rumeni, di Paesi membri dell'UE o di Paesi non membri dell'UE, durante il periodo in cui hanno, secondo la legislazione in vigore, il domicilio o la residenza in Romania. Per l'occupazione, la capacità professionale è verificata da una prova di lavoro retribuita, della durata di almeno 45 giorni lavorativi, ai sensi dell'art. 84 della Legge 448/2006 aggiornata. 84 della Legge 448/2006 aggiornata nel 2019.

6.Istituzioni tenute ad assumere persone con disabilità

In generale, le autorità e le istituzioni pubbliche, le ditte giuridiche, pubbliche o private con almeno 50 dipendenti sono tenute per legge ad assumere un numero di persone con disabilità pari ad almeno il 4% del numero totale di dipendenti.

Obblighi del datore di lavoro - Le aziende o le istituzioni che non assumono persone con disabilità possono optare per una delle seguenti alternative:

- Il versamento mensile al bilancio statale di un importo equivalente al 50% del salario minimo lordo a livello nazionale moltiplicato per il numero di posti di lavoro non occupati da persone con disabilità;

- l'acquisto di prodotti o servizi da parte delle unità protette autorizzate per un importo equivalente a quello dovuto al bilancio statale.

Ma in realtà, poche persone conoscono davvero i loro diritti e il modo in cui applicarli. La legge esiste, ma le persone con disabilità vengono ancora evitate, per evitare complicazioni.

7.La gamification nelle scuole turistiche

L'apprendimento attraverso il gioco di ruolo, l'apprendimento orientato al cliente e il problem solving per i lavoratori del turismo è un altro aspetto a cui mira il nostro progetto.

A seguito di interviste con insegnanti, formatori, direttori d'albergo, personale dell'industria turistica e futuri dipendenti, studenti attuali, hanno dichiarato quanto segue:

- I diplomati delle scuole di turismo devono sviluppare capacità di comunicazione e risolvere i problemi concreti che devono affrontare quotidianamente;

- Sono ben preparati a livello teorico, ma è molto difficile per loro prendere una decisione o agire in base alle richieste del cliente; è necessaria una formazione che tenga conto dei problemi della vita quotidiana, dell'orientamento al cliente e del problem solving come base per la formazione del futuro lavoratore del turismo;

- L'80% degli studenti della Scuola Superiore di Turismo di Calimanesti svolge il proprio tirocinio negli alberghi e nelle pensioni della località, mentre durante l'estate i ragazzi con più di 16 anni sono impiegati per 6 ore;

- L'apprendimento attraverso il gioco, il role-playing, la simulazione, il problem solving è un must nelle scuole di turismo; inoltre, la

comunicazione in lingue straniere di diffusione internazionale.

Queste sono le ragioni principali per una nuova libro guida adattata al turismo e alle scuole di turismo. Si tratta di un settore economico competitivo e in costante sviluppo, gli insegnanti e i formatori devono tenersi aggiornati sulle ultime tecniche di formazione dei futuri dipendenti, utilizzare piattaforme di apprendimento online, anticipare le esigenze e offrire soluzioni sostenibili.

REVISIONE DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DELLE POLITICHE ESISTENTI IN TURCHIA

1.Introduzione

Il turismo è uno dei principali settori del mondo e la sua sostenibilità dipende principalmente dallo sviluppo e dalla protezione delle risorse turistiche. Oggi il settore turistico è diventato più attento all'ambiente grazie alla crescente consapevolezza ambientale e agli sforzi per la protezione dell'ambiente. Inoltre, i problemi ambientali hanno sensibilizzato i turisti. Per lo sviluppo e la sostenibilità del turismo, le parti interessate dovrebbero tenere conto di questo cambiamento. A causa degli effetti distruttivi del turismo di massa, sono emersi nuovi tipi di turismo. Questi nuovi tipi di turismo sono chiamati turismo alternativo, tra cui l'ecoturismo e il turismo naturalistico. Ecoturismo è un termine relativamente nuovo. Dopo la definizione dei "criteri per una terra e un ambiente sostenibili" del Vertice della Terra di Rio, tenutosi nel 1992, questi criteri sono stati applicati all'industria del turismo. Il punto principale di questa concezione è il trarre beneficio dalle risorse senza distruggere la cultura locale. I termini ecoturismo sono diventati importanti e una definizione comune è stata accettata durante il "World Ecotourism Summit", tenutosi a Quebec City, in Canada, nel maggio 2002, con la partecipazione di 1.100 delegati provenienti da 133 Paesi. L'ecoturismo è: "Un approccio o un atteggiamento che assicura la sostenibilità delle fonti naturali della Terra, sostenendo al contempo lo sviluppo finanziario delle comunità locali e sorvegliandone l'integrità culturale e sociale". I principi accettati dai Paesi sono i seguenti:

- Sviluppo di politiche e pianificazione dell'ecoturismo;
- Sviluppo di principi per l'ecoturismo;
- Sviluppo, marketing e promozione di prodotti ecoturistici;

- I pro e i contro (sia finanziari che emotivi) dell'ecoturismo.

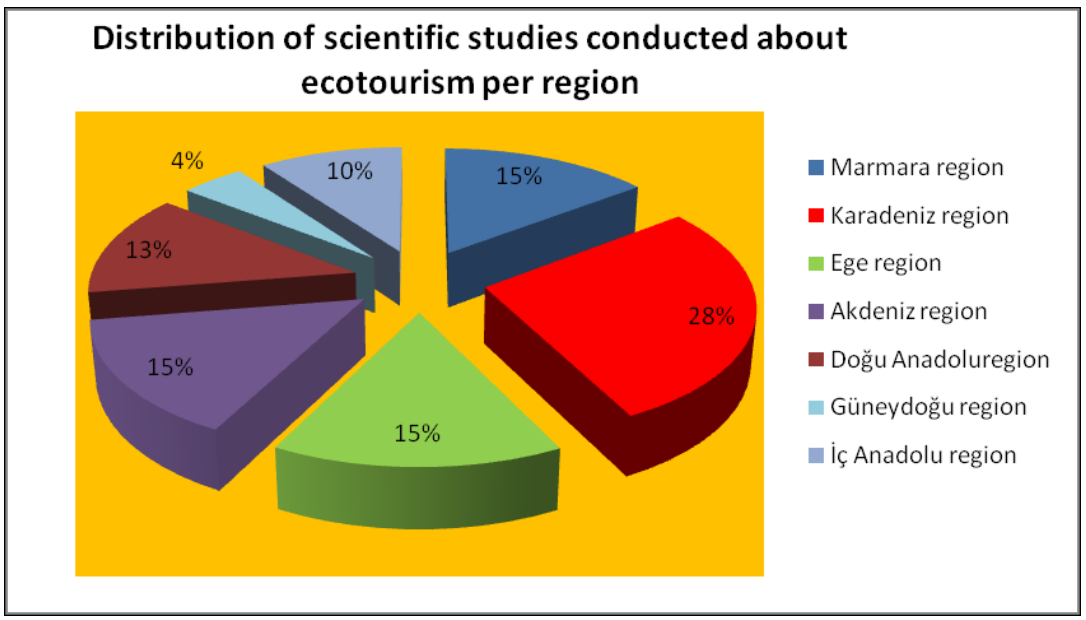
L'ecoturismo e il turismo sostenibile in Turchia sono stati messi in agenda per la prima volta con l'8° Piano di sviluppo quinquennale (2001-2005). I beni naturali della Turchia sono le principali attrazioni turistiche del Paese. Si può quindi affermare che la natura e l'ambiente naturale sono le principali attrazioni che influenzano i piani di viaggio delle persone e sono anche le risorse insostituibili dell'industria turistica (Usta, 2001). La Turchia ha un potenziale turistico ricco e diversificato grazie alle sue risorse naturali e culturali. La Turchia può accogliere diversi tipi di turisti grazie alla sua diversità storica e culturale, alle diverse caratteristiche climatiche e alla possibilità di effettuare vari tipi di turismo (Arslan, 2003; Aslan, 2005; Demir e Çevirgen 2006; Akşit 2007).

L'obiettivo principale di questo studio è esaminare gli studi scientifici sull'ecoturismo in Turchia per anno e regione. Inoltre, si è cercato di presentare la consapevolezza scientifica in Turchia.

2.Studi scientifici sull'ecoturismo per regione

La Turchia possiede un ricco patrimonio culturale, flora e fauna, formazioni geologiche, fiumi e laghi. Per questo motivo, un gran numero di studi è stato condotto nelle regioni geografiche della Turchia. La Figura 1 mostra la distribuzione per regione degli studi scientifici condotti sull'ecoturismo tra il 1991 e il 2017.

Come si vede nella Figura 1, la regione del Mar Nero (28%) è in testa in termini di studi scientifici pubblicati. Il ricco potenziale ecoturistico della regione, come valli, grotte, canyon, fiumi, risorse storiche, uccelli e biodiversità, aumenta il numero di studi. La Regione Mediterranea (80 articoli scientifici), la Regione di Marmara (79 articoli scientifici) e la Regione Egea (81 articoli scientifici) hanno tassi simili (15%). La Regione dell'Anatolia sud-orientale (4%) ha il tasso più basso dopo la Regione



dell'Anatolia orientale (13%) e la Regione dell'Anatolia centrale (10%).

Figura 1. Distribuzione degli studi scientifici condotti sull'ecoturismo per regione (%).

3.Studi sull'ecoturismo condotti in Turchia per città

Valutando gli studi condotti nelle città tra il 1991 e il 2017, si è visto che sono stati compiuti progressi significativi a Balıkesir (Regione dell'Egeo) e a Bartın (Regione del Mar Nero) (vedi Figura 2).

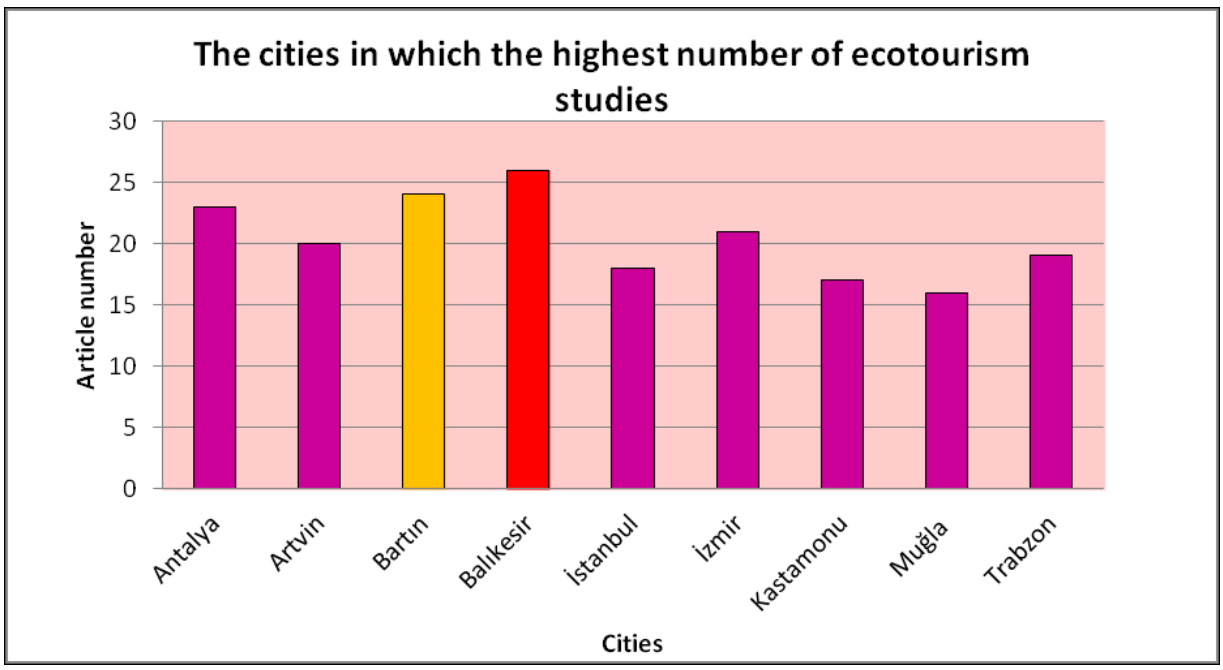


Figura 2. Distribuzione degli studi sull'ecoturismo per città

La Figura 2 mostra le città con il maggior numero di studi scientifici. Balıkesir è in testa con 26 articoli scientifici, mentre Kastamonu segue con 17 articoli. Si può quindi affermare che la consapevolezza scientifica è elevata in queste due città. La Figura 3 mostra alcuni studi sull'ecoturismo di media scala per città. Aydın con 13 studi scientifici, Rize con 12 studi scientifici, Konya con 9 studi scientifici ed Elazığ con 7 studi scientifici sono tra queste città.

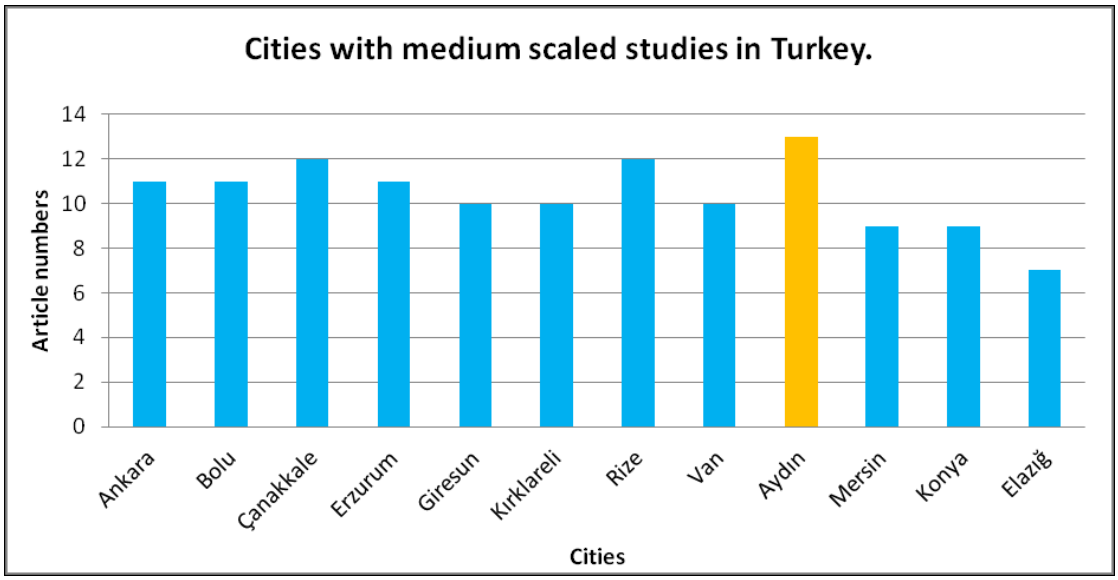
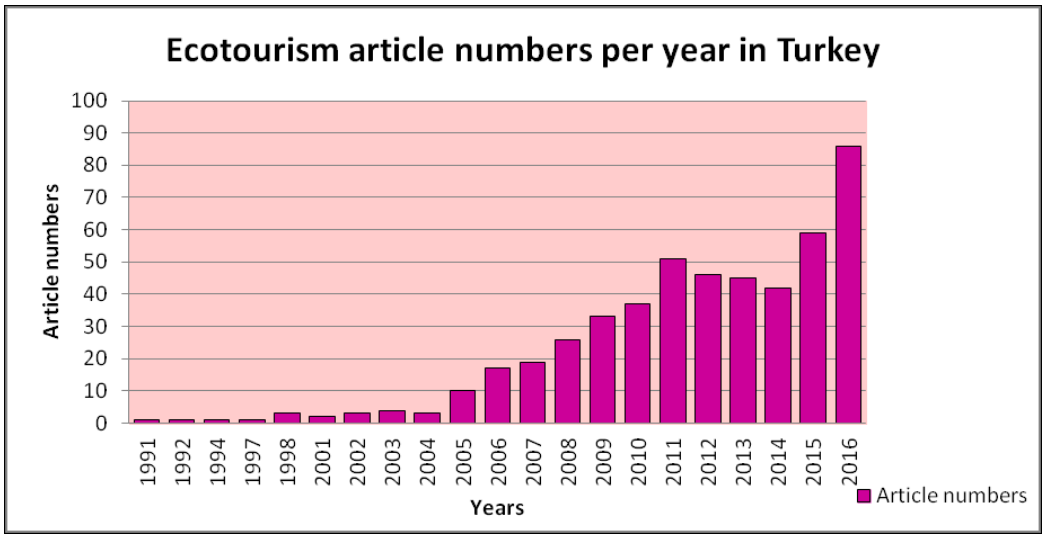


Figura 3. Studi sull'ecoturismo di media scala per città in Turchia.

4.Studi per anno

L'ecoturismo ha acquisito importanza a partire dagli anni Novanta. La consapevolezza dell'ecoturismo è aumentata gradualmente in Turchia. La consapevolezza dell'ecoturismo ha iniziato a crescere con l'8° piano di sviluppo quinquennale. Ad eccezione degli anni 2012, 2013 e 2014, il numero di studi è aumentato. Soprattutto nel 2015 (59 articoli scientifici) e nel 2016 (86 articoli scientifici) il numero di articoli è aumentato notevolmente.



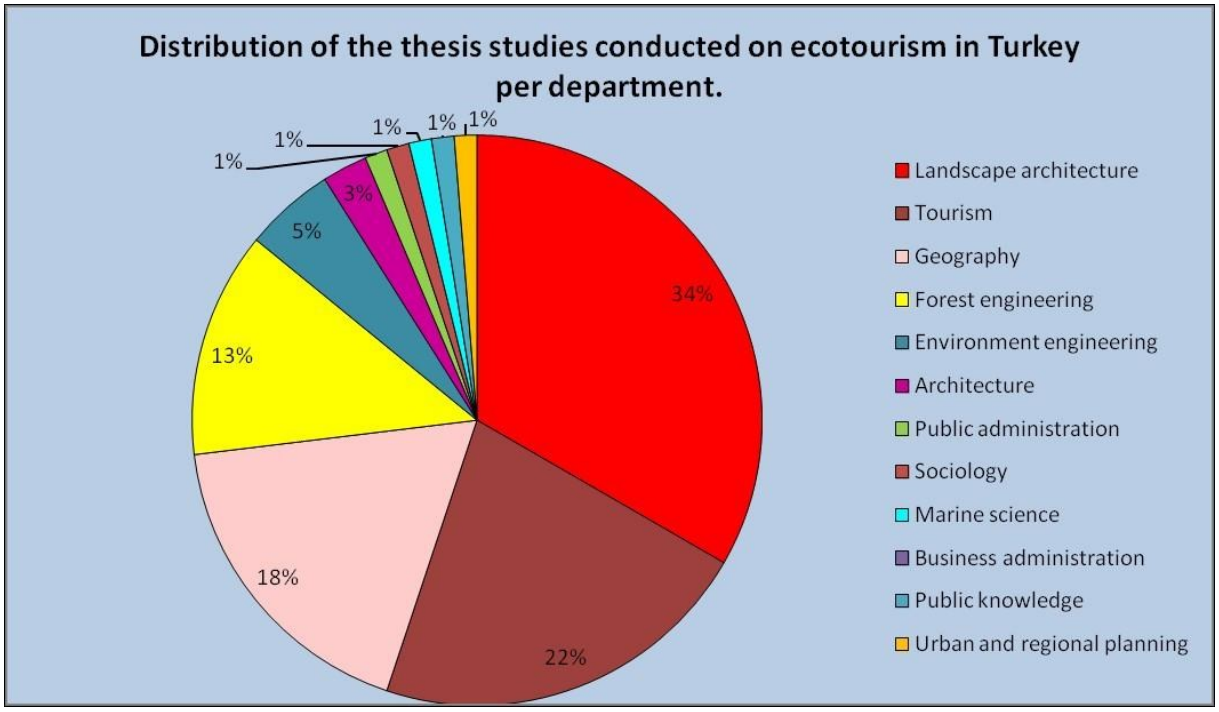
5.Tesi registrate dal Consiglio dell'Istruzione Superiore (YÖK)

Sono stati analizzati i dati ottenuti dal sito web del Consiglio dell'istruzione superiore e sono state determinate le tesi per dipartimento, per anno e per tipo.

6. Distribuzione delle tesi per dipartimenti registrati dal Consiglio per l'istruzione superiore (YÖK)

Quando si esaminano gli studi sull'ecoturismo, si nota che la maggior parte delle tesi sono svolte presso il Dipartimento di Architettura del Paesaggio (33%), seguito dal Dipartimento di Management del Turismo (22%) e dal Dipartimento di Geografia (18%). I dipartimenti con il tasso minore (1%) sono quelli di Pubblica Amministrazione, Sociologia, Scienze Marine, Economia Aziendale, Pianificazione Urbana e Regionale (vedi Figura 5).

Figura 5. Distribuzione delle tesi sull'ecoturismo per dipartimento



7.Conclusioni

L'ecoturismo è un fenomeno in via di sviluppo in Turchia. Poiché le persone sono sempre più interessate a visitare nuovi luoghi e desiderano fare nuove esperienze, i viaggi nelle aree naturali e il numero di ecoturisti sono in aumento. Questo studio dimostra che la consapevolezza scientifica verso la sostenibilità, lo sviluppo sostenibile e l'ecoturismo ha acquisito maggiore importanza e che il numero di studi qualificati sull'ecoturismo in Turchia è aumentato negli ultimi anni. Le aree ad alto potenziale ecoturistico sono state designate come aree ecoturistiche nella Strategia Turistica 2023 della Turchia dal Ministero della Cultura e del Turismo e sono stati avviati alcuni sforzi per preservare queste aree e raggiungere la sostenibilità del turismo. Sono stati compiuti sforzi per preservare le bellezze naturali, sviluppare la consapevolezza culturale, proteggere le risorse da possibili distruzioni e dare maggiore importanza alla capacità di carico nelle aree fragili. Turisti inconsapevoli e attività ecoturistiche non pianificate danneggiano la biodiversità e rovinano le risorse naturali e culturali. Inoltre, le attività ecoturistiche non controllate hanno effetti negativi sulla natura, sulla vita naturale, sulla popolazione locale e sull'economia locale/nazionale. Questi effetti negativi possono essere elencati di seguito (Erdoğan e Yağcı, 2011);

- Degrado ambientale;
- Possibili effetti sociali e culturali negativi;
- Nuove opportunità di lavoro per le popolazioni locali che hanno un effetto molto basso sul loro benessere finanziario;
- I lavori stagionali influiscono sugli stili di vita e sui metodi di produzione tradizionali della popolazione locale. Distruzione o marginalizzazione dell'economia locale con intense attività ecoturistiche e trasformazione in un'economia stagionale, in quanto la popolazione locale si concentra sull'attività lavorativa, sull'artigianato, sulla vendita di prodotti locali, ecc.

Analizzando gli studi scientifici sull'ecoturismo per anno, si nota che il maggior numero di studi è stato condotto nel 2016. Pertanto, si può concludere che la borsa di studio di incentivazione accademica concessa dal Consiglio per l'istruzione superiore nel periodo 2015-2016 ha dato un contributo significativo agli studi scientifici. Gli studi sull'ecoturismo si sono concentrati soprattutto sull'uso sostenibile delle risorse, sull'uso eccessivo delle risorse, sulla diminuzione dei rifiuti, sulla conservazione della biodiversità, sul sostegno alle economie e alle comunità locali, sull'educazione ambientale, sulla collaborazione tra gli operatori turistici e sulla sensibilizzazione del pubblico.

ISTO

1. Come incoraggiare il turismo ecologico

Communauté de communes du Sud-Corse

Turismo di massa in piazza San Marco, Venezia

1. INTRODUZIONE

Incoraggiare le pratiche di ecoturismo nel settore alberghiero e della ristorazione non è facile. Infatti, il settore alberghiero è un settore che, per sua natura, tende a produrre inquinamento, sia acustico, che visivo e ambientale.

Quali sono dunque le soluzioni a nostra disposizione per limitare l'impatto dell'industria alberghiera e della ristorazione sull'ambiente?

Fortunatamente esistono sempre più soluzioni e molte aziende del settore si stanno già orientando verso soluzioni eco-responsabili per limitare l'impatto negativo che hanno sul territorio.

Purtroppo, l'industria alberghiera e della ristorazione nel suo complesso è un sistema solido che funziona nello stesso modo da molti

anni. Lontano dal Grand Tour, in cui i giovani ricchi visitavano l'Europa, il settore alberghiero si è progressivamente aperto al turismo di massa, nato nel dopoguerra, in particolare con l'avvento delle vacanze a pagamento.

Sebbene il turismo di massa abbia un'immagine molto negativa nell'immaginario comune (Venezia, Barcellona, ecc.), ha dato da vivere a molti albergatori per decenni. Questi albergatori hanno quindi dovuto adattare le loro strutture all'"industria" del turismo.

Il desiderio di fare profitto a tutti i costi, di rendere le strutture alberghiere il più redditizie possibile, ha portato i professionisti del turismo a ignorare l'ambiente e a trascurare l'aspetto eco-responsabile, troppo costoso e incompatibile con una gestione "di massa".

2. COS'È L'ECO TURISMO?

Mentre tutti concordano sul fatto che il turismo di massa è un sistema superato che ha fatto il suo tempo, è meno chiaro cosa sia l'ecoturismo. La definizione proposta da Ceballos-Lascurain (1987) è forse la più appropriata: "la forma di turismo che consiste nel visitare aree naturali relativamente intatte o indisturbate, con l'obiettivo di studiare e ammirare il paesaggio e le piante e gli animali selvatici che contiene, nonché le manifestazioni culturali (passate e presenti) che si possono osservare in queste aree".

Come già detto, il turismo è per sua natura un'attività inquinante e non ecologica. Tuttavia, la situazione tende ad evolversi, come testimoniano le strategie adottate dai governi.

Infatti, "dalla pubblicazione del Rapporto Bruntland nel 1987 e dall'organizzazione dei Vertici della Terra a RIO e Johannesburg, il concetto di "sviluppo sostenibile" ha mobilitato molti Paesi, dai più ricchi ai più poveri.

Tuttavia, come il termine ecoturismo, il termine sviluppo sostenibile è piuttosto oscuro e rimane vago.

1992, Earth Summit in Rio de Janeiro, Brazil
© Droits réservés, Mount Holyoke College

Molti ricercatori sono appassionati di questo nuovo paradigma e stanno cercando di trovare soluzioni che combinino la protezione degli ecosistemi con lo sviluppo socio-economico. Sebbene la nozione di sviluppo sostenibile sia ampiamente accettata, la sua attuazione varia da Paese a Paese e suscita persino una forte opposizione da parte di scienziati, aziende e persino del pubblico in generale.

In effetti, uno dei principali problemi insiti nelle strategie globali è che è difficile (se non impossibile) armonizzare l'attuazione di queste strategie e adattarle a tutti i Paesi dell'ONU.

Nonostante la difficoltà di stabilire una strategia comune per tutti i Paesi. Nel 2006, il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente e l'Organizzazione Mondiale dell'Ambiente hanno istituito un Programma

per lo Sviluppo del Turismo Sostenibile, affermando che qualsiasi programma futuro dovrebbe essere guidato da esso e prendere in considerazione i seguenti dodici obiettivi per il turismo sostenibile:

1. Vitalità economica
Garantire la vitalità e la competitività delle destinazioni e delle imprese turistiche in modo che possano continuare a prosperare e a generare benefici a lungo termine.

2. Prosperità locale
Massimizzare il contributo del turismo alla prosperità economica della destinazione ospitante e, in particolare, la percentuale di spesa turistica a beneficio della comunità locale.

3. Qualità dell'occupazione
Migliorare il numero e la qualità dei posti di lavoro locali creati e sostenuti dal turismo, compresi i livelli salariali, le condizioni di lavoro e le pari opportunità di impiego, senza discriminazioni di genere, razza, disabilità o altro.

4. Equità sociale
Cercare un'ampia ed equa distribuzione dei benefici economici e sociali del turismo in tutta la comunità beneficiaria, compreso il miglioramento delle opportunità di lavoro, del reddito e dei servizi per i più poveri.

5. Soddisfazione dei visitatori
Offrire attività sicure, gratificanti e apprezzate a tutti i visitatori, senza discriminazioni di genere, razza, disabilità o altro.

6. Controllo locale
Coinvolgere e responsabilizzare le comunità locali nella pianificazione e nel processo decisionale sulla gestione e sullo sviluppo futuro del turismo nella loro area, in consultazione con altri soggetti interessati.

7. Benessere della comunità

Mantenere e migliorare la qualità della vita delle comunità locali, comprese le strutture sociali e l'accesso alle risorse, ai servizi comunitari e ai sistemi di supporto alla vita, evitando qualsiasi forma di degrado o sfruttamento sociale.

8. Ricchezza culturale
Rispettare e rafforzare il patrimonio storico, la cultura autentica, le tradizioni e le peculiarità delle comunità ospitanti.

9. Integrità fisica
Mantenere e migliorare la qualità del paesaggio, sia urbano che rurale, ed evitare qualsiasi degrado fisico e visivo dell'ambiente.

10.Diversità biologica
Sostenere la conservazione delle aree naturali, degli habitat, della fauna selvatica e delle piante e ridurre al minimo i danni.

11.Efficienza delle risorse
Ridurre al minimo l'uso di risorse scarse e non rinnovabili nello sviluppo e nel funzionamento delle infrastrutture e dei servizi turistici.

12.Purezza ambientale
Ridurre al minimo l'inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo e la produzione di rifiuti da parte delle imprese turistiche e dei visitatori" (Fonte: Rapporto del Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP)).

Questo programma serve come linea guida per tutti i Paesi che desiderano intraprendere un processo di transizione ecologica per il turismo. Ogni strategia dovrebbe tenere conto di queste 12 proposte.

3. ECOTURISMO MESSO IN PRATICA

Ora che abbiamo visto le definizioni di ecoturismo e di sviluppo sostenibile nel turismo, dobbiamo definire come l'ecoturismo viene messo in pratica. Come fa una struttura a diventare "ecoturistica"? Quali sono le prove dell'ecoturismo? Esistono etichette che attestano le buone pratiche?

3.1. Il marchio europeo di qualità ecologica: una testimonianza di buona pratica europea

L'Ecolabel UE è un marchio rigoroso, volto a premiare le aziende che adottano pratiche responsabili dal punto di vista ambientale. Il marchio ha una categoria specializzata per il turismo, certificata dall'AFNOR in Francia.

Secondo il loro sito web, le strutture che richiedono il marchio saranno valutate in base ai seguenti punti:

- **Gestione generale: g**estione ambientale, formazione del personale, informazione dei clienti, manutenzione degli apparecchi e dei dispositivi di riscaldamento, monitoraggio dei consumi.

- **Riduzione del consumo di energia:** fornitura di energia elettrica rinnovabile, riscaldamento, illuminazione

- **Riduzione del consumo di acqua:** servizi igienici, pulizia della biancheria

- **Riduzione e differenziazione dei rifiuti e delle acque reflue**

- **Altri criteri:** promozione del trasporto ecologico, informazioni sull'Ecolabel europeo, ecc.

L'Ecolabel UE è riconosciuto in tutta Europa ed è un'ottima base per le aziende che desiderano far convalidare ufficialmente la propria strategia ecoturistica.

L'assegnazione del marchio Ecolabel avviene in 7 fasi (8 se si conta la fase di comprensione del marchio). Il processo di candidatura è il seguente:

- Pre-applicazione: Capire il marchio Ecolabel UE

- Fase 1: contattare l'organo competente

- Fase 2: registrare i propri beni o servizi nel catalogo online del marchio Ecolabel UE (ECAT) o nel catalogo delle strutture ricettive Ecolabel UE.

- Fase 3: Creare il dossier di candidatura con la descrizione dei beni e dei servizi e le prove effettuate.

- Fase 4: Presentazione della domanda e pagamento dei diritti.

- Fase 5: Valutazione

- Fase 6: approvazione della domanda e rilascio della licenza

- Fase 7: Comunicazione dei prodotti e servizi Ecolabel UE

4. ESEMPI DI BUONE PRASSI

L'Ecolabel UE rappresenta una buona base per convalidare un approccio ecoturistico. Tuttavia, per ottenere questo marchio, lo stabilimento candidato deve impegnarsi in un approccio ecoresponsabile.

Questo capitolo si propone di fornire ai professionisti del settore alberghiero esempi di buone pratiche che consentano alla struttura di effettuare la transizione ecologica.

1. Gestione dei rifiuti

La gestione dei rifiuti nel settore alberghiero è un'area che può essere facilmente migliorata con gli attuali mezzi governativi di gestione e separazione dei rifiuti. Qualsiasi azienda che voglia intraprendere un processo di transizione ecologica deve prendere in considerazione la gestione dei propri rifiuti.

La gestione dei rifiuti avviene in due fasi:

- **L'uso di prodotti che generano meno rifiuti o che generano rifiuti "migliori".** A questo livello, le proposte della World Wildlife Fundation (WWF) appaiono molto pertinenti.

- **Preferire prodotti con il minor numero possibile di imballaggi:** quando si fa la spesa, privilegiare ad esempio i grandi contenitori o i prodotti sfusi.

- **Privilegiare gli imballaggi riciclabili o riutilizzabili:** d'ora in poi i negozianti non potranno più offrire gratuitamente ai clienti sacchetti o buste di plastica (tranne che per i prodotti alimentari sfusi). Attenzione ai cosiddetti sacchetti biodegradabili o frammentabili: il loro impatto chimico sul suolo è tale che è meglio usare un sacchetto riutilizzabile anche per loro.

- **Non comprate acqua in bottiglia:** le bottiglie di plastica rappresentano una parte considerevole dei rifiuti domestici. L'acqua del rubinetto è di ottima qualità ed esistono diversi dispositivi per filtrarla;

- **Scegliere prodotti riutilizzabili che durino nel tempo: i**nvestire in attrezzature di qualità che durino a lungo. Evitate i prodotti usa e getta (salviette, piatti di plastica o di cartone) e acquistate ricariche o prodotti concentrati piuttosto che il prodotto completo (ricariche di cartucce d'inchiostro, prodotti per la pulizia, ecc.

Prodotti di legno riutilizzabili

- **La corretta gestione dei rifiuti.** Se è impossibile evitare di produrre rifiuti, è importante sapere come gestirli correttamente. La raccolta differenziata è un sistema collaudato che sta diventando efficace in tutta Europa.

È vero che a volte è difficile sapere come differenziare. La differenziazione è mediata da dispositivi che i servizi tecnici non hanno previsto, poiché fanno parte della sfera privata. Praticare la raccolta differenziata richiede un investimento in materiali, tempo e spazio, tutti dedicati ai rifiuti secondo i metodi più recenti. Stiamo quindi passando da un sistema di raccolta che tende alla scomparsa dei rifiuti (Deleuil, 2002) a sistemi che prevedono che i rifiuti fioriscano in cucina attraverso la differenziazione. Questo profondo cambiamento nell'uso e nell'accettazione si ottiene attraverso una normalizzazione del comportamento che la comunicazione ufficiale ha cercato di costruire e che si sta dimostrando efficace, almeno tra i selezionatori. Il lavoro con i non selezionatori permetterebbe di osservare se si trovano in una situazione di dissidenza, cioè di riconoscimento della norma (David-Jougneau, 1989), o di indifferenza, nel qual caso la normalizzazione riguarderebbe solo coloro che la praticano e contribuirebbe a definire gruppi sociali identificabili per le loro pratiche di rifiuto.

2. Consumo di acqua

Il consumo di acqua è un problema importante per il settore alberghiero.

Infatti, in un hotel 3*, in media quasi il 40% del consumo d'acqua riguarda le camere e il 30% le cucine e gli annessi. È quindi opportuno monitorare i consumi effettivi. Tuttavia, è possibile adottare alcune misure per ottimizzare il consumo d'acqua e individuare le cause dello slittamento.

Si possono definire quattro aree di miglioramento. Questo per ridurre i costi legati al consumo di acqua e per inserirsi in una politica di sviluppo sostenibile che possa essere un argomento per i clienti:

- **A caccia di perdite d'acqua**

Le perdite d'acqua non sono necessariamente visibili, ma le loro conseguenze sulla bolletta dell'acqua sì. Tuttavia, ci sono alcune cose che si possono fare per prevenirle.

- Individuate i principali punti di possibile perdita: tubature (valvole, raccordi, ecc.), punti di prelievo (rubinetti, docce, sciacquoni, ecc.) e, se la vostra struttura ne possiede una, la piscina.

- Se possibile, redigete una mappa dei circuiti idrici e una planimetria dello stabilimento!

- Monitorate il consumo in base al numero di persone presenti nella struttura (pernottamenti o coperti).

- Leggete regolarmente i contatori dell'acqua e registrate i dati su un quaderno o utilizzate un computer per monitorare i consumi.

- Installate dei contatori parziali (o sottometri) per individuare meglio eventuali perdite e monitorare i consumi per settore.

- Effettuare la manutenzione degli impianti: decalcificarli regolarmente, cambiare gli impianti più vecchi e/o stipulare un contratto di manutenzione con un fornitore di servizi specializzato in questo settore.

- **Attrezzare la struttura**

Per funzionare correttamente, le apparecchiature del locale devono ricevere una pressione dell'acqua compresa tra 2,8 e 3,2 bar.

Ogni area del locale può essere dotata di attrezzature adeguate per ridurre il consumo d'acqua:

- Locali: installazione di rubinetti miscelatori o, per i rubinetti tradizionali, installazione di aeratori e limitatori di flusso per lavandini e docce. Per i servizi igienici, installazione di serbatoi con un volume standard da 3 a 6 litri e di uno sblocco a due pulsanti.

- Strutture sanitarie comuni: installazione di rubinetti con pulsanti o rilevatori di presenza.

- Cucine: per i lavelli delle stoviglie, installazione di una doccetta con comando manuale e per gli altri punti d'acqua, installazione di rubinetti a portata variabile.

- Per i bicchieri e le lavastoviglie, fate riferimento all'etichetta "energia" (preferite A++ o A+++) e all'etichetta "consumo d'acqua" per scegliere il più adatto al vostro locale (piccoli ristoranti, grande numero di coperti, ecc.).

- Se il vostro locale dispone di spazi verdi, pensate a raccoglitori di acqua piovana, irrigazione a goccia e/o pacciamatura.

- **Mobilitazione del personale**

Il risparmio idrico passa anche attraverso la mobilitazione del personale nelle sue attività quotidiane. Ciò comporta anche la manutenzione e la prevenzione.

- Pianificate incontri regolari per ricordare le vostre raccomandazioni anti-spreco e ambientali. Fornite liste di controllo e una guida alle procedure.

- Formate alcune persone (personale di sala, manutentori, giardinieri, cuochi, ecc.) per controllare la rete e le attrezzature.

- Stabilite controlli regolari da parte di questo personale addestrato e fate un resoconto.

- Sensibilizzare i clienti

- Infine, una struttura non può implementare queste soluzioni di risparmio idrico senza la partecipazione attiva dei suoi clienti.

Dovete quindi informare i clienti del vostro approccio non appena entrano nel vostro locale: promuovendo un'etichetta eco-responsabile ottenuta, o esponendo informazioni precise e mirate.

- Raccomandazioni per evitare di sprecare acqua in bagno, come conservare asciugamani e lenzuola per un giorno in più per evitare pulizie intempestive.

- Trasmettere un messaggio positivo attraverso questo display, argomentare e spiegare l'interesse della loro azione.

- Sostenete questa politica ambientale esponendo una carta, fornendo un questionario di soddisfazione e/o evidenziando le azioni già intraprese nella zona in cui si trova la vostra struttura.

È possibile ottenere risparmi significativi se la Direzione, il personale e

i clienti agiscono insieme.

- **Ottimizzare l'uso della lavanderia**

La gestione della lavanderia è una delle aree a maggior impatto ambientale di un hotel. Infatti, la lavanderia rappresenta fino al 30% dell'impatto ambientale di un hotel: cambiamenti climatici, consumo di acqua ed energia, rifiuti, detergenti. La lavanderia può rappresentare la voce di costo ambientale più elevata per un hotel.

Esistono diversi modi per ridurre l'impatto ambientale della biancheria: ridurre il consumo di biancheria riorganizzando le procedure di gestione e sensibilizzando i clienti, lavorare sul tipo di tessuto utilizzato (peso, dimensioni, tessuto, ecc.), analizzare l'impatto della gestione interna o esterna della biancheria (attrezzature utilizzate, trasporto, ecc.). Meno biancheria, più risparmio per l'ambiente!

Towels in a hotel, source Unsplash

- **Cambio della biancheria nelle camere**

In una struttura alberghiera è normale sostituire la biancheria da bagno ogni giorno e quella da letto regolarmente.

Proprio in questo caso gli albergatori possono partire dal presupposto che la biancheria può essere riutilizzata di norma, se non è sporca o troppo umida, allo stesso modo in cui a casa tutti utilizzano gli asciugamani più volte.

Alcuni hotel ora permettono agli ospiti di cambiare gli asciugamani solo su richiesta. Gli ospiti sono invitati a lasciare gli asciugamani sporchi sul pavimento o nella doccia/vasca quando vogliono cambiarli. Il "codice" sta diventando noto agli ospiti dell'hotel e ogni struttura lascia il messaggio su un cartello nel bagno.

Ogni struttura, gruppo o associazione ha sviluppato un proprio cartello, ma il contenuto del messaggio è generalmente lo stesso.

Tuttavia, è necessario rispettare alcuni punti di comunicazione per garantire che il progetto sia ben accolto dalla clientela:

- contenuto del messaggio chiaro e cortese
- collocare il poster/segnalazione vicino agli asciugamani puliti in bagno

Come per qualsiasi iniziativa di sensibilizzazione, è importante non solo sensibilizzare il cliente, ma anche mettere a disposizione altri elementi che facilitino il sostegno del cliente a questo tipo di iniziativa:

Installare mollette e/o portasciugamani sufficientemente grandi. Se i clienti ritengono di non avere spazio sufficiente per asciugare l'asciugamano, non parteciperanno al programma.

Utilizzare un cesto per la biancheria (preferibilmente in legno o vimini) per evitare che la biancheria giaccia sul pavimento: è visivamente più

piacevole nascondere gli asciugamani usati in un cesto, e gli asciugamani saranno meno sporchi e pesanti perché non assorbiranno più l'acqua versata sul pavimento.

5. SOSTITUIRE LA BIANCHERIA CON ALTRA MENO DANNOSA PER L'AMBIENTE

La grammatura media della biancheria alberghiera varia da 300 a 750 g/m2 per gli asciugamani e da 120 a 400 g/m2 per la biancheria da letto. Una grammatura elevata non è necessariamente garanzia di alta qualità, ma è generalmente associata ad essa. Può essere utile ridurre il peso.

Ad esempio, per le lenzuola da bagno di dimensioni 70 x 140: un peso di 350 g/m2 (cioè 392 g) sostituito da un peso di 400 g/m2 (cioè 343 g). Con 20.000 asciugamani noleggiati all'anno, verranno puliti 6.860 kg (con 350 g/m2) di biancheria, contro 7.840 kg (con 400 g/m2). Ciò significa che il numero di cicli di lavatrice e asciugatrice nell'arco dell'anno si ridurrà del 12,5%, il che significa che si risparmierà la stessa quantità di energia e acqua solo per gli asciugamani.

La stessa logica si applica alle dimensioni della biancheria per ridurre il peso della biancheria da lavare in lavatrice.

Ad esempio, un asciugamano 30 x 70 può essere sostituito da un asciugamano 30 x 50 senza alcun inconveniente per i clienti.

5.1.Cortocircuito alimentare

L'approccio del circuito alimentare breve si basa sui prodotti locali e si riflette nel costante aumento degli acquisti locali e dei circuiti brevi, per ridurre gli intermediari. Le loro aspettative sono chiare: alimenti più sicuri e sostenibili, tra cui la riduzione dei pesticidi, la qualità degli alimenti, il rispetto dell'ambiente, ecc. I risultati dell'ultimo censimento agricolo realizzato dal Ministero dell'Agricoltura, dell'Alimentazione, della Pesca e

della Gestione del Territorio rivelano che il cortocircuito è entrato a far parte del vocabolario dei consumatori. La tendenza del "made in your backyard" è in crescita.

Dopo i prodotti biologici, gli acquisti locali stanno diventando sempre più popolari. "Il locale sta addirittura sostituendo il biologico. Nel 2013, i distributori hanno colto la tendenza di base del mercato verso i prodotti locali, parlando in modo più deciso dell'origine dei prodotti (tracciabilità, approccio di filiera, ecc.) e dell'approvvigionamento locale.

Un altro canale in voga è la vendita diretta. In Francia, un produttore su cinque vende attraverso un cortocircuito. I produttori di ortaggi e miele sono i più coinvolti in questo tipo di distribuzione, che limita a uno il numero di intermediari tra il produttore e il consumatore. I prodotti di origine animale, più difficili da trasformare e conservare, sono più raramente commercializzati in circuiti brevi. I prodotti lattiero-caseari sono venduti dagli allevatori di bestiame da latte per il 34% e dagli allevatori di ovini o caprini per il 44%.

Tuttavia, mentre sembra facile acquistare piccole quantità direttamente dal produttore, i grandi volumi giornalieri necessari per la ristorazione collettiva o commerciale richiedono anticipazione e organizzazione. Per sostenere il loro approccio, i professionisti beneficiano di vari strumenti pratici e del supporto dei distributori.

Per intraprendere l'approccio del cortocircuito, è essenziale conoscere i vantaggi e gli ostacoli che può comportare. La prima condizione, che è un prerequisito essenziale per l'attuazione dell'offerta locale, è quella di incoraggiare lo sviluppo di un mercato locale. L'obiettivo è incoraggiare una ristorazione di qualità che rispetti le persone, la loro salute e l'ambiente, perché si tratta di un progetto che "pensa globalmente e agisce localmente". Per portare a termine con successo questo esperimento, è indispensabile garantire la qualità dei prodotti e sviluppare l'offerta locale attraverso la creazione di partenariati.

In questo caso, l'acquisto di prodotti grezzi favorisce la produzione

locale ed è un fattore determinante per la riduzione dei costi dei materiali, a vantaggio di una migliore qualità dei prodotti di base.

Un altro parametro da tenere in considerazione prima di passare alla produzione locale è l'ecologia. I trasporti di massa, come i veicoli pesanti e le navi da carico, riducono notevolmente le emissioni per chilo trasportato.

Naturalmente, il passaggio al locale ha i suoi vantaggi. Tuttavia, questo approccio richiede pragmatismo per valutare la situazione prima di impegnarsi.

5.2.Piscine naturali

Le piscine tradizionali sono inquinanti e utilizzano molti prodotti nocivi per l'ambiente. A queste piscine tradizionali, esiste un'alternativa più sostenibile: le piscine naturali. Le piscine naturali si basano sullo sviluppo di un vero e proprio ecosistema che mantiene in equilibrio la qualità dell'acqua, grazie alla tecnica del lagunaggio. Queste piscine sono composte da tre zone diverse:

- Una zona di balneazione centrale, o piscina, che rappresenta un terzo della superficie totale,
- una zona periferica di rigenerazione, meno profonda, dove le piante acquatiche sono responsabili della filtrazione e possono essere presenti anche piante decorative,
- una zona di ossigenazione e disinfezione con piante ossigenanti o una cascata, che consente all'acqua di essere esposta alla luce UV naturale.

L'acqua circola lentamente tra le tre zone grazie a una piccola pompa e poi per gravità.

La piscina naturale richiede lo scavo di una vasca naturale ma anche l'erezione di pareti tra la zona di balneazione e quella di filtrazione. È necessario realizzare:

- Lo scavo della piscina naturale e dell'area di filtrazione,
- la delimitazione delle aree di balneazione e di filtrazione,
- La creazione di una piccola cascata decorativa, essenziale per l'ossigenazione dell'acqua,

- la creazione di una zona pavimentata, di una sporgenza o di un pontone che permetta l'accesso alla piscina.

La piscina naturale è un processo totalmente ecologico. Per mantenere il bacino, le piante della piscina naturale sono poi patrimonio per preservare una qualità dell'acqua durante le belle giornate e anche dopo. Le piante per la vostra piscina naturale fungeranno da filtraggio naturale. Infatti, le piscine tradizionali sono riempite di acqua morta che viene mantenuta limpida grazie ai numerosi prodotti chimici che devono essere aggiunti. La piscina naturale, invece, ha l'acqua "rinnovata" grazie alle piante che la compongono.

Quali sono le piante più adatte alle piscine naturali?

- Piante depurative: sono piante che svolgono un ruolo di filtrazione naturale. La loro azione permette di assorbire i metalli presenti nell'acqua, responsabili della proliferazione delle alghe: phragmites, elodea, carice, ecc.

- Piante ossigenanti: come suggerisce il nome, apportano ossigeno all'acqua e favoriscono così lo sviluppo dei batteri: alghe, millefoglio d'acqua, ranuncolo d'acqua, ecc.

- Piante galleggianti e decorative: aiutano anche a combattere la proliferazione delle alghe perché nascondono il sole alle alghe, rallentandone lo sviluppo: ninfea, ecc.

Le piante possono essere collocate direttamente nel terreno o in vasi. Questa seconda opzione, più semplice da realizzare, consente di spostare facilmente le piante e di limitare la proliferazione di alcune piante invasive. È quindi consigliabile rinvasare le piante in vasi grandi per non limitarne la crescita. Lo strato di terra dovrebbe essere coperto da uno strato di ghiaia di almeno due centimetri, per evitare di disturbare l'acqua con la terra e per impedire a eventuali pesci di scavare.

È comunque necessario trattare le alghe che possono insediarsi: La

prima cosa da fare è analizzare l'acqua di balneazione. Se l'acqua presenta un alto livello di calcare, è importante intervenire perché questo minerale può essere la causa della crescita delle alghe. Un'altra causa di alghe nella vostra piscina naturale è che non è stato raggiunto l'equilibrio naturale della vostra piscina naturale. I primi anni saranno quindi strategici e la scelta delle piante per la vostra piscina naturale un paletto per la bellezza della vostra piscina e anche per rallentare la comparsa delle alghe. Tuttavia, nella manutenzione della vostra piscina naturale dovrete anche fare attenzione all'inquinamento atmosferico e ai fertilizzanti contenuti nell'acqua di scolo.

- Spesso è possibile trasformare una piscina classica in una piscina naturale, ma è necessario uno spazio aggiuntivo per il lagunaggio dell'acqua.

- Si tratta di una vera e propria alternativa biologica e sostenibile alla piscina tradizionale.

- La piscina biologica non richiede sostanze chimiche, in particolare il cloro, il che permette la coesistenza di organismi utili come rane, libellule e piccoli pesci che possono vivere nel volume d'acqua, consumando alghe verdi ed eventuali larve di zanzara.

- Le piscine convenzionali sono tassate, mentre le "piscine biologiche" non lo sono.

- Le piscine naturali in genere non sono riscaldate o lo sono solo leggermente dal sole. Non avrete quindi spiacevoli sorprese a questo proposito (attenzione alla pompa) quando riceverete la bolletta dell'elettricità.

- Se la superficie è sufficientemente ampia e la piscina viene utilizzata solo occasionalmente da anatre, cigni o oche, i raggi ultravioletti del sole e l'ossigeno autoctono prodotto dal fitoplancton e da alcune piante acquatiche sommerse contribuiscono a disinfettare l'acqua e il biofilm che si forma continuamente.

- Una volta installata, la piscina naturale presenta molti vantaggi rispetto alle piscine tradizionali. La sua manutenzione, una volta all'anno per una pulizia profonda della piscina, è meno noiosa e rappresenta un costo aggiuntivo minimo o nullo. La piscina biologica non ha nulla da invidiare alle piscine con cloro e consente una migliore integrazione nel paesaggio.

Esempio di piscina naturale, source: Futura-science

6. LOCATOURISM: UNA FORMA INTERESSANTE DI ECOTURISMO PER IL SETTORE HORECA

Stiamo assistendo all'emergere di nuove tendenze come il turismo lento. Vera e propria antitesi del turismo di massa, il "turismo lento" si basa sulla filosofia di "Slow Food" (un movimento nato nel 1986 per combattere la perdita di autenticità).

Slow Food "(un movimento nato nel 1986 per combattere la perdita di autenticità dei cibi lavorando con i piccoli produttori e rieducando i consumatori al gusto dei prodotti).

gusto dei prodotti). Si tratta di una forma di sostenibilità per le regioni

che mostrano con orgoglio i propri valori e le proprie specificità culturali e paesaggistiche".

Il locaturismo, che ha gli stessi obiettivi del turismo lento, è leggermente più complesso da definire.

Staycation, nearcation, turismo di prossimità... Tutti questi termini si riferiscono a una nozione apparentemente identica, che deve però essere qualificata. Se è vero che tutti questi concetti possono essere raggruppati in un'idea globale che è la pratica del turismo a casa o vicino a casa, ogni termine designa un modo di consumare a sé stante.

Trascorrere le vacanze a casa non è una novità. Tutti coloro che non hanno la possibilità o i mezzi finanziari per viaggiare praticano la staycation (questa è chiamata staycation forzata). D'altra parte, la vacanza volontaria a casa o nelle vicinanze di casa è un fenomeno relativamente recente, che trae origine da pratiche ecologiche e rispettose dell'ambiente. In questo capitolo esamineremo anche ciò che attrae le persone verso questa "nuova" forma di turismo, ma anche i suoi limiti.

6.1.All'origine, una modalità di consumo: il locavorismo

Locatourism è un termine derivato da locavorism, che a sua volta è un termine relativamente recente. Quest'ultimo, infatti, è stato creato nel 2005 in occasione della Giornata mondiale dell'ambiente.

Mentre il termine è stato ampiamente diffuso e riconosciuto negli Stati Uniti, dove ha avuto origine, in Europa è molto meno agli inizi.

Il locavorismo è diventato una vera e propria tendenza tra le persone con uno stile di vita ecologico. Questo modo di consumare, che non si vedeva dai tempi della pre-globalizzazione, ha preso piede nel corso degli anni, al punto che oggi i consumatori tendono a privilegiare il consumo locale rispetto a quello biologico. La lotta contro il ritmo frenetico del

consumo dovuto alla globalizzazione inizia qui.

6.2.Turismo a casa: perché?

Come abbiamo definito in precedenza, il locatourism è una forma di turismo praticato intorno alla propria abitazione. Questo modo di imporre la vicinanza geografica come vincolo, quando il principio stesso del turismo è quello di praticare un'attività al di fuori del proprio ambiente abituale, può sembrare inizialmente sorprendente.

Sebbene questa forma di turismo abbia guadagnato popolarità dopo la crisi economica del 2008, il parallelo con il locaturismo ci ha permesso di trovare altre ragioni che motivano queste pratiche turistiche. In questa sezione vedremo come il locaturismo può essere articolato e come può essere reso attraente..

6.3.Promuovere "soft" mobility

Il trasporto, in particolare quello aereo, è la principale causa di inquinamento legato al turismo. La Costa Rica, con il suo programma "Pura Vida Pledge", ha optato per la neutralità del carbonio, incoraggiando i turisti a compensare le emissioni di carbonio del loro volo con donazioni a progetti ambientali locali. Questa compensazione fa parte di una forte politica ambientale e non è alla portata di tutte le aree turistiche. Inoltre, i rischi di "green washing" in questo tipo di approccio sono piuttosto elevati (rischio di "pagare" le emissioni di carbonio per alleggerirsi la coscienza). Quando la compensazione delle emissioni di anidride carbonica non è un'opzione, il turismo entro un raggio di 161 km da casa propria è un'alternativa interessante che contribuisce notevolmente alla riduzione delle emissioni causate dai trasporti.

Se è vero che si può inquinare restando a casa propria, sarebbe del tutto inutile raggiungere la propria regione in aereo. Le varie campagne di

comunicazione a favore del turismo locale sostengono anche l'uso di forme di mobilità cosiddetta "dolce" (biciclette, scooter, passeggiate, ecc.) per ridurre l'impatto ecologico del turismo. Questa volontà di promuovere mezzi di trasporto non inquinanti rafforza l'idea di un approccio ecologico, già forte per il suo rapporto con il localismo.

6.4.The tourism of ordinary places and the tourist experience

Tuttavia, l'approccio eco-responsabile non può essere l'unico fattore determinante nella scelta di una destinazione. Infatti, l'offerta di scoperta deve essere innanzitutto rinnovata, e deve costituire un momento insolito per il visitatore locale. Per questo la ricerca di momenti eccezionali, di luoghi nuovi, di "pepite locali" deve essere un prerequisito per la creazione dell'offerta.

In un'epoca in cui i viaggi sono sempre più lontani, è importante definire gli elementi che possono rendere una destinazione nell'area geografica di provenienza attraente per il consumatore del prodotto.

L'attrattiva della destinazione per il consumatore del prodotto turistico. L'attrattiva della regione di provenienza come destinazione turistica dipende da due elementi principali, ovvero il turismo dei luoghi ordinari e l'esperienza turistica insolita.

Il termine "luogo ordinario" è sinonimo di "luogo non turistico", nella misura in cui non è caratterizzato da un elemento notevole che lo renda attraente. L'aumento dell'attrattività e della città turistica di questi luoghi ordinari dovrebbe quindi essere l'asse principale su cui dovrebbe concentrarsi la strategia turistica locale.

Questo turismo "post-moderno" è "rinnovato dai fenomeni di reinvenzione e di ibridazione ricreativa e geoturistica, che danno risalto all'eterogeneità dei nuovi luoghi turistici e alle nuove visioni, pratiche e legami che vi si sviluppano".

Pertanto, con la giusta strategia, qualsiasi luogo "ordinario" può diventare una destinazione turistica a sé stante.

Tuttavia, la strategia turistica non può concentrarsi su luoghi "notevoli" perché questi luoghi fanno parte della vita quotidiana degli abitanti e sono quindi "ordinari" per loro.

Se l'ambiente non può essere un punto di forza, la strategia del turismo locale deve puntare su altre attività.

L'esperienza turistica insolita è la vera punta di diamante del locaturismo, che permette di trasformare un luogo ordinario in un luogo straordinario attraverso l'allestimento di elementi strutturali per il consumatore locale, l'organizzazione di eventi o addirittura di attività sportive. L'obiettivo di questo approccio è rompere i codici portando il consumatore fuori dalla sua vita ordinaria senza dover viaggiare.

Paris Plages è un ottimo esempio di evento finalizzato al locatourism/staycation. Infatti, come descrive E. Lallement (2007), si tratta di un "dispositivo urbano insolito in quanto riunisce due mondi (quello della città e quello della spiaggia) tenendoli a distanza l'uno dall'altro e facendo in modo che l'uno non si confonda con l'altro". E. Lallement spiega anche il paradosso principale di Paris Plages come segue: "Più la spiaggia viene messa in scena al punto da eliminare la possibilità di fare il bagno e sostituirla con ammiccamenti acquatici, più l'operazione acquista la sua dimensione di evento. Così, è l'assenza del mare e della possibilità di fare il bagno a creare tutta la ricchezza dell'evento e a provocare attrattiva.

Un'altra forma di esperienza turistica insolita, offerta soprattutto dalle grandi città, è la riscoperta dell'ambiente. A differenza della strategia di Paris Plages, che mira a far dimenticare ai parigini di essere a Parigi, qui l'approccio consiste nell'accompagnare il "turista" nel suo ambiente aiutandolo a scoprire luoghi che fanno parte del suo paesaggio quotidiano ma di cui non conosce la storia e le particolarità, e a volte nemmeno l'esistenza. Questa riscoperta dello spazio quotidiano è ben evidenziata nel lavoro di I. Diaz Soria (2018) sulla città di Barcellona che nota "il crescente interesse per la scoperta di Barcellona da parte dei residenti della sua area metropolitana. Lo sviluppo del settore delle visite guidate rivolte a un pubblico prevalentemente locale ne è la prova.

L'analisi spaziale e temporale dell'offerta mostra inoltre che l'interesse riguarda in particolare gli stessi quartieri che interessano i turisti classici". Tuttavia, se i luoghi visitati sono gli stessi per tutti i visitatori, il comportamento durante queste visite guidate (rivolte a un pubblico locale) differisce da quello dei turisti. Anche lo studio di I. Diaz Soria analizza il comportamento dei turisti (locali e tradizionali). Il risultato è che i turisti locali tendono a scattare meno foto e ad essere molto più partecipativi dei turisti tradizionali.

Questo maggiore coinvolgimento nella visita può essere spiegato da un più forte attaccamento al luogo visitato, che avrà un significato diverso per ogni persona a seconda delle sue esperienze personali.

Secondo i visitatori intervistati, la vita quotidiana gioca un ruolo nelle loro esperienze di scoperta. Per Marc, Pedro, Martí, Carolina, Meritxell e Miguel, quando visitano la loro città, le loro esperienze quotidiane contribuiscono in un modo o nell'altro a dare un significato a ciò che visitano.

7. DUE ESEMPI DI ECOTURISMO

7.1. Ecoturismo nelle Seychelles: turismo limitato

L'arcipelago delle Seychelles, nell'Oceano Indiano, conta 115 isole con una superficie totale di 455 km² e un territorio marittimo di 1.336.559 km²! Questo dimostra l'importanza dell'oceano per questo Stato...

È popolato da 87.000 abitanti, discendenti di immigrati di origine africana, europea, cinese o indiana. Il 90% di loro vive sull'isola principale di Mahé. L'arcipelago è alto 905 metri, ma la vita si concentra sulla costa e le attività economiche sono legate al mare. Ospita due siti naturali classificati dall'UNESCO come Patrimonio dell'Umanità: l'atollo di Aldabra e la Foresta di Maggio, una foresta tropicale primaria situata sull'isola di Praslin. Questo Paese ha sviluppato una strategia basata su un turismo limitato e di alto livello in un ambiente preservato.

An island in Seychelles, source: Unsplash

7.2.Ecoturismo alle Fiji: hotel eco-friendly

Anche le Figi, una repubblica composta da 322 isole su 18.000 km2 di terra nel mezzo del Pacifico, basano gran parte della loro economia sul turismo, con 300.000-400.000 visitatori all'anno. I subacquei vengono ad ammirare le straordinarie ricchezze della barriera corallina. Nella baia di Savusavu, Jean-Michel Cousteau - figlio del famoso comandante - ha dato il suo nome al Fiji Island Resort. In collaborazione con le istituzioni scientifiche e le comunità locali, è stata avviata una riflessione per sviluppare un turismo ecologico incentrato sulle persone e sulla natura, e vengono stabiliti scambi con gli abitanti.

Nell'hotel tutto è ecologico: i rifiuti vengono riciclati e le acque reflue trattate in filtri di cocco vengono riutilizzate per irrigare l'orto biologico che rifornisce il ristorante. Un biologo assicura la conservazione della biodiversità marina nella laguna. Il Fiji Island Resort ha ricevuto numerosi riconoscimenti per il suo approccio ecoturistico. Altri operatori offrono crociere subacquee alle Fiji che coinvolgono ecovolontari impegnati in progetti di conservazione ambientale. Questi accettano di finanziare parzialmente il loro soggiorno mentre "lavorano" per i programmi locali.

Un altro esempio di progetto di ecoturismo è il Chumbe Island Coral Park, nel sud-ovest di Zanzibar. In quest'area marina protetta, i visitatori sono incoraggiati a esplorare sia la foresta della piccola isola di Chumbe sia le meraviglie della barriera corallina circostante. Sull'isola sono stati costruiti sette ecobungalow. Sono progettati per avere un impatto zero sulla natura: l'energia è alimentata a energia solare, l'acqua piovana è raccolta e filtrata naturalmente e i servizi igienici sono compostati. Il 35% dei proventi del turismo viene utilizzato per progetti educativi per le scuole locali, studi scientifici, programmi di monitoraggio e il lavoro dei ranger.

A hotel in Fiji, source: Unsplash

La CCSC

La Comunità dei Comuni della Corsica del Sud (CCSC) è un'istituzione

pubblica di cooperazione intercomunale (EPCI). Si trova in Corsica (Francia), nel Dipartimento della Corsica del Sud. La sede centrale è a Porto-Vecchio. Impiega 80 persone.

Il suo territorio è composto da 7 comuni: Bonifacio, Figari, Lecci, Monacia-d'Aullene, Pianottoli-Caldarello, Porto-Vecchio e Sotta, con una popolazione di 20.657 abitanti.

I 7 Comuni del CCSC sono responsabili delle scuole pubbliche istituite sul loro territorio. Possono organizzare attività educative, sportive e culturali complementari all'interno delle scuole.

La CCSC ha un totale di 19 competenze raggruppate sotto i temi:

- Sviluppo del turismo
- Ambiente e ambiente di vita
- Sviluppo e pianificazione economica
- Sviluppo e pianificazione sociale e culturale
- Pianificazione territoriale
- Strade
- Abitazioni

Dal 1° gennaio 2017, la CCSC ha recuperato anche le missioni della Casa del Lavoro della Corsica del Sud, in particolare per quanto riguarda l'occupazione, la formazione e l'integrazione dei giovani e del pubblico in difficoltà.

Tutte le azioni e i progetti realizzati dalla Comunità dei Comuni della Corsica del Sud rientrano in un approccio di sviluppo sostenibile e responsabile.

Sono state realizzate numerose iniziative riguardanti: la mobilità pulita,

il Piano Clima-Aria-Energia (PCAET), la gestione dei rifiuti, la riduzione dei consumi energetici, la produzione di energia fotovoltaica, la distribuzione di lampade a LED, la mobilità pulita con biciclette elettriche, la gestione degli ambienti acquatici e la prevenzione delle alluvioni e molti altri temi ancora...

Il CCSC ha ottenuto il marchio Territorio ad energia positiva per la crescita verde. In Francia, il termine Territorio dell'energia positiva per la crescita verde si riferisce ai territori vincitori dell'invito a presentare iniziative lanciato dal Ministero dell'Ambiente, dell'Energia e del Mare il 4 settembre 2014. Il territorio a energia positiva per la crescita verde è un territorio di eccellenza per la transizione energetica ed ecologica. La comunità si impegna a ridurre il fabbisogno energetico dei suoi abitanti, degli edifici, delle attività economiche, dei trasporti e delle attività ricreative. Propone un programma globale per un nuovo modello di sviluppo, più sobrio ed economico.

In questo contesto, la CCSC ha realizzato diverse operazioni: stazioni e biciclette elettriche nei comuni, stazioni di ricarica per tutti i veicoli elettrici. Sono tutte misure che illustrano la volontà della CCSC di preservare e valorizzare il proprio patrimonio ambientale.

FONTI

- Camus, S., Hikkerova, L. & Sahut, J. (2010). Tourisme durable : une approche systémique. *Management & Avenir*, 34, 253-269.

- EU Ecolabel tourist accommodations, European Commission.

- World Wide Fund For Nature © 1986 Panda Symbol WWF – World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund)

- Aurélie Condevaux, Géraldine Djament-Tran et Maria Gravari-Barbas,. « **«** Avant et apr**è**s le(s) tourismes(s). Trajectoires des lieux et r**ô**les des acteurs du tourisme **«** hors des sentiers battus **» »**, 1 juillet 2016.

- Deprest, Florence. *Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire*. Mappemonde. Belin, 1997.

- Diaz Soria, Inmaculada. « L'exp**é**rience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais. Géographie. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, **»** 2018.

- Hallem, Yousra, Jean-Michel Sahut, et Lubica Hikkerova. « Le "Slow tourisme" comme voie pour am**é**liorer le sentiment de bien-**ê**tre **»**. *Gestion 2000* 37, n° 3 (2020): 12947.

- Le Gargasson C., Messaoudi D., Leriche F. *« Du tourisme de masse aux tourismes de masse», Géographie du tourisme, A. Colin.* Fagnoni Edith (éd.)., 2017.

- Poulot, Monique. « Vous avez dit "locavore" ? De l'invention du locavorisme aux États-Unis **»**. *Pour* 215216, n° 34 (2012): 34954.

- Revue Espaces. « Staycation & Locatourisme **»**, n° 353 (s. d.).

- Rose, Nick, Elena Serrano, Kathy Hosig, Carola Haas, Dixie Reaves, et Sharon M. Nickols-Richardson. « The 100-Mile Diet: A

Community Approach to Promote Sustainable Food Systems Impacts Dietary Quality ». *Journal of Hunger & Environmental Nutrition* 3, n° 23 (25 août 2008): 27085.

- Séguin, Gérard, et Emmanuelle Rouzet. *Marketing du tourisme durable*. Marketing sectoriel. Paris: Dunod, 2010.

- Yergeau, Marie-Ève. « Conservation, écotourisme et bien-être : leçons népalaises ». *Revue d'économie du développement* 23, n° 1 (2015): 12965.

2. Come favorire la promozione e l'adozione di alimenti sani e sostenibili nel sistema dell'ospitalità e la promozione dei territori locali

Coopérative d'activité et d'emploi
Petra Patrimonia Sud

1.INTRODUZIONE

Una delle lezioni apprese dalla pandemia Covid-19 è che la catena di approvvigionamento alimentare e la sua capacità di nutrire le persone sono diventate una sfida importante. Durante la crisi sanitaria, i circuiti corti dell'approvvigionamento alimentare hanno saputo innovarsi: pescatori e agricoltori vendono il loro pescato e la loro produzione direttamente agli abitanti. Già presente da anni tra i cittadini, la necessità di consumare prodotti sani è stata accelerata dalla crisi sanitaria e il consumo di prodotti biologici non è più solo una tendenza. Gli effetti tangibili del cambiamento climatico, come incendi, inondazioni e innalzamento delle temperature in tutto il mondo, stanno rendendo le persone consapevoli dell'importanza di cambiare le proprie abitudini di acquisto e consumo e di pensare alla sostenibilità. Le sfide per incoraggiare la promozione e l'adozione di alimenti sani e sostenibili nel sistema di ospitalità e la promozione dei territori locali sono molteplici sia per gli individui che per l'ambiente e comprendono sfide sociali, economiche e ambientali. In questo capitolo discuteremo di come migliorare il sostegno dei consumatori per un'alimentazione sana e sostenibile, combattere lo spreco alimentare, proteggere e valorizzare i terreni agricoli o trasformare gli spazi esistenti in spazi condivisi ricchi di biodiversità e, infine, sensibilizzare e fornire le competenze e le conoscenze necessarie agli attori dell'industria alberghiera e della promozione dei territori.

2.MIGLIORARE IL SOSTEGNO DEI CONSUMATORI PER UN'ALIMENTAZIONE SOSTENIBILE E SANA

Il tema dello sviluppo sostenibile si è imposto nell'agenda politica ed economica a livello globale. È ormai uno dei valori che le persone di tutto il mondo vogliono promuovere per organizzare il proprio sviluppo. Questo aumento del consumo "impegnato" si spiega in gran parte con il fatto che i cittadini considerano il consumo come uno spazio di contestazione sociale. I consumatori devono essere consapevoli di essere fondamentali per i sistemi alimentari sostenibili, poiché il loro sviluppo dipende dai loro comportamenti di acquisto e consumo. Prima di tutto, è necessario specificare i termini di cibo sostenibile e sano. Che cos'è un sistema alimentare sostenibile? Secondo l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO), un sistema alimentare sostenibile è "un sistema alimentare che fornisce sicurezza alimentare e nutrizione per tutti in modo tale da non compromettere le basi economiche, sociali e ambientali per generare sicurezza alimentare e nutrizione per le generazioni future" (Sustainable food systems- Concept and framework). In altre parole, l'alimentazione sostenibile è l'insieme delle pratiche alimentari volte a fornire cibo agli esseri umani in qualità e quantità sufficienti, nel rispetto della sostenibilità e in modo economicamente accessibile e remunerativo lungo tutta la filiera alimentare. Ora, cosa significa cibo sano? È una pratica alimentare che consente di mantenere o migliorare la salute generale. Una dieta sana fornisce i nutrienti essenziali di cui si ha bisogno per stare bene, sentirsi bene e avere energia: proteine, carboidrati, grassi, acqua, vitamine e minerali. Ha un ruolo essenziale sulla nostra salute perché riduce il rischio di sviluppare alcune malattie croniche e quindi aumenta l'aspettativa di vita.

Per comprendere le sfide e svolgere questo importante ruolo nel processo di miglioramento del sistema alimentare, i consumatori devono essere supportati attraverso il labirinto che è il sistema alimentare, la cui mancanza di trasparenza è spesso e principalmente mantenuta dalle grandi aziende dell'industria alimentare.

Tuttavia, esistono sistemi di legge per verificare e garantire la qualità e l'origine dei prodotti alimentari, come il sistema di tracciabilità degli alimenti e la formazione permanente per insegnare ai consumatori a imparare a nutrirsi da soli e a correggere il loro comportamento di consumo in questo senso.

3.RICONOSCIMENTO DELLE INFORMAZIONI NUTRIZIONALI E AMBIENTALI: TRASPARENZA E TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI ALIMENTARI

Il crescente interesse dei consumatori per la sostenibilità è accompagnato da un bisogno di sicurezza alimentare in risposta agli allarmi sulla sicurezza alimentare degli anni 2000 (la "mucca pazza" nel 1996, l'"influenza aviaria" nel 2005 per i più famosi, ma si sono verificate diverse altre epidemie fino ad oggi) che ha contribuito a far crescere la paura tra i consumatori e l'urgente necessità di trasparenza alimentare. I consumatori devono essere sicuri che la frutta e la verdura, la carne e il pesce e i prodotti alimentari confezionati siano sicuri per loro stessi e/o per le loro famiglie. Vogliono conoscere l'origine, gli ingredienti che compongono i prodotti trasformati e, sempre più spesso, sapere se la produzione e il riciclaggio del prodotto seguono processi rispettosi dell'ambiente.

3.1.Concetto di tracciabilità degli alimenti

La tracciabilità o rintracciabilità del prodotto è definita dalla Commissione del Codex Alimentarius, istituita dalla FAO nel 1963, come "la capacità di seguire il movimento di un alimento attraverso fasi specifiche di produzione, trasformazione e distribuzione".

L'Organizzazione Internazionale per la Standardizzazione definisce la rintracciabilità come "la capacità di seguire il movimento di un alimento attraverso fasi specifiche di produzione, trasformazione e distribuzione" (ISO 22005/2007).

L'implementazione di un sistema di rintracciabilità efficiente è essenziale per rassicurare i clienti, ma anche per consentire a fornitori e produttori di identificare e poter eliminare i prodotti a rischio per la salute umana o di richiamare i prodotti lungo tutta la filiera. In concreto, si tratta di consentire ai professionisti di seguire gli alimenti e di conoscere le trasformazioni che hanno subito dall'azienda agricola al punto vendita. Nell'industria alimentare, la freschezza e la qualità dei prodotti sono fondamentali e possono determinare il futuro dell'azienda, sia che si tratti di un fattore di successo che di fallimento.

La tracciabilità risponde a una duplice sfida:

- Una sfida per la conformità:
    - conformità ai requisiti normativi: i produttori sono responsabili della qualità e della sicurezza alimentare dei prodotti alimentari che immettono sul mercato
    - conformità ai requisiti commerciali: etichette, standard o altri requisiti necessari per la vendita di un prodotto
- Una sfida per la concorrenza:

- specifiche e standard
- La concorrenza internazionale richiede la dimostrazione dell'origine e della tracciabilità dei prodotti

La tracciabilità consente ai produttori di dimostrare che controllano gli input (luogo, ambiente, stoccaggio, materiali e attrezzature, processi di lavoro, forza lavoro) e le pratiche (conformità alle Buone Pratiche: igiene, stoccaggio, lavorazione).

Quando si parla di tracciabilità, occorre fare due distinzioni importanti:

- **Tracciabilità interna ed esterna:** È un requisito per i trasformatori, i confezionatori, i distributori e altri soggetti della filiera alimentare mantenere processi che collegano l'identità delle materie prime a quella dei prodotti finiti. Il prodotto deve poi essere dotato di un identificatore di prodotto univoco. Per garantire la rintracciabilità è necessario registrare il legame tra questo nuovo prodotto e tutti i suoi materiali originali. Mentre la Rintracciabilità esterna si riferisce all'identificazione univoca di tutti gli articoli rintracciabili al di fuori di un'entità aziendale, nell'intera catena di fornitura. La rintracciabilità esterna si estende dal fornitore originale al cliente finale.

- **Tracciabilità a monte e tracciabilità a valle:** La tracciabilità a ritroso prevede di risalire alla fonte di un prodotto per trovare l'ingrediente o il prodotto contaminato, mentre la tracciabilità a monte prevede di vedere dove è stato utilizzato quel lotto/prodotto contaminato.

Nell'Unione Europea, il regolamento sulla legislazione alimentare generale richiede che le aziende siano in grado di tracciare e rintracciare gli alimenti, i mangimi e gli ingredienti durante i processi di produzione, trasformazione e distribuzione. Per incoraggiare un settore alimentare sostenibile e responsabile, ma anche per eliminare la mancanza di fiducia tra industria e consumatori, la tracciabilità è la soluzione perfetta.

Le aziende possono scegliere di partecipare a sistemi di standard privati non obbligatori, come la Global Food Safety Initiative (GFSI) o gli International Food Standards (IFS). Queste società hanno lo scopo di aiutare le imprese dell'industria alimentare a garantire la sicurezza alimentare e la qualità dei processi e dei prodotti. Dopo l'applicazione dei loro standard e delle loro raccomandazioni, vengono rilasciati un logo e un certificato che possono contribuire a rafforzare la reputazione dell'azienda come produttrice di prodotti sicuri e di alta qualità, rassicurando così i clienti sulla vostra serietà.

In termini di tracciabilità degli alimenti, le normative europee stanno diventando sempre più rigorose nei confronti dei professionisti, al fine di garantire una totale trasparenza ai consumatori.

La legge impone al settore della carne l'obbligo di tracciabilità, dalla nascita dell'animale al suo consumo: dalla "forchetta al piatto".

Per gli altri settori alimentari, la tracciabilità è un processo volontario, ma comunque necessario per assicurare una garanzia di qualità ai consumatori. La quantità di informazioni da raccogliere e archiviare può essere impressionante, ed è per questo che è necessario mettere in atto un sistema di tracciabilità efficace.

3.2.Favorire un sistema alimentare sostenibile

Un sistema è "un insieme di elementi dinamicamente interagenti, organizzati in funzione di un obiettivo" (De Rosnay, 1975). Che dire di un sistema alimentare?

Un sistema alimentare sostenibile (SFS) può essere definito come una rete collaborativa territoriale che integra la produzione, la trasformazione, la distribuzione e il consumo di alimenti, nonché la gestione dei materiali residui, con l'obiettivo di migliorare la salute ambientale, economica e sociale della comunità. Include attori, attività e infrastrutture a sostegno della sicurezza alimentare di una popolazione e si basa sulla governance alimentare territoriale.

Concretamente, in un sistema alimentare sostenibile, i segnali di cambiamento nel sistema alimentare possono essere osservati a diversi livelli:

- Pratiche agricole più ecologiche: biologico, agricoltura urbana, orti condivisi, ecc.

- Canali di commercializzazione locali: vendita diretta, reti alimentari locali, organizzazioni di produttori, ecc.

- Iniziative per ridurre gli sprechi alimentari: riutilizzo solidale, cucine di trasformazione, ecc.

- Politiche e programmi che incoraggiano scelte alimentari giuste e salutari.

La necessità di una dinamica collaborativa tra organizzazioni dello stesso territorio implica anche una trasformazione del sistema alimentare. Questa collaborazione deve essere orientata su valori comuni che tendono a soddisfare i seguenti obiettivi: trasparenza negli scambi, economia di prossimità, equità tra le generazioni, resilienza alimentare in caso di crisi, ecc. È inoltre necessario implementare indicatori riconosciuti a livello internazionale per valutare la sostenibilità dei sistemi alimentari. Le comunità devono tenerne conto per agire.

L'AGROECOLOGIA è l'applicazione di concetti e principi ecologici basati sulle funzionalità degli ecosistemi per ottimizzare le interazioni tra piante, animali, esseri umani e ambiente, tenendo conto degli aspetti sociali per consentire un sistema alimentare sostenibile ed equo. L'agroecologia è un promettente approccio integrato e olistico alla trasformazione dei sistemi alimentari, che affronta le questioni relative ai sistemi di produzione e commercializzazione degli alimenti e dell'agricoltura in modo sistemico all'interno di un contesto politico favorevole. Le pratiche agroecologiche sono sempre più diffuse tra le organizzazioni di produttori, compresi gli agricoltori familiari, i contadini e le comunità tradizionali, per conservare e proteggere in modo sostenibile la biodiversità e le risorse naturali, costruire la conoscenza attraverso la co-creazione e la condivisione e migliorare la governance. L'agroecologia reintroduce la diversità nei sistemi di produzione agricola e incoraggia la diversità del paesaggio (ad esempio, la diversificazione delle colture e l'allungamento delle rotazioni, l'implementazione di infrastrutture agroecologiche, ecc. Gli agroecosistemi migliorano l'efficienza delle pratiche per ridurre l'uso di input costosi, scarsi o dannosi per l'ambiente e incoraggiano la sostituzione degli input intensivi con le funzionalità ecosistemiche della biodiversità.

Il raggiungimento delle transizioni agroecologiche può trasformare i sistemi attuali in sistemi alimentari sostenibili e resilienti che consentano a tutti di accedere a cibo di qualità, sano e sicuro e di produrre in modo sostenibile.

4.EDUCAZIONE ALIMENTARE

Nel quadro di un'alimentazione più ecologica e in particolare in quello dell'adozione di un sistema alimentare sostenibile, è essenziale, oltre a un cambiamento nelle modalità di produzione, distribuzione, trasporto e nelle relative politiche, che i consumatori evolvano nel loro rapporto fisico e psichico con il cibo.

In un contesto in cui l'iperabbondanza e il soddisfacimento dei bisogni immediati hanno consacrato l'avvento dell'iperconsumo e dell'iperindividualismo, i consumatori, che restano prima di tutto cittadini, devono ora confrontarsi con questioni ambientali, sociali ed economiche che non possono più ignorare. Affinché i sistemi alimentari sostenibili si sviluppino e offrano un'alternativa al sistema agroalimentare industriale che ha prevalso negli ultimi decenni, è essenziale che i consumatori siano educati all'alimentazione lungo tutto l'arco della loro vita, sia per la loro salute che per la salvaguardia dell'ambiente e delle sue risorse.

4.1.Promuovere un'alimentazione sana

La necessità di promuovere l'educazione alimentare può essere motivata dal forte impatto dell'alimentazione in generale sulla salute, dalle ampie disuguaglianze di salute che possono verificarsi fin dalla più tenera età e dai nuovi rischi legati allo stile di vita.

Oltre alle scelte alimentari, i problemi includono i modelli alimentari, che sono i principali fattori delle disuguaglianze di salute, insieme alla mancanza di attività fisica insita nelle popolazioni sedentarie.

Ciononostante, la malnutrizione persiste, soprattutto nei gruppi sociali più fragili e svantaggiati. La malnutrizione non deve essere confusa con la denutrizione, poiché comprende anche situazioni di eccesso di calorie o squilibri nutrizionali.

Una dieta sana aiuta a proteggersi da tutte le forme di malnutrizione, oltre che dalle malattie non trasmissibili come il diabete, le malattie cardiache, l'ictus e il cancro.

Tuttavia, nei Paesi dell'UE, come nella maggior parte dei Paesi sviluppati, la tendenza a consumare sempre più prodotti grassi, zuccherati e ultraprocessati è all'origine di malattie dal costo sociale particolarmente elevato, come l'obesità o il diabete. Gli squilibri nutrizionali che ne derivano si spiegano con una cattiva distribuzione dell'assunzione di cibo nell'arco della giornata e con il moltiplicarsi dei periodi di spuntino.

Contemporaneamente, cresce l'esigenza di affrontare le questioni legate alla salute pubblica e alla sostenibilità: l'industria dell'ospitalità deve contribuire alla promozione di un'alimentazione sostenibile e sana, in quanto offre numerosi vantaggi. Le ricerche dimostrano che le aziende del settore alberghiero impegnate nella promozione di iniziative alimentari sane e sostenibili vedono aumentare l'intenzione di visita dei clienti. Oltre a questo aumento dei potenziali clienti, si crea un'immagine verde, sana o sostenibile per il ristorante.

4.2.ALTRE MODALITÀ DI CONSUMO SOSTENIBILI

Il cestino flexitariano è un paniere di alimenti che comprende un mix di alimenti di origine vegetale e animale. È pensato per le persone che seguono una dieta flexitariana, ovvero una dieta che consiste principalmente in alimenti di origine vegetale, ma che include occasionalmente piccole quantità di alimenti di origine animale.

Un paniere flexitariano può includere una varietà di verdure, frutta,

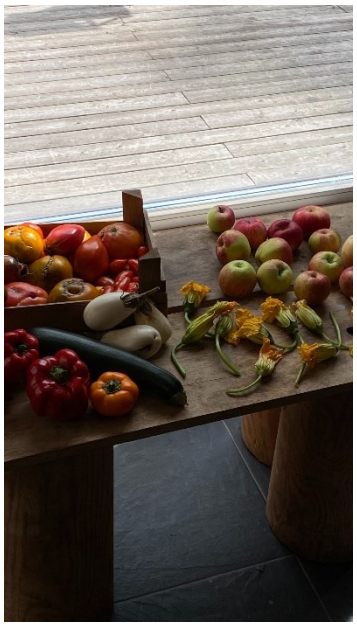
legumi, noci, semi e cereali, oltre a piccole quantità di latticini, uova e carne. L'obiettivo di un paniere flexitariano è quello di fornire un mix equilibrato e nutriente di alimenti che soddisfino le esigenze alimentari delle persone che seguono una dieta flexitariana.

Alcuni esempi di alimenti che potrebbero essere inclusi in un paniere flexitariano sono:

- Frutti: Mele, banane, frutti di bosco, arance, pere, ecc.
- Verdure: Verdure a foglia, peperoni, carote, pomodori, zucca, ecc.
- Cereali: Cereali integrali come quinoa, avena e riso integrale, nonché pane, pasta e cereali integrali.
- Legumi: Fagioli, lenticchie, ceci, ecc.
- Noci e semi: Mandorle, anacardi, semi di zucca, ecc.
- Latticini: Latte, formaggio, yogurt, ecc.
- Uova
- Carne: Pollo, manzo, maiale, pesce, ecc.

Cestino flexitariano

5.LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE



Lo spreco alimentare alimenta il cambiamento climatico ed è responsabile, insieme alla perdita di cibo, del 6% delle emissioni globali di gas serra (GHG) 1 (Poore & Nemecek). Lo spreco alimentare è una sfida importante per tutti i Paesi del mondo. Lo spreco alimentare ha gravi impatti ambientali, sociali ed economici, come gas serra, inquinamento, scarsità d'acqua, aumento dell'impronta di carbonio, povertà, fame nel mondo, rischi per la salute...

Secondo le stime del Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP), 931 milioni di tonnellate di cibo, ovvero il 17% del totale degli alimenti disponibili per i consumatori nel 2019, sono stati gettati nei cassonetti (Food Waste Index Report 2021).

Nell'UE, si stima che lo spreco di cibo sia di 173 kg a persona ogni anno

e che i servizi di ristorazione generino il 12% del totale dei rifiuti alimentari.

5.1.Lotta agli sprechi alimentari a livello di produzione

Sebbene questa dimensione dello spreco alimentare non sia di diretta responsabilità dell'industria dell'ospitalità, è fondamentale notare che il cibo prodotto viene sprecato prima ancora di lasciare l'azienda agricola. Il rapporto Driven to Waste, pubblicato da WWF-UK e Taleco nel 2021, mostra che 1,2 miliardi di tonnellate di alimenti prodotti a livello globale vanno persi durante il raccolto o le operazioni di macellazione, pari al 15,3% degli alimenti prodotti nel mondo. Il rapporto sottolinea anche che questa perdita di cibo è un problema trascurato in Europa e in altri Paesi industrializzati. Critica inoltre il fatto che l'UE non stia affrontando il problema in modo da porvi fine e che si concentri troppo sul livello successivo alla produzione. Vengono evocati diversi fattori che spiegano la perdita di cibo in questa fase iniziale della filiera alimentare, come standard estetici troppo severi per i prodotti agricoli, condizioni di lavoro inadeguate e mercati e politiche disfunzionali.

Oltre a questi standard e alle questioni politiche, la meccanizzazione e la sovrapproduzione sono implicate nello spreco alimentare perché, se da un lato portano innovazione e aumento della produzione, dall'altro sono anche generatori di rifiuti se gestiti male. I produttori dovrebbero ottimizzare i loro processi esaminando le tre fasi seguenti:

1. **Identificare le aree di spreco:** Impegnarsi in un processo di riduzione degli sprechi alimentari significa misurare i rifiuti prodotti e identificarne l'origine. A tal fine, è fondamentale implementare un piano di monitoraggio e misurazione. Questo piano deve includere l'installazione, i processi e le attrezzature, le ispezioni e le revisioni.

2. **Implementare i miglioramenti:** Una volta identificate le aree di spreco,

è fondamentale implementare i miglioramenti per ridurre in modo significativo gli sprechi alimentari. Esistono diversi modi per ottimizzare i processi per ridurre gli sprechi:

- Eliminazione dei processi inutili: quando un processo è inutile deve essere eliminato perché ha dei costi e genera sprechi inutili.

- Miglioramento degli input: Lo spreco può essere attribuito a un processo specifico, mentre è un processo difettoso a monte a causare lo spreco in una fase successiva. La revisione della qualità degli input è fondamentale in questa fase.

- Formazione e sensibilizzazione del personale: Il personale deve essere adeguatamente formato e sensibilizzato allo spreco alimentare, altrimenti tutti i miglioramenti saranno inutili e inefficaci.

- Riduzione delle perdite: Alcuni scarti possono essere evitati, trasformati o trasferiti per essere utilizzati in altre aree.

- Riprogettazione del processo e/o modernizzazione delle attrezzature: Quando un processo è ancora un problema, considerare l'aggiornamento o la riprogettazione delle attrezzature è un'opzione, anche se costosa, che potrebbe portare a miglioramenti della qualità e a un valore aggiunto.

- Miglioramento dell'output o riprogettazione del prodotto: Per migliorare l'efficienza di un processo, a volte è necessario modificare un output o un prodotto.

3. **Trasformare il flusso di rifiuti in un flusso di reddito:** Quando la produzione di rifiuti è inevitabile, esistono altri flussi che

rappresentano un'opportunità per valorizzare i rifiuti. Esiste un mercato per i rifiuti e gli scarti di qualità. Essere parte dell'economia circolare aiuta a mantenere le risorse in uso il più a lungo possibile e i modelli aziendali di economia circolare sono efficaci per generare nuovi flussi di reddito e diversificare l'attività.

A livello di produzione, la riduzione degli sprechi alimentari comporta un'innovazione sia in termini di macchinari che di personale e un cambiamento degli standard estetici. Quest'ultimo punto, tuttavia, richiede un cambiamento radicale di mentalità e di comportamento da parte dei consumatori. L'industria dell'ospitalità può partecipare a questo cambiamento incidendo sulle fasi successive della catena alimentare, ovvero la lavorazione, l'acquisto e il consumo.

CAUSE PRINCIPALI DELLO SPRECO ALIMENTARE

Production	Mechanization, Sorting (aspect, size, shape), Sanitary problems
Processing	Sorting (methods and aesthetics), Storage
Distribution	Department management, Sales forecasts
Consumption	Product conservation
Consumption	Sales forecasts

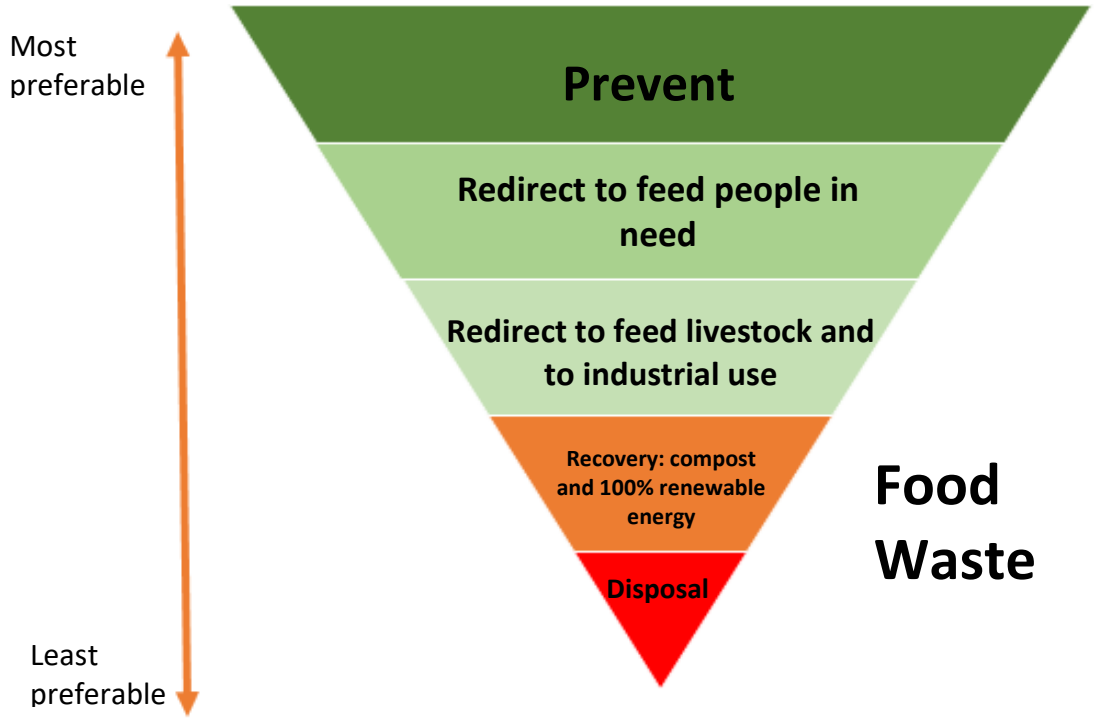
5.2.Lotta agli sprechi alimentari nella fase di preparazione

La preparazione degli alimenti in termini di sprechi alimentari è un passo cruciale nell'industria dell'ospitalità, poiché la qualità della conservazione, della lavorazione e dell'utilizzo degli alimenti avrà un impatto sulla produzione di rifiuti. Si tratta di un passo fondamentale nella lotta contro lo spreco e la perdita di cibo, per il quale è necessario un grande sforzo perché può ottenere ottimi risultati e un impatto diretto sulla gestione dei rifiuti alimentari.

La sfida principale nella preparazione dei pasti nell'industria dell'ospitalità è sapere quanto prodotto preparare per garantire che tutti i clienti siano soddisfatti. Tuttavia, la domanda dei consumatori fluttua e un prodotto che era molto richiesto in un servizio può essere poco richiesto in un altro. La sovrapproduzione comporta un forte aumento dei rifiuti alimentari e del deterioramento.

Nella fase di lavorazione, per evitare questa sovrapproduzione, i manager devono avere una stima accurata della quantità di mangime necessaria. La conoscenza delle esigenze dei clienti dell'azienda sarà stimata attraverso la raccolta di dati. Avere una stima il più possibile vicina alla realtà dell'azienda permette di produrre una quantità adeguata di cibo e di ridurre gli sprechi alimentari in questa fase. A tal fine, è importante tenere un registro degli alimenti buttati.

Tenete presente che alcuni prodotti possono essere riutilizzati invece di essere buttati, come le bucce di frutta e verdura (fritture, marmellate, ecc.).



Anche il controllo delle porzioni è fondamentale per evitare che il cibo avanzato nel piatto finisca nella spazzatura. L'offerta di imballaggi ecologici che consentano ai consumatori di portare a casa il cibo non consumato dovrebbe essere attuata in combinazione con il controllo delle dimensioni delle porzioni.

Anche il rispetto delle norme di sicurezza alimentare è fondamentale, soprattutto per quanto riguarda la conservazione.

È essenziale garantire che le apparecchiature di raffreddamento, come frigoriferi e congelatori, siano regolarmente monitorate e che la loro temperatura sia misurata e controllata più volte al giorno utilizzando gli strumenti di controllo dell'apparecchiatura, ma soprattutto in base a un termometro posto all'interno di ogni unità di produzione del freddo. Ciò garantisce che la temperatura all'interno dell'unità sia mantenuta a un livello ottimale e che il tempo di consumo degli alimenti conservati sia ottimizzato. Il personale deve essere a conoscenza delle temperature ottimali di conservazione dei prodotti, in particolare di quelli freschi e surgelati, che devono essere rigorosamente monitorati in considerazione

dei rischi per la salute in caso di cattiva gestione e della fragilità di questi prodotti, che devono essere smaltiti se non sono conservati alle temperature consigliate.

La conservazione degli alimenti freschi in queste unità deve consentire una ventilazione efficace e un raffreddamento uniforme. I prodotti ingombranti che impediscono la circolazione dell'aria refrigerata possono influire sulla temperatura dell'unità di refrigerazione e quindi compromettere il controllo della temperatura.

5.3.Lotta agli sprechi alimentari nella fase di preparazione

- **Limitare gli acquisti**

È fondamentale ridurre al minimo gli acquisti di cibo. Una delle buone pratiche di base per combattere lo spreco di cibo è una pianificazione efficiente degli alimenti. Questa pianificazione consiste principalmente nel controllare lo stato delle scorte e nel pianificare i piatti da servire. Prima di recarsi dal fornitore o di effettuare un ordine, è fondamentale stilare un elenco dei pasti che verranno serviti nel periodo per il quale si effettua l'acquisto (giorni, settimana, mese). Da questa lista si ricava l'elenco degli ingredienti necessari per la preparazione dei piatti. È quindi necessario verificare quali ingredienti sono disponibili in magazzino e quali possono essere rimossi dalla lista della spesa, se necessario.

Tuttavia, queste azioni di pianificazione sono inscindibili e possono essere intercambiate, poiché è altrettanto saggio stilare la lista dei pasti a partire dai prodotti disponibili in magazzino e tenere conto delle scadenze ravvicinate di alcuni prodotti, come ad esempio i prodotti freschi.

Le quantità di prodotti acquistati devono basarsi sui volumi di vendita. Tenere traccia dei prodotti venduti dall'azienda è fondamentale per il processo di acquisto. Questa tracciabilità consente di stimare il più possibile le quantità necessarie. In caso di lancio di una nuova ricetta o di un nuovo prodotto e per evitare sprechi, si consiglia di produrre una quantità ragionevole e di vedere il successo che riscuote presso i clienti, adattando di conseguenza i volumi di acquisto.

Sebbene i fornitori applichino prezzi molto più bassi per gli acquisti all'ingrosso e sia fondamentale per un'azienda Horeca mantenere bassi i costi, l'acquisto di prodotti all'ingrosso dovrebbe basarsi su una stima ragionevole dei volumi di vendita e dovrebbe riguardare solo prodotti con una data di scadenza molto lunga, come prodotti secchi o in scatola.

- **Acquisti nelle reti alimentari locali**

L'acquisto da strutture a filiera corta presenta diversi vantaggi per le parti interessate ma anche, più in generale, per la società, in quanto questo tipo di commercializzazione è molto favorevole alla salvaguardia dell'ambiente e, in particolare, alla lotta contro i cambiamenti climatici, riducendo l'impronta di carbonio.

Innanzitutto, consente di limitare la circolazione delle merci. Come già detto, ciò contribuisce da un lato a preservare l'ambiente, ma dall'altro consente di ottenere prodotti di migliore qualità. La garanzia di una migliore qualità deriva dal trasporto stesso delle merci, che consente:

- da un lato, ridurre i tempi di trasporto e quindi garantire una raccolta/produzione ottimale dei prodotti, in particolare per i prodotti ortofrutticoli

- dall'altro, migliorare le condizioni di trasporto delle merci riducendo gli intermediari e i rischi di danneggiamento dei prodotti durante la movimentazione

In secondo luogo, l'acquisto nelle filiere alimentari corte consente una vicinanza con il fornitore che in genere non esiste quando il processo viene effettuato con fornitori di portata nazionale o addirittura internazionale. Questa relazione con il fornitore (il produttore stesso in generale in questo sistema) permette di stabilire un rapporto di fiducia e una migliore conoscenza del mercato/contesto/prodotti.

Le filiere alimentari corte contribuiscono anche a preservare l'economia locale e a sviluppare la solidarietà con i produttori locali. L'acquisto locale consente lo sviluppo della comunità locale in diversi modi:

- investire nell'economia locale, in particolare attraverso la ridistribuzione locale

- contribuire alla creazione e al mantenimento dell'occupazione locale

- migliorare la remunerazione dei produttori locali

- ripristinare un legame sociale tra consumatori e produttori

- **Promuovere i prodotti locali e stagionali**

La promozione dei prodotti locali e stagionali è in gran parte legata allo sviluppo di canali di distribuzione brevi ed è uno dei risultati. Tra il miglioramento della qualità degli alimenti e il sostegno all'economia locale, l'alimentazione sostenibile è al centro dei problemi dei politici e delle comunità. La promozione dei prodotti locali permette di perpetuare questa modalità di consumo perché è popolare tra i consumatori, ma deve essere messa in atto e deve essere il risultato di una reale volontà politica per svilupparsi. Lo sviluppo di un mercato permanente per la distribuzione dei prodotti locali permette di metterli a disposizione dei consumatori. Inoltre, facilita la comunicazione tra produttori e consumatori quando arrivano nuovi prodotti stagionali.

Esistono molte piattaforme, come Open food, che permettono agli interessati di scoprire quali reti locali di prodotti alimentari sono disponibili nella loro zona, di condividere buone pratiche e risorse e di connettersi con la comunità e le persone interessate.

Oltre alla promozione dei prodotti locali, è essenziale promuovere la stagionalità degli alimenti, in particolare il "mangiare stagionale". Questo termine si riferisce alla pratica di consumare gli alimenti quando sono al massimo della loro freschezza. Mangiare di stagione è una questione di gusto e nutrizione, ma anche di sostenibilità. Il consumo di alimenti di stagione riduce l'impronta di carbonio e ha benefici per la salute umana.

5.4.Lotta agli sprechi alimentari nella fase di preparazione

- **Educare i clienti allo spreco alimentare**

L'educazione è fondamentale nella lotta per ridurre gli sprechi alimentari. Quasi tutti noi siamo stati spreconi quando si trattava di cibo. Tuttavia, quanti ci pensano due volte a buttare via il cibo non consumato o non utilizzato? Inoltre, come azienda ricettiva, come possiamo sensibilizzare i clienti allo spreco di cibo quando pagano per un servizio?

Allo stesso modo in cui le persone sono state educate sugli effetti nocivi dello spreco di energia, devono comprendere l'impatto dello spreco di cibo per ridurlo. I consumatori sono responsabili di gran parte delle perdite e degli sprechi alimentari nel settore dell'ospitalità.

Educare i consumatori allo spreco alimentare non solo aumenterà la consapevolezza dei loro modelli di consumo nelle aziende ricettive, ma aiuterà anche a radicare queste abitudini di consumo nella loro vita quotidiana e ad avere un impatto benefico sull'ambiente e sulla società in generale, andando così oltre il settore dell'ospitalità. È fondamentale che i vostri ospiti non si sentano limitati o costretti a limitare i loro consumi. Devono essere rassicurati sul fatto che si godranno il loro pasto. Per farlo, è necessario conoscere i diversi tipi di mentalità dei consumatori.

	The value seeker	The indulger	The explorer
Guest probable thinking	"I paid for this, and I'm going to get my money's worth."	"I deserve this, and I'm going to make every meal a feast."	"There are so many options. I have to try everything!"
They might take/order more than they need because	…more on their plate means more value for their money.	…it's a special occasion, and this is not the time for restraint!	…it's the only way to make sure they don't miss out on something they might love.
We might convince them to take less when we	...reassure them they are getting great value because of the quality of what they're eating.	…create a sense of indulgenge through variety and experience, and by equating sustainability with luxury.	…emphasize exploration through variety, not quantity – taking less means you can try more, and savor it.
	↓ And when we increase their awareness of the issue of food waste		

Consumer mindsets - How to influence their choice to fight food waste (extract from " A toolkit for communicating food waste to guests" by WWF)

L'educazione e la consapevolezza del sistema alimentare e dello spreco aiutano le persone a capire il vero valore del cibo che acquistano.

- **Soluzioni disponibili per combattere lo spreco alimentare per i consumatori**

Oltre all'educazione e alla sensibilizzazione sullo spreco alimentare, è essenziale fornire ai consumatori soluzioni concrete per ottenere risultati efficaci.

In primo luogo, le aziende ricettive dovrebbero offrire ai clienti la possibilità di portare a casa il cibo non consumato in doggy bag. Le doggy bag sono contenitori per il cibo avanzato da portare a casa dopo un pasto consumato al ristorante, ad esempio. I clienti dovrebbero essere incoraggiati a chiedere una doggy bag, perché in questo modo si evita lo

smaltimento diretto del cibo.

Le attività ricettive dovrebbero quindi far parte di un sistema alimentare urbano circolare. Gli strumenti digitali offrono diverse opzioni ai ristoranti e ai negozi di alimentari per combattere efficacemente lo spreco di cibo in vari modi, come la ridistribuzione del cibo commestibile, la facilitazione di sistemi di prezzi intelligenti o la fornitura di semplici sistemi di misurazione e monitoraggio. Too Good to Go è un'impresa sociale impegnata ad affrontare il problema dello spreco alimentare. L'azienda ha progettato un'applicazione per aiutare le persone ad affrontare lo spreco alimentare nelle loro comunità locali, mettendole in contatto con ristoranti e negozi di alimentari che hanno pasti e ingredienti in eccedenza.

Far parte di un sistema alimentare circolare è essenziale e molto efficace per combattere lo spreco alimentare e presenta molti vantaggi sia per i consumatori che per le imprese del settore.

6.PROTEGGERE E VALORIZZARE I TERRENI AGRICOLI O TRASFORMARE GLI SPAZI ESISTENTI IN SPAZI CONDIVISI RICCHI DI BIODIVERSITÀ

Un sistema alimentare sano e sostenibile può svolgere un ruolo chiave nel proteggere e valorizzare i terreni agricoli e trasformare gli spazi esistenti in spazi condivisi ricchi di biodiversità.

Alcune strategie per raggiungere questo obiettivo includono:

- promuovere l'agricoltura sostenibile
- sostenere i sistemi alimentari locali
- ridurre gli sprechi alimentari
- creare orti comunitari e iniziative di agricoltura urbana
- promuovere le infrastrutture verdi
- migliorare la resilienza delle persone, delle comunità e degli ecosistemi

6.1.Fare dell'alimentazione una leva per migliorare il benessere di tutti nella regione

Un'alimentazione sana e sostenibile può essere utilizzata come leva per migliorare il benessere delle persone e delle comunità di una regione in diversi modi.

- **Promuovere abitudini alimentari sane a sostegno della salute e della sostenibilità**

Incoraggiare le persone a consumare una dieta varia ed equilibrata che includa una gamma di frutta, verdura, cereali integrali e proteine magre può contribuire a migliorare la salute generale e a prevenire malattie croniche come l'obesità, il diabete e le malattie cardiache. Al giorno d'oggi, le persone consumano più alimenti ad alto contenuto energetico, grassi e sale o sodio, ma non mangiano abbastanza frutta, verdura e cereali integrali. Per ottenere risultati efficaci nella comunità, è essenziale coinvolgere diversi settori e parti interessate, come le autorità locali, il settore pubblico e quello privato.

- **Sostenere i sistemi alimentari locali**

L'acquisto di alimenti coltivati e prodotti localmente può contribuire a sostenere gli agricoltori e i produttori alimentari locali, a stimolare l'economia locale e a ridurre l'impatto ambientale del trasporto degli alimenti.

Mentre il complesso sistema alimentare globalizzato fornisce grandi quantità di cibo a prezzi bassi, di solito a spese della qualità dei prodotti, un sistema alimentare locale può migliorare la salute e la sostenibilità delle comunità. L'emergere di mercati contadini, agricoltura sostenuta dalla comunità e ristoranti all'aperto dovrebbe essere incoraggiato per sostenere i sistemi alimentari locali.

Inoltre, aiuta a sviluppare l'economia locale, permettendo al denaro di rimanere nella comunità. Numerosi studi hanno dimostrato che ciò ha molti impatti economici positivi, tra cui il fatto che il doppio del denaro rimane nella comunità quando gli acquisti sono effettuati localmente.

- **Ridurre gli sprechi alimentari**

L'attuazione di programmi per ridurre gli sprechi alimentari e dirottare il cibo in eccesso verso i bisognosi può contribuire a garantire a tutti l'accesso a una quantità sufficiente di cibo nutriente e a ridurre l'impatto ambientale della produzione alimentare.

- **Fornire istruzione e risorse**

Educare le persone alle tecniche di cucina sana, alla sicurezza alimentare e alla nutrizione può aiutarle a fare scelte alimentari più sane e a migliorare il loro benessere generale.

Fornire contenuti e risorse educative è essenziale perché contribuisce a creare un sistema alimentare più sostenibile ed equo. In questo modo, aumenta la consapevolezza dei benefici di un'alimentazione sana e sostenibile, come il miglioramento della salute e del benessere, la sostenibilità ambientale e l'equità sociale ed economica. Inoltre, fornendo istruzione e risorse, possiamo aiutare le persone a fare scelte alimentari informate e sostenibili e a sostenere la produzione alimentare su piccola scala nella regione. Facendo dell'alimentazione sana e sostenibile una leva per migliorare il benessere delle persone e delle comunità, possiamo contribuire a creare un sistema alimentare più sostenibile ed equo per tutti.

- **Affrontare l'insicurezza alimentare**

Lavorare per affrontare l'insicurezza alimentare e la malnutrizione nella regione può aiutare a garantire che tutti abbiano accesso a una quantità di cibo nutriente sufficiente per condurre una vita sana e produttiva. Ciò può comportare la collaborazione con banche alimentari, organizzazioni comunitarie e programmi governativi per distribuire cibo a chi ne ha bisogno. I produttori locali di prodotti biologici spesso coltivano una varietà più ampia di frutta e verdura di tipo "heirloom" per attirare un mercato diversificato. In questo modo si scopre una maggiore diversità di semi, che giocano un ruolo chiave nella creazione di un sistema alimentare locale più sostenibile e resiliente. I semi rappresentano un sapere locale che racchiude secoli di conoscenze sulla conservazione, la coltivazione e la guida di espressioni utili. Sostenendo la diversità dei semi, si previene il rischio di esaurimento delle sementi e di perdita delle conoscenze locali, poiché i semi continuano a essere tramandati di generazione in generazione.

6.2.Promuovere la nascita di modelli di produzione e consumo alimentare che avvicinino consumatori e produttori.

Man mano che il nostro sistema alimentare globale diventa più industrializzato e consolidato, può essere difficile per i consumatori avere un legame diretto con i produttori del loro cibo. Tuttavia, promuovendo l'emergere di modelli di produzione e consumo alimentare che avvicinino consumatori e produttori, possiamo creare un sistema alimentare più sostenibile, equo e resiliente. Dalle cooperative alimentari locali e dai mercati contadini all'agricoltura sostenuta dalla comunità e all'agricoltura urbana, esistono diversi modi per mettere in contatto i consumatori con le fonti del loro cibo e sostenere la produzione alimentare su piccola scala. Promuovendo questi modelli e incoraggiandone l'adozione, possiamo contribuire a creare un sistema alimentare più connesso e sostenibile, a beneficio di tutti.

6.2.1.Reti alimentari locali

- **Sostenere le cooperative alimentari**

Le cooperative alimentari, che sono di proprietà e gestite dai loro membri, possono contribuire ad avvicinare consumatori e produttori fornendo un collegamento diretto tra i due gruppi. Le cooperative alimentari possono essere implementate sul territorio come:

- **Cooperative di negozi di alimentari:** vendono un'ampia gamma di prodotti alimentari (prodotti freschi, carne, latticini, ecc.);

- **Cooperative di mercati agricoli:** sono cooperative che gestiscono mercati agricoli e vendono direttamente ai consumatori prodotti freschi coltivati localmente e altri prodotti alimentari. I membri della cooperativa possono

essere agricoltori, artigiani e altri produttori alimentari;

- **cooperative di agricoltura sostenuta dalla comunità (CSA):** sono cooperative che mettono in contatto i consumatori direttamente con gli agricoltori e altri produttori alimentari della loro regione. I membri della cooperativa pagano in genere una quota in anticipo per ricevere regolarmente una parte di prodotti freschi coltivati localmente e altri prodotti alimentari durante la stagione di crescita.

Le cooperative alimentari possono offrire una serie di vantaggi ai loro membri e alle comunità in cui operano, tra cui l'accesso a prodotti alimentari di alta qualità e coltivati localmente, opportunità di coinvolgimento ed educazione della comunità e sostegno ai piccoli agricoltori e produttori alimentari.

- **Incoraggiare lo sviluppo di hub alimentari**

I food hub, strutture centralizzate che aggregano, immagazzinano e distribuiscono ai consumatori alimenti prodotti localmente, possono contribuire a mettere in contatto i piccoli agricoltori con i consumatori e a promuovere l'uso di alimenti locali. Lo sviluppo di partnership con agricoltori locali, produttori alimentari e organizzazioni comunitarie può aiutare i food hub a connettersi con le fonti alimentari locali e a creare sostegno all'interno della comunità.

Lo sviluppo di hub alimentari può promuovere i benefici del cibo locale educando i consumatori sui vantaggi del cibo locale, come la freschezza, il gusto e l'impatto ambientale ed economico, può contribuire ad aumentare la domanda di cibo locale e a sostenere lo sviluppo di hub alimentari. Questo può portare a un uso più ampio di alimenti locali in istituzioni come scuole, ospedali, ecc.

Le politiche e i regolamenti che favoriscono gli alimenti locali dovrebbero essere sostenuti e possono contribuire a creare un ambiente

più favorevole allo sviluppo dei food hub.

- **Incoraggiare l'uso di alimenti locali nei ristoranti**

Incoraggiare i ristoranti a utilizzare ingredienti locali e di stagione può contribuire a sostenere gli agricoltori e i produttori alimentari locali, fornendo al contempo ai consumatori alimenti freschi e di alta qualità. Educare i proprietari e il personale dei ristoranti sui vantaggi dell'uso di alimenti locali può contribuire ad aumentare la domanda di alimenti locali. Lo sviluppo di partnership con agricoltori e produttori alimentari locali può anche aiutare i ristoranti ad accedere a una più ampia varietà di prodotti alimentari locali e a costruire relazioni con le fonti alimentari locali. L'uso di alimenti locali in menu speciali contribuisce ad aumentare la consapevolezza e la domanda di alimenti locali tra i clienti dei ristoranti. Questa specializzazione gastronomica consentirà alla regione di migliorare la sua attrattiva turistica e porterà valore aggiunto al suo territorio. Può quindi essere una risorsa importante per il turismo locale e contribuire allo sviluppo dell'economia locale.

6.2.2.Agricoltura urbana

L'agricoltura urbana è la pratica di coltivare il cibo nelle aree urbane, tipicamente in piccoli spazi come i giardini di casa, gli orti comunitari e persino sui tetti o in contenitori.

- **Promuovere il giardinaggio domestico**

Incoraggiare le persone a coltivare il proprio cibo in casa, attraverso orti in giardino o orti comunitari, può contribuire ad avvicinare consumatori e produttori e a fornire alle persone prodotti freschi e sani. Contribuisce inoltre a un'educazione alimentare sana e sostenibile, consentendo alle persone di imparare a coltivare prodotti freschi e sani, a risparmiare denaro e a ridurre l'impatto ambientale della produzione alimentare, il che può contribuire ad aumentare l'interesse per il giardinaggio domestico.

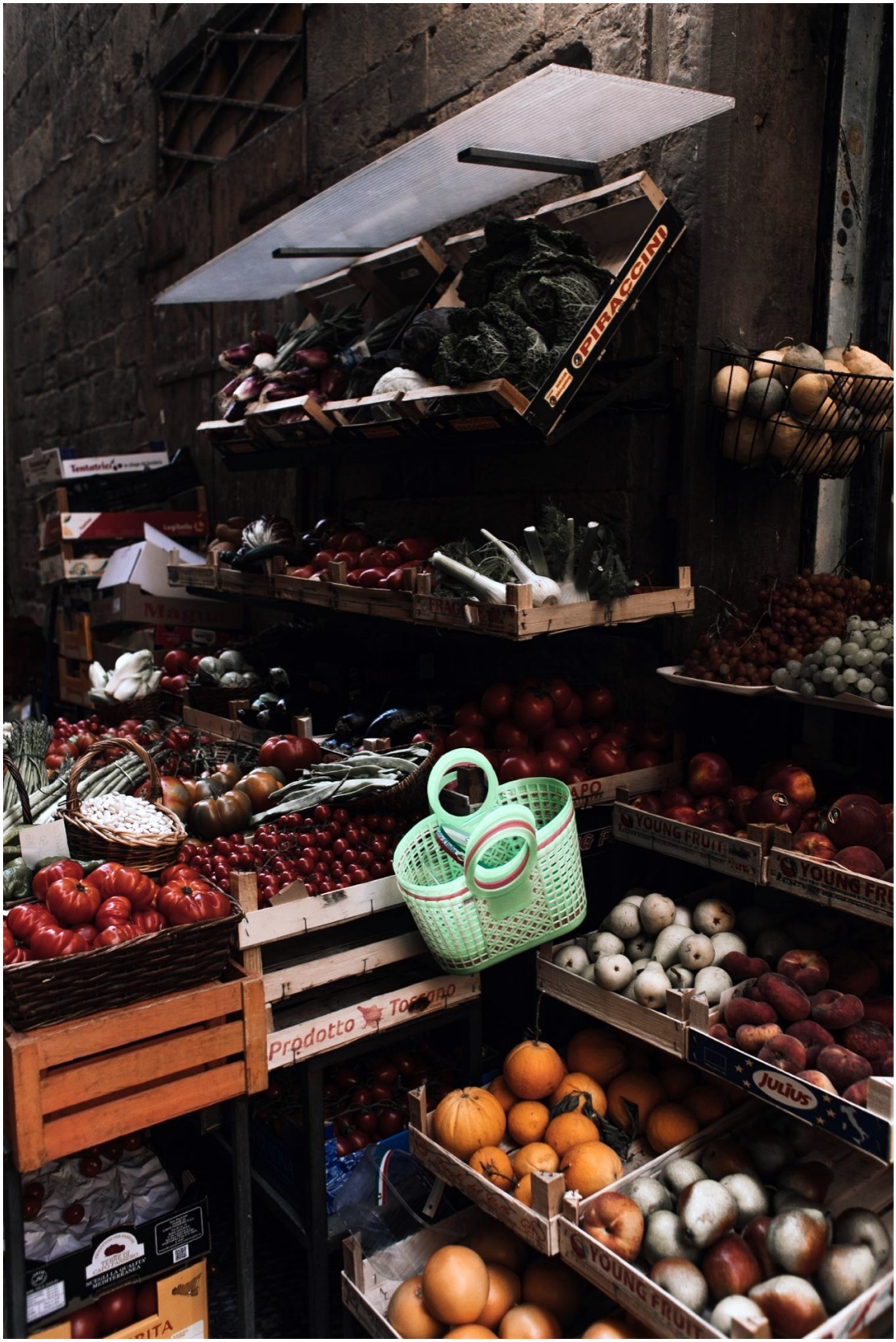
La condivisione di storie di successo e di esempi di progetti di giardinaggio domestico dovrebbe essere incoraggiata per aiutare a ispirare altri ad avviare il proprio orto domestico.

- **Sostenere la produzione alimentare su piccola scala**

L'agricoltura urbana può offrire l'opportunità ai piccoli produttori alimentari, come gli ortolani e i giardinieri comunitari, di coltivare e vendere i propri prodotti. Ciò può contribuire a sostenere i sistemi alimentari locali e ad avvicinare consumatori e produttori.

- **Creare legami con la comunità e promuovere la sostenibilità**

L'agricoltura urbana può creare un senso di comunità e riunire le persone intorno all'obiettivo comune di coltivare e condividere il cibo. Questo può aiutare a costruire relazioni tra consumatori e produttori e a creare un senso di connessione e di comunità.


PIRACCINI
Prodotto Toscano
YOUNG FRUIT
JULIUS

6.3. Migliorare la resilienza delle persone, delle comunità e degli ecosistemi attraverso un sistema alimentare sano e sostenibile.

La costruzione di un sistema alimentare sano e sostenibile in un territorio contribuisce a migliorare la resilienza delle persone, delle comunità e degli ecosistemi ai cambiamenti climatici in particolare e ai problemi ambientali in senso più ampio. Molte questioni ambientali critiche sono legate all'agricoltura, come i cambiamenti climatici, le zone morte, l'ingegneria genetica, gli inquinanti, la deforestazione, il degrado del suolo e i rifiuti. L'agricoltura può avere un impatto massiccio sugli ecosistemi che la circondano. Pertanto, l'adozione di pratiche agricole sostenibili può prevenire o ridurre questi impatti negativi sull'ambiente e sulle comunità.

Le colture di copertura, il compostaggio e la gestione integrata dei parassiti possono aiutare a proteggere e valorizzare i terreni agricoli e a sostenere la biodiversità. Queste pratiche contribuiscono a migliorare la resilienza delle comunità e degli ecosistemi, proteggendo le risorse naturali e promuovendo un sistema alimentare più sostenibile.

L'acquisto di alimenti coltivati e prodotti localmente può contribuire a sostenere gli agricoltori e i produttori alimentari locali, a stimolare l'economia locale e a ridurre l'impatto ambientale del trasporto degli alimenti. Ciò può contribuire a migliorare la resilienza delle comunità, aumentando l'autosufficienza economica e riducendo la dipendenza da fonti alimentari esterne.

L'adozione di un sistema sano e sostenibile che riduce gli sprechi alimentari e dirotta il cibo in eccesso verso chi ne ha bisogno può contribuire a garantire che non vengano sprecate risorse preziose e che tutti abbiano accesso a una quantità sufficiente di cibo nutriente. Di conseguenza, questo sostiene la resilienza delle comunità e del loro territorio riducendo lo spreco di risorse e affrontando l'insicurezza alimentare riducendo la vulnerabilità alla carenza di cibo e contribuendo a migliorare la salute e il benessere.

7. SENSIBILIZZARE E FORNIRE LE COMPETENZE E LE CONOSCENZE NECESSARIE AI PROFESSIONISTI DELL'INDUSTRIA DELL'OSPITALITÀ E DELLA PROMOZIONE DEI TERRITORI

La sensibilizzazione dei professionisti dell'industria dell'ospitalità e della promozione dei territori è essenziale per consentire loro di comprendere le problematiche in gioco e la necessità di cambiare le cose. Tuttavia, la consapevolezza delle problematiche non è sufficiente; i professionisti devono avere le competenze e le conoscenze per implementare e promuovere un sistema alimentare sano e sostenibile. In questo modo, saranno gli agenti del cambiamento, spostando la loro pratica verso un modello più sostenibile che includa il benessere delle persone e delle comunità.

7.1. Cambiare le pratiche dei professionisti del settore dell'ospitalità e la promozione dei territori in materia di cibo sostenibile e sano

Per consentire ai settori dell'ospitalità e della promozione di rafforzarsi nell'ambito di un'alimentazione sana e sostenibile, è essenziale che il loro personale sia sensibilizzato e formato su questo tema, in modo da rendere questi settori efficaci in questo ambito e sensibilizzare così su questo importante problema per le nostre società moderne.

- **Eventi formativi ed educativi**

Cambiare le pratiche dei professionisti del settore alberghiero e promuovere i territori in materia di cibo sano e sostenibile attraverso eventi formativi ed educativi è essenziale per creare un sistema alimentare più sostenibile ed equo. Sostenendo gli operatori del settore e fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie, si può garantire

che alberghi, ristoranti e altre attività di ristorazione siano in grado di offrire ai propri clienti opzioni alimentari sane e sostenibili e di promuovere la regione come destinazione per un'alimentazione sostenibile e sana. Ciò può includere il coinvolgimento del personale in sessioni di formazione ed eventi educativi per professionisti, lo sviluppo di materiali educativi e la collaborazione con le organizzazioni turistiche locali per promuovere l'impegno della regione verso un'alimentazione sostenibile e sana. Modificando le pratiche dei professionisti del settore dell'ospitalità e promuovendo i territori in materia di cibo sostenibile e sano, possiamo contribuire a creare un sistema alimentare più sostenibile e sano, a beneficio di tutti.

- **Sviluppare materiale promozionale e di marketing**

Lo sviluppo di materiali promozionali e di marketing, come brochure, siti web e contenuti per i social media, che mettano in evidenza l'impegno della regione per un'alimentazione sana e sostenibile, può contribuire ad attrarre visitatori attenti all'ambiente e a differenziare la regione da altre.

La comunicazione è essenziale, sia con i professionisti, sia con gli abitanti del luogo o con i turisti, perché sensibilizza sulle sfide di un'alimentazione sana e sostenibile e facilita l'implementazione di un sistema sostenibile che risponda alle esigenze del territorio. La creazione di marchi di prodotti alimentari sani è un'iniziativa molto efficace in questo senso, poiché spesso sono gestiti da organizzazioni o attori di medie dimensioni e quindi non richiedono grandi investimenti.

Questi tipi di marchi, così come i marchi ecologici, sono molto ricercati dai consumatori, siano essi residenti o turisti.I marchi ecologici sono marchi apposti su prodotti o servizi per aiutare i consumatori e gli acquirenti istituzionali a identificare quei prodotti e servizi che soddisfano specifici criteri ambientali. Aiutano e guidano i consumatori a migliorare le loro abitudini di acquisto.

- **Collaborare con le organizzazioni turistiche locali**

La collaborazione con le organizzazioni turistiche locali, come gli uffici visitatori e le camere di commercio, può aiutare a promuovere la regione a un pubblico più vasto e a fornire preziose risorse e supporto ai professionisti del settore alberghiero. La tendenza verso il turismo sostenibile è cresciuta negli ultimi anni, il che significa che le persone cercano un'esperienza turistica completa che tenga conto delle questioni economiche, sociali e ambientali. I viaggiatori di oggi sono più consapevoli, o almeno più inclini, alle questioni ambientali.

Sono alla ricerca di nuove esperienze, si preoccupano dell'ambiente, vogliono condurre uno stile di vita sano e sono desiderosi di sperimentare l'autentica cultura locale quando viaggiano.

È quindi importante che gli attori locali collaborino con le organizzazioni turistiche locali per far conoscere al maggior numero possibile di persone i benefici e le specificità del cibo locale, al fine di sviluppare i territori preservando il loro know-how e l'ambiente.

- **Incoraggiare alberghi e ristoranti ad adottare pratiche alimentari sostenibili e salutari.**

Incoraggiare alberghi e ristoranti ad adottare pratiche alimentari sostenibili e salutari, come l'approvvigionamento di ingredienti locali e biologici e l'offerta di menu a base vegetale, può contribuire a modificare le pratiche degli operatori del settore e a promuovere la regione come destinazione per un'alimentazione sostenibile e sana. Gli operatori del settore dovrebbero essere incoraggiati a mostrare i punti di forza e le pratiche di un'alimentazione sana e sostenibile nella loro regione, promuovendo e utilizzando alimenti prodotti localmente.

- **Investire in infrastrutture**

Investire in infrastrutture, come trasporti, alloggi e servizi, che supportino pratiche alimentari sostenibili e salutari, come programmi di bike-sharing e orti in loco, può contribuire a migliorare l'esperienza

complessiva dei visitatori e a rendere la regione più attraente per i turisti.

7.2.Promuovere iniziative educative su un'alimentazione sostenibile e sana

In un mondo che deve affrontare sfide come il cambiamento climatico, l'insicurezza alimentare e i problemi di salute legati all'alimentazione, è più importante che mai promuovere azioni educative su un'alimentazione sostenibile e sana. Fornendo alle persone le conoscenze e le competenze necessarie per fare scelte alimentari consapevoli e sostenibili, possiamo contribuire a creare un sistema alimentare più sano e resistente per tutti. Questo può includere l'organizzazione di eventi e workshop educativi, lo sviluppo di materiale didattico, la collaborazione con scuole e università, la partnership con organizzazioni comunitarie e la promozione di pratiche alimentari sostenibili e salutari attraverso i social media e altre piattaforme online. Promuovendo azioni educative su alimenti sani e sostenibili, possiamo contribuire a creare un sistema alimentare più

sostenibile ed equo per tutti.

- **Ospitare e partecipare a eventi e workshop educativi**

Ospitare e partecipare a eventi e laboratori educativi è un ottimo modo per fornire alle persone le conoscenze e le competenze necessarie per adottare pratiche alimentari sostenibili e sane. Questi eventi e workshop possono assumere diverse forme, come corsi di cucina, seminari sulla nutrizione, visite alle fattorie e altro ancora. Ospitando eventi e laboratori educativi, potete contribuire a educare le persone su una serie di argomenti legati all'alimentazione sostenibile e sana, come ad esempio come coltivare il proprio cibo, come cucinare con alimenti integrali e ingredienti a base vegetale e come fare scelte alimentari informate e sostenibili. Oltre a fornire informazioni e competenze preziose, gli eventi e i laboratori educativi possono anche creare un senso di comunità e riunire le persone attorno a un interesse comune per un'alimentazione sana e sostenibile. Per organizzare eventi e workshop educativi, è importante determinare il pubblico e gli obiettivi, individuare una sede e un programma adatti, sviluppare un piano, promuovere l'evento o il workshop, seguire e valutare i risultati.

- **Sviluppare materiale didattico**

Lo sviluppo di materiali educativi su un'alimentazione sana e sostenibile può essere un modo efficace per fornire alle persone le conoscenze e le competenze necessarie per adottare queste pratiche.

I materiali educativi possono assumere diverse forme, come opuscoli, guide, video e altro. Sviluppando materiali educativi, si può contribuire a educare le persone su una serie di argomenti legati all'alimentazione sana e sostenibile. I materiali educativi possono essere particolarmente utili per fornire alle persone informazioni e risorse a cui possono fare riferimento nel loro tempo libero e con i loro ritmi.

- **Collaborazioni con scuole e università**

Collaborare con scuole e università per promuovere un'alimentazione sana e sostenibile può essere un modo efficace per educare gli studenti e contribuire allo sviluppo della comunità. Le scuole e le università hanno spesso un pubblico di studenti che si trovano in una fase formativa della loro vita e che sono aperti a conoscere le pratiche alimentari sane e sostenibili. Collaborando con queste istituzioni, potete fornire agli studenti le conoscenze e le competenze necessarie per fare scelte alimentari consapevoli e sostenibili, contribuendo così a creare una comunità più sana e sostenibile. Oltre a fornire formazione, la collaborazione con scuole e università può anche offrire l'opportunità di entrare in contatto con organizzazioni e risorse locali e di coinvolgere gli studenti in esperienze di apprendimento pratico, come gite e progetti di servizio.

- **Collaborazioni con le organizzazioni della comunità**

La collaborazione con le organizzazioni comunitarie per promuovere un'alimentazione sana e sostenibile può essere un modo essenziale per educare le persone e contribuire allo sviluppo della comunità. Le organizzazioni comunitarie, come i centri sociali e le biblioteche, hanno spesso una forte presenza nelle loro comunità e possono fornire una piattaforma per raggiungere un'ampia gamma di persone. Collaborando con queste organizzazioni, potete fornire alle persone le conoscenze e le competenze necessarie per fare scelte alimentari consapevoli e sostenibili, contribuendo così a creare una comunità più sana e sostenibile. Oltre a fornire istruzione, la collaborazione con le organizzazioni comunitarie può anche offrire l'opportunità di connettersi con le risorse locali e di coinvolgere le persone in esperienze di apprendimento pratico, come orti comunitari e corsi di cucina.

- **Promuovere pratiche alimentari sostenibili e salutari attraverso i social media e altre piattaforme online.**

Promuovere pratiche alimentari sostenibili e sane attraverso i social media e altre piattaforme online può essere un modo essenziale per educare le persone e contribuire allo sviluppo della comunità.

I social media e le altre piattaforme online possono fornire un'ampia portata e consentono di condividere materiali e risorse educative con le persone in modo facilmente accessibile e conveniente.

Promuovendo pratiche alimentari sane e sostenibili attraverso queste piattaforme, potete fornire alle persone le conoscenze e le competenze necessarie per fare scelte alimentari consapevoli e sostenibili, contribuendo così a creare una comunità più sana e sostenibile. Oltre a fornire istruzione, la promozione di pratiche alimentari sostenibili e sane attraverso i social media e altre piattaforme online può anche offrire l'opportunità di entrare in contatto con persone e organizzazioni che la pensano allo stesso modo e di coinvolgere le persone in discussioni e attività legate all'alimentazione sostenibile e sana. Inoltre, aiuta a influenzare altri membri della comunità e a renderli consapevoli della necessità di adottare nuove abitudini alimentari e dei benefici che ciò può avere a livello individuale, comunitario e, per estensione, globale.

7.3. Sviluppare le conoscenze e le competenze del personale che lavora nel settore dell'ospitalità e la promozione dei territori locali in materia di cibo sostenibile e sano.

Sviluppare le conoscenze e le competenze del personale che lavora nel settore dell'ospitalità e promuovere i territori locali in materia di cibo sostenibile e sano è essenziale per creare un sistema alimentare più sostenibile ed equo e per attrarre visitatori attenti all'ambiente nella regione. Fornendo al personale le conoscenze e le competenze necessarie, possiamo contribuire a garantire che alberghi, ristoranti e altre attività di ristorazione siano in grado di offrire ai loro clienti opzioni alimentari sane e sostenibili e di promuovere la regione come destinazione per il cibo sostenibile e sano. Ciò può includere la formazione del personale su come procurarsi ingredienti locali e biologici, su come preparare alimenti integrali e a base vegetale e su come promuovere

pratiche alimentari sostenibili e salutari presso i clienti. Sviluppando le conoscenze e le competenze del personale che lavora nel settore dell'ospitalità e promuovendo i territori locali, possiamo contribuire a creare un sistema alimentare più sostenibile e sano, a beneficio di tutti.

- **Offrire programmi di formazione**

Molte aziende del settore alberghiero offrono programmi di formazione interni che trattano argomenti come le opzioni alimentari sostenibili e salutari. Questi programmi possono essere erogati in diversi formati, tra cui workshop di persona, corsi online o webinar. È fondamentale offrire al personale del settore l'opportunità di acquisire nuove competenze e rafforzare quelle esistenti, al fine di avere un elevato standard professionale per rispondere alle esigenze delle sfide cruciali legate alla sostenibilità, all'ambiente e alla salute. Personale formato, educato e consapevole permetterà di sostenere un sistema alimentare sostenibile e sano, attuando le strategie in modo più efficace e rapido. Ciò migliora l'impatto delle strategie a livello locale, regionale e nazionale e, per estensione, a livello internazionale.

- **Incoraggiare il personale a cercare ulteriori risorse**

Incoraggiate il personale a fare ricerche personali sull'argomento, fornendo l'accesso a risorse come libri, articoli e corsi online. Questo aiuterà il personale a rimanere aggiornato sulle ultime tendenze e sugli sviluppi del settore. La ricerca di ulteriori risorse dimostra anche un reale impegno e coinvolgimento del personale del settore. Ciò può consentire loro di acquisire nuove conoscenze, ma anche di personalizzare la propria formazione in materia.

- **Creare un ambiente di lavoro favorevole**

Creare una cultura all'interno del luogo di lavoro che valorizzi la sostenibilità e l'alimentazione sana. Ciò può comportare l'offerta di cibi sani nella mensa dei dipendenti, la promozione di opzioni a base vegetale e l'incoraggiamento del personale a portare con sé contenitori e utensili

riutilizzabili. La creazione di un ambiente di lavoro favorevole comporta una serie di vantaggi sia per l'organizzazione che per i dipendenti, soprattutto per quanto riguarda l'acquisizione di nuove competenze e conoscenze. Questo ambiente di lavoro sicuro deve promuovere la comunicazione aperta, il lavoro di squadra, la sicurezza, l'apprendimento continuo e il coinvolgimento e la partecipazione degli stakeholder. Pertanto, il personale sarà incoraggiato a condividere con i colleghi le proprie conoscenze ed esperienze in materia di pratiche alimentari sane e sostenibili. Ciò può avvenire attraverso conversazioni informali, riunioni di squadra o anche organizzando un workshop o una presentazione.

- **Collaborazioni con le organizzazioni locali**

Collaborare con organizzazioni locali che promuovono pratiche alimentari sostenibili e salutari, come mercati agricoli o orti comunitari. Ciò può offrire al personale l'opportunità di conoscere queste pratiche in prima persona e di impegnarsi nella comunità locale. Il networking può essere uno strumento prezioso per sviluppare le conoscenze e le competenze del personale che lavora nel settore dell'ospitalità e per promuovere i territori locali su un'alimentazione sostenibile e sana.

Il networking può aiutarvi a mettervi in contatto con altri professionisti, organizzazioni e risorse che possono fornirvi informazioni preziose, risorse e supporto per i vostri sforzi. L'adesione a organizzazioni di settore e associazioni professionali può offrire l'opportunità di entrare in contatto con altri professionisti e di accedere a risorse e informazioni relative a pratiche alimentari sane e sostenibili. La partecipazione a conferenze ed eventi può offrire l'opportunità di entrare in contatto con altri professionisti e di conoscere le ultime ricerche, le tendenze e le migliori pratiche in materia di alimenti sani e sostenibili. Infine, si raccomanda di utilizzare le risorse e le piattaforme online disponibili. Molte risorse e piattaforme online, come i social media, i forum online e le comunità online, possono essere utili per acquisire conoscenze, migliorare le proprie pratiche lavorative o entrare in contatto con altri

professionisti o organizzazioni del settore.

PP SUD

Petra Patrimonia Sud (PP Sud) è una cooperativa d'impresa e di lavoro specializzata nel sostegno ai leader di progetto nei seguenti settori:

- Patrimonio agricolo, paesaggistico e ambientale: PETRA PATRIMONIA FOLIA
- Patrimonio marittimo e mestieri del mare: PETRA PATRIMONIA MARITIMA
- Patrimonio edilizio, edilizia ed ecocostruzione: PETRA PATRIMONIA

PP Sud, una vera e propria alternativa alla creazione d'impresa, consente ai titolari di progetti di sviluppare le loro attività in modo diverso, in un ambiente legale, sicuro, formativo e innovativo. Questo quadro consente innanzitutto di testare concretamente la fattibilità di un progetto (contratto CAPE), quindi di intraprendere azioni sostenibili all'interno della cooperativa, sotto la copertura di uno status recentemente promosso (ION n° 2014-856 del 31 luglio 2014 sull'economia sociale e solidale), quello di imprenditore-lavoratore.

Si intraprendono azioni per soddisfare i seguenti principi:

- dare a tutti l'opportunità di intraprendere e sviluppare il proprio know-how in modo economico e cooperativo;

- promuovere la realizzazione di progetti economici validi lasciando un posto centrale ai progetti di vita individuali;

- consentire ai dipendenti e agli imprenditori dipendenti di diventare soci

PP Sud opera nel campo dell'economia sociale e solidale e in stretta collaborazione con i servizi statali, gli enti locali e regionali per l'attuazione di politiche legate all'occupazione, all'integrazione, alla formazione e più in particolare a quelle dedicate allo sviluppo di attività e imprese.

La sua innovazione sociale ed economica garantisce la reversibilità e la facilità di accesso alla creazione di imprese. La sua attività comprende un programma di coaching che mira a sviluppare le competenze sociali specifiche necessarie ai manager (è scrupoloso nell'esecuzione dei compiti, prende iniziative personali, ha la capacità di anticipare e rispondere efficacemente ai cambiamenti, accetta le differenze culturali e sociali, la leadership, gestisce le proprie emozioni, ha la capacità di negoziare con gli altri, è interessato a imparare cose nuove/è interessato alle innovazioni, è in grado di gestire il tempo in modo efficiente, sa come sviluppare strategie).

Le sue azioni sono intraprese in collaborazione con le principali reti di sostegno alla creazione e all'acquisizione di imprese, come BGE, FI, FA, "réseau entreprendre" (rete di imprenditori), l'APCE.

Il PP SUD è specializzato nell'accompagnamento di leader di progetto e di giovani, in particolare nel settore del turismo, che desiderano testare/scoprire e avviare le loro attività. Il programma offre una risposta ai giovani che desiderano creare il proprio lavoro e fornisce loro nuove capacità e competenze formandoli nel mondo degli affari. PPC si occupa

ogni giorno di diversi settori della formazione. PP Sud dispone di personale esperto nel campo dell'istruzione e della formazione.

FONTI

- Joseph Poore & Thomas Nemecek (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers.Science.

- Lee, K.; Conklin, M.; Cranage, D.A.; Lee, S. The role of perceived corporate social responsibility on providing healthful foods and nutrition information with health-consciousness as a moderator. Int. J. Hosp. Manag. 2014, 37, 29–37 [Crossref]

- Alimentation durable : définition et enjeux. (2021, 16 novembre). Optigede - Ademe. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse https://www.optigede.ademe.fr/alimentation-durable

- Alimentation et Environnement : Champs d'actions pour les professionnels (ADEME). (2016, octobre). [Pdf]. ADEME Editions. https://librairie.ademe.fr/cadic/2223/alimentation_et_environnement_2020.pdf?modal_token=475833152e6107866008730d7fc4199a&modal=true&cookies_allowed=true&open=true&firstname=&lastname=&email=jerome.scanavino%40orange.fr&rgpd=on&submitted=1&g-recaptcha-response=03ANYolqskqof500aDlV2GGVgDWLyv9QBbKK4yrjWDFkF_yt_0b3es4X0yVQFNCS-0YRThh81O_lD1WNsNHkQpUqV8FcD8e10GQldvl_pXNK1Fox_Sn2CvGgkxTvk1bZg0NFYLaUrxGv13miyDJwCMB5YK1-h4UtVdnKyS1fArmSSsJIWFpnBbkymM1DI-dVDt9JLWRbsse1Y6ThKHS2ku3lA2-SLkXeMZ1CQp_dIjmXxrZIACggn0IeCUP9RR9vT4OIt-SV8nCCePCFEyrcA9ebOBDuYdn-

5Vx0W4eW7XAtsA0min3jT0L4k8VXXiDbpeZQJMis_XcsIMkc_RGARDh9PqTfZ0AShrQdT3l-N-tG0A2oxkj0LkIrtl6puRzubwzw4Dr0E03NPFYm-o5j-zqHI64TjqybLKAhMYBlh96SZs9zb0AOXRbM69gRIC9z6JgvdNfPfV7aX6NGmXRVlVkIo6yb7qE3OA1__rCmxnpmOh1oBe6panRBq9zktv1UIc-S6mTjwchi3eLbO1Hu8jPw-fJW9fjJ2y9Q

- Fosse, J. P. F. (s. d.). Pour une alimentation saine et durable - Rapport pour l'Assemblée nationale. France Stratégie. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse https://www.strategie.gouv.fr/publications/une-alimentation-saine-durable-rapport-lassemblee-nationale

- Guide de l'alimentation durable. (2015). Institut fédéral pour le développement durable.https://www.developpementdurable.be/sites/default/files/document/files/gidsduurzamevoeding_fr.pdf

- How Consumer Organisations can contribute to Sustainable Food systems. (s. d.). Consumers International. https://www.consumersinternational.org/media/314552/how-consumer-organisations-can-contribute-to-more-sustainable-food-systems.pdf

- L'alimentation, un nouvel enjeu de développement durable pour les territoires. (s. d.). Cerema à l'adresse https://www.cerema.fr/fr/actualites/alimentation-nouvel-enjeu-developpement-durable-territoires

- L'éducation à l'alimentation : entre représentations et pratiques alimentaires – Éducation relative à l'environnement –. (2018, 26 octobre). Érudit. https://www.erudit.org/fr/revues/ere/2016-v13-n2-ere04029/1052542ar/

- Product traceability in the Food & Beverage industry. (s. d.). Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse

https://hospitalityinsights.ehl.edu/product-traceability

- Promouvoir une alimentation saine et durable : et la rendre accessible à tous les habitants de la métropole. (2019, avril). Conseil de développement Grand Lyon. https://conseils-de-developpement.fr/wp-content/uploads/2020/11/promouvoir-alimentation-saine-et-durable-lyon-19.pdf

- Sustainable Food System in Hospitality | FoodNotify Hospitality Blog. (s. d.) à l'adresse https://www.foodnotify.com/en/blog/sustainable-food-system-hospitality

- Systèmes alimentaires durables : Un manuel pour s'y retrouver. (2020). FAO & INRAE. https://doi.org/10.4060/ca9917fr

3. Psicologia del processo decisionale per l'adozione di comportamenti a favore dell'ambiente nel settore turistico

Igor Vitale International srl

1. INTRODUZIONE

Quando ci troviamo di fronte a un problema globale come il cambiamento climatico, dobbiamo essere in grado di valutare tutti gli aspetti che contribuiscono a risolverlo.

Tra questi, con estrema semplificazione, possiamo parlare dell'impatto delle industrie sul cambiamento climatico, dell'uso massiccio di materiali non riciclabili e di altri effetti determinati dal modo in cui produciamo energia.

Questi elementi sono facilmente quantificabili e identificabili. Inoltre, una legislazione che li riduca in modo sostanziale potrebbe anche essere apparentemente semplice e sarebbe già stata attuata se non avesse particolari impatti logistici ed economici.

Lo sforzo dell'Europa in questo momento è quello di promuovere una transizione ecologica in tutti i settori, compreso il turismo, per combattere il cambiamento climatico.

Infatti, il Green Deal europeo fissa l'obiettivo di raggiungere la neutralità di carbonio entro il 2050.

Questo obiettivo è stato recentemente reso più complesso dalla guerra in Ucraina, che ha comportato anche una crisi energetica per gli Stati europei più dipendenti dalle importazioni di gas russo e che senza dubbio porrà ostacoli a un più rapido raggiungimento della neutralità ambientale.

In uno dei Paesi partecipanti, l'Italia, si è addirittura pensato di riaprire impianti a carbone per soddisfare il fabbisogno energetico nazionale.

Oltre agli aspetti macro, ci sono fattori meno visibili e identificabili rispetto agli aspetti macro e che fanno parte dell'area psicologica, ovvero: gli atteggiamenti, le convinzioni e i comportamenti delle persone.

Le regole, per quanto precise, possono essere seguite nella pratica in modi diversi o addirittura a volte il rispetto può essere solo apparente.

Dobbiamo quindi distinguere almeno le norme esplicite da quelle implicite, soggettive. Sapendo che le regole non scritte hanno comunque un impatto sul risultato finale.

Se un comune fornisce un sistema innovativo per i rifiuti, ma il sistema presenta molti problemi a livello di usabilità o ergonomia, il risultato finale potrebbe essere catastrofico. Il sistema può essere conforme ai requisiti formali ma non essere utilizzato correttamente nella pratica.

Se il ristorante di un hotel ha diverse opzioni alimentari che favoriscono l'uso di ingredienti a chilometro zero, ma non riesce a promuoverle bene e quindi poche persone scelgono queste opzioni alimentari sostenibili, questo aspetto riguarda il comportamento umano.

Se un hotel non conosce alcuni incentivi per la valorizzazione energetica e quindi non coglie le opportunità per migliorare l'efficienza energetica della propria struttura, questo aspetto riguarda elementi di conoscenza della persona.

In altre parole, il fattore umano nella lotta al cambiamento climatico gioca un ruolo significativo e questo ruolo è anche vostro in quanto professionisti del turismo, manager, decisori e per tutti gli attori del turismo, compresi i consulenti. Potremmo anche dire che i consumatori stessi svolgono un ruolo nel fornire un feedback alle strutture ricettive e nell'indicare sempre più spesso quando certe decisioni aziendali non sono ecologiche e quindi da evitare.

2. LA PSICOLOGIA DELLE DECISIONI

La battaglia contro il cambiamento climatico va quindi affrontata anche dal punto di vista psicologico, poiché ognuno dei seguenti aspetti gioca un ruolo decisivo:

- Atteggiamenti verso l'ambiente
- Comportamenti pro-ambiente
- Credenze e conoscenze sul cambiamento climatico
- Decisioni a favore dell'ambiente

Quello che dobbiamo capire è come incoraggiare questi elementi psicologici. Questi aspetti vanno oltre le norme. Gli atteggiamenti e le convinzioni non possono essere normati, ma possono essere incoraggiati sviluppando una coscienza critica nel settore turistico.

E questo aspetto riguarda tutti gli attori del turismo, che è già un ecosistema molto grande e che gioca tutti un ruolo:

- Autorità locali, regionali e nazionali: poiché propongono norme a livello locale, regionale e nazionale, forniscono linee guida. È bene che queste regole siano ben bilanciate rispetto alla loro reale fattibilità per le imprese, quindi è necessario un dialogo continuo con i rappresentanti delle imprese per la loro reale adesione alle regole e il miglioramento della sostenibilità delle strutture ricettive. È bene quindi realizzare anche interventi di comunicazione mirati che rendano facilmente comprensibile e operativo l'insieme delle regole che favoriscono la transizione verde.

- Le aziende e i grandi enti di rappresentanza delle imprese, come Camere di Commercio, Federazioni, Sindacati, che possono

rappresentare le esigenze del settore turistico possono offrire una visione dettagliata di quelle che sono le reali esigenze e capacità dell'ecosistema turistico.

- I lavoratori del turismo possono fornire input molto interessanti sulle pratiche turistiche reali e sui modi per promuovere la sostenibilità nella vita quotidiana.

- I consumatori e le associazioni di consumatori possono fornire importanti feedback alle aziende turistiche quando non sono in linea con i criteri di sostenibilità, ma anche educare i consumatori a comprendere il reale impatto ambientale di certe procedure.

- Le scuole alberghiere, tutti gli istituti professionali e i centri di formazione professionale del settore turistico possono fornire competenze chiave nel campo della sostenibilità alla futura forza lavoro del settore.

- Gli istituti che si occupano di valutare la qualità delle strutture ricettive

Ci sono quindi numerose lacune da colmare e la psicologia delle decisioni gioca un ruolo in ognuno di questi aspetti:

- Ostacoli di conoscenza: l'alfabetizzazione sui temi della sostenibilità deve essere migliorata; la popolazione generale non è in grado di riconoscere le differenze tra elementi che hanno o meno un impatto sull'ambiente. Il personale potrebbe non conoscere gli elementi di reale impatto sull'ambiente delle scelte nel settore turistico o non conoscere le norme, le direttive europee, ecc.

- Barriere normative: Le normative possono non coprire efficacemente tutti i settori o non avere valutazioni dell'impatto su atteggiamenti e comportamenti. La conformità ai

regolamenti potrebbe essere solo esterna

- Ostacoli economici: le opzioni sostenibili possono esistere, ma sono troppo costose e quindi non vengono selezionate.

- Ostacoli psicologici: dopo tutti gli ostacoli precedenti, i comportamenti a favore dell'ambiente sono il risultato di un processo decisionale basato su specifici aspetti psicologici e gli atteggiamenti e le convinzioni possono influire sul modo in cui le persone si comportano effettivamente.

La lotta al cambiamento climatico si esprime anche sottolineando l'importanza del fattore umano e valorizzandone gli aspetti a tutti i livelli: nelle scuole, nelle università, nella formazione professionale di adulti e giovani e con campagne rivolte alla popolazione generale.

Secondo l'articolo scientifico "What drives employees' intention to implement green practices in hotels" (Chan et al., 2014), le tre componenti che facilitano la probabilità di adottare comportamenti verdi negli hotel da parte del personale sono la consapevolezza, la preoccupazione per l'ambiente e il comportamento ecologico.

Il progetto "Inclusive and Sustainable Tourism Gamification in School Education" si basa proprio su questo per rendere le strutture ricettive più inclusive e sostenibili investendo soprattutto sulla futura forza lavoro del settore turistico-alberghiero, ovvero gli studenti di tutte le scuole appartenenti alle aree del turismo e dei settori ad esso collegati (Istituti Alberghieri, Istituti Professionali per il Turismo, Agroalimentare, Agricoltura, etc.).

3. COME INTENDIAMO VALUTARE IL PROCESSO DECISIONALE DEGLI STUDENTI

A tal fine, creeremo un gioco educativo di gestione in cui gli studenti vestiranno i panni del direttore d'albergo e dovranno gestire tutte le questioni relative alla gestione di un hotel.

I partecipanti saranno esposti a una serie di situazioni problematiche, dilemmi e scenari relativi ai temi della sostenibilità e dell'inclusione negli hotel.

Il gioco sarà quindi strutturato in una simulazione di un arco temporale di 20 anni e i problemi proposti saranno di difficoltà crescente.

In riferimento ai problemi proposti, lo studente dovrà prendere delle decisioni e saranno incoraggiate le decisioni sostenibili e inclusive.

L'algoritmo decisionale del gioco avrà quindi una duplice funzione:

- incoraggiare decisioni inclusive e sostenibili
- studiare il processo decisionale degli studenti sottoposti a scenari problematici sui temi dell'inclusione e della sostenibilità

Si può quindi ricorrere allo studio del processo decisionale naturale degli studenti:

- per scopi di ricerca
- per comprendere il modo in cui i futuri attori del turismo prendono decisioni spontanee quando sono sottoposti a criticità e difficoltà in materia di inclusione e sostenibilità

4. DECISION MAKING MODELS AND THE CONCEPT OF LIMITED RATIONALITY

La psicologia delle decisioni riguarda lo studio di come le persone prendono decisioni in ogni ambito della loro vita. Le decisioni, infatti, possono riguardare qualsiasi ambito. Questo settore della scienza si è molto spesso concentrato sulle decisioni economiche, considerando che questo settore suscita immediatamente un notevole interesse in tutti gli attori economici e nelle aziende. Ma questo non è l'unico settore di importanza cruciale, ad esempio è possibile studiare anche le decisioni prese nell'ambito dei comportamenti di salute (adozione di trattamenti specifici, reale aderenza alla terapia) o altre decisioni comportamentali relative all'assunzione di rischi (ad esempio, prendere determinate precauzioni sul lavoro, sistemi di protezione individuale).

Ognuno di questi aspetti ha una particolare rilevanza nel turismo perché:

- le decisioni che i turisti prendono hanno certamente un valore economico
- le scelte alimentari dei turisti hanno certamente un'implicazione nei concetti di salute e benessere
- i comportamenti che riguardano la salute dei lavoratori hanno sicuramente un impatto sulla salute e sono ulteriormente determinanti per i dipendenti e gli ospiti
- i comportamenti a favore dell'ambiente hanno un impatto sulla salute ambientale e riguardano anche aspetti etici e morali.

La psicologia delle decisioni sostiene oggi un modello di razionalità umana limitata. In altre parole, a differenza del passato, oggi si ritiene che, sebbene sia esigenza di tutti scegliere nel modo più conveniente possibile,

la nostra razionalità abbia molti limiti: attentivi, cognitivi, di memoria, ecc.

Pertanto, in ogni decisione, piuttosto che formulare un'attenta analisi dei costi e dei benefici, scegliamo scorciatoie di pensiero che fanno economia cognitiva.

Il leader dell'approccio della razionalità limitata è Herbert Simon, economista e vincitore del Premio Nobel per l'Economia nel 1955.

Prima dello sviluppo e della diffusione della teoria di Herbert Simon, molti credevano che la motivazione principale delle decisioni economiche fosse il rapporto costi-benefici: se una cosa costa poco e offre molti benefici, il consumatore la comprerà.

Eppure molti acquisti hanno un rapporto costi-benefici assolutamente soggettivo.

Pensate all'organizzazione di un viaggio di vacanza, per alcuni la camera d'albergo è l'ultimo dei luoghi dove trascorrere il proprio tempo: c'è un letto comodo, il posto è pulito, va bene.

Per altri, invece, ci sono criteri importanti, si vuole un notevole comfort del posto, il personale deve essere in grado di parlare in inglese per farsi capire bene. Per altri, il personale dovrà anche parlare la propria lingua nazionale (ad esempio, l'italiano), poiché potrebbe non essere in grado di comunicare in inglese. Una persona con una disabilità specifica può avere esigenze aggiuntive. Ad esempio, una persona allergica alla polvere può reagire in modo più negativo a una determinata condizione ambientale.

La stessa vacanza e lo stesso servizio sono cose completamente diverse per clienti diversi.

Gli esperti del progetto "Inclusive and Sustainable Tourism Gamification in School Education" vogliono che gli aspetti della sostenibilità siano uno dei fattori che i consumatori prenderanno in considerazione come elemento decisionale.

Per garantire il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale è necessario non solo che le strutture ricettive siano attrezzate per ottimizzare il loro impatto ambientale, ma anche che gli ospiti siano sempre più sensibili ai temi della sostenibilità.

In questo, anche l'operatore turistico svolge un ruolo fondamentale, in quanto ha anche un fattore educativo. Per rendere una vacanza davvero attraente, l'operatore turistico deve educare il cliente al valore della sua offerta.

Un cliente potrebbe non essere in grado di riconoscere che il pomodoro che avete usato per preparare la pasta ha un'origine locale e a km zero se non glielo dite e non gli spiegate le sue peculiarità.

Così come un cliente potrebbe non sapere che una certa preparazione o l'origine di un vino possono rispondere a determinati requisiti di sostenibilità e avere specifici benefici.

Difficilmente un cliente conosce davvero nel dettaglio il significato di "ingrediente biologico" o "vino biodinamico".

Le aziende turistiche, mentre danno valore alle loro offerte, possono educare il cliente al valore della loro offerta. La valorizzazione dell'offerta dovrebbe seguire il percorso della sostenibilità.

Può sembrare un argomento astratto o difficile da argomentare, in realtà basta capirne la chiave.

Vivere in luoghi sani e mangiare cibo sostenibile fa bene alla salute. Ognuno di noi vuole essere in salute, quindi questa è un'ottima chiave per motivare le persone a fare scelte sostenibili nel turismo.

Lo stesso si potrebbe dire di tutte quelle tecniche volte a incoraggiare scelte salutari nei clienti. Si può promuovere il cibo sano, ma non si deve assumere un tono "medico" nel farlo.

Nessuno in vacanza vuole sentirsi in un "contesto clinico" o pensare a

questioni estremamente serie, ma ognuno di noi vuole preservarsi e contribuire alla sostenibilità ambientale in uno di questi modi. Quindi, per favorire atteggiamenti e comportamenti sostenibili dobbiamo definirli e questo può essere fatto anche a livello psicologico..

5. CHE COS'È UN ATTEGGIAMENTO

In un quadro cognitivista, l'atteggiamento è l'associazione mentale tra un oggetto e la sua valutazione. L'atteggiamento, in psicologia, non è quindi un modo di fare, ma un modo di pensare. Questa valutazione può essere positiva, negativa, neutra, più o meno articolata. Inoltre, l'oggetto non è necessariamente un oggetto fisico. Può infatti essere un comportamento, un oggetto sociale.

In altre parole, l'atteggiamento è la risposta alla domanda "cosa pensi di X?" o "come valuti X?".

Il presupposto di questa domanda è conoscere l'oggetto dell'atteggiamento. Tuttavia, l'alfabetizzazione ai temi della sostenibilità potrebbe essere minima.

Una persona potrebbe non avere un'opinione o una conoscenza dell'impatto di certe scelte alimentari nelle strutture ricettive e, quindi, potrebbe non essere in grado di utilizzare questa conoscenza in modo strategico.

Le strutture ricettive possono educare su questo aspetto mentre offrono i loro servizi. Dobbiamo solo trovare la chiave giusta per promuovere decisioni sostenibili.

Nei paragrafi seguenti vediamo alcune strategie per favorire le scelte sostenibili.

6. INGEGNERIA DEI MENU PER LA SOSTENIBILITÀ

L'ingegneria dei menu è una tecnica applicata alla creazione di menu con lo scopo di incoraggiare determinate scelte nel consumatore. Disponendo gli stimoli, i testi, i contenuti, i prezzi del menu, si rendono più evidenti le opzioni che si vogliono privilegiare.

Classicamente, questa tecnica viene applicata per favorire il massimo profitto (quindi non solo a un prezzo medio più alto per cliente, ma proprio a ciò che fa ottenere all'azienda il maggior guadagno; per esempio, favorendo quelle preparazioni che hanno bassi costi di produzione e alto margine).

È importante garantire e valorizzare che la propria struttura ricettiva abbia il giusto valore economico, altrimenti l'attività non sarebbe sostenibile a livello finanziario.

Allo stesso tempo, le tecniche di ingegneria dei menu possono essere utilizzate per favorire scelte salutari e sostenibili; per fare questo si possono utilizzare gli stessi metodi applicati nell'ingegneria dei menu classici, con alcuni accorgimenti.

Intanto, possiamo iniziare a dire che i capisaldi dell'ingegneria del menu richiedono una grande varietà di conoscenze:

- studiare il fattore umano: la psicologia generale e la psicologia delle decisioni sono alcune delle scienze che studiano l'ingegneria dei menu. Sapere che la disposizione degli stimoli nello spazio può favorire determinate scelte è un elemento legato alla percezione, argomento analizzato dalla psicologia generale.

- statistica: nell'ingegneria dei menu vengono formulate delle ipotesi, generalmente legate a quali saranno le scelte preferite, ma queste ipotesi devono essere studiate e verificate

singolarmente per capirne la correttezza

- grafica: la scelta di elementi visivi può favorire alcune scelte alimentari ecocompatibili o ridurre la probabilità d'acquisto

La prima cosa da fare nella definizione di un menu è preparare un'ampia varietà di opzioni sostenibili in modo che siano comunque la scelta principale. Bisogna sempre riconoscere, infatti, che la sostenibilità non è l'unico criterio per la creazione di un menu, e ci sono anche un'altra serie di principi da considerare:

1. la variabilità deve essere soddisfatta, gli ospiti che soggiornano per un lungo periodo potrebbero non gradire di trovare sempre gli stessi piatti. La lista potrebbe quindi anche essere breve per evitare lo spreco di ingredienti e ridurre gli sprechi alimentari, ma non possiamo aspettarci che questa lista breve sia la stessa per giorni.

2. La variabilità dovrebbe anche garantire che il menu sia inclusivo (ad esempio evitando la carne di maiale per coloro che non la mangiano per motivi religiosi, offrendo la giusta variabilità per evitare alcuni allergeni, garantendo opzioni vegane o vegetariane, ecc.)

Se la maggior parte delle opzioni è sostenibile a livello ambientale, le statistiche non possono che essere dalla nostra parte. Tuttavia, questi elementi devono essere equilibrati e ragionevoli per garantire la sostenibilità economica di un menu. Tuttavia, dobbiamo sempre ricordare che senza sostenibilità economica il business non esiste e se non esiste, non possiamo raggiungere la missione di educare i clienti alla sostenibilità attraverso il turismo.

7. L'EFFETTO PRIMACY PER LA SOSTENIBILITÀ

L'effetto primacy è un classico effetto di memoria, noto in psicologia fin dal XIX secolo. Ricordiamo più facilmente i primi elementi di un elenco rispetto agli ultimi.

Questo, ovviamente, si riferisce direttamente al modo in cui creiamo i menu. Inoltre, siamo tutti educati a leggere un testo dall'inizio.

Si può fare un uso strategico del primo elemento dell'elenco in vari modi. Un modo classico di utilizzare l'effetto primacy consiste nell'inserire come primo elemento della lista un'opzione alimentare assolutamente economica e con un buon margine.

Se il cliente legge per primo questo elemento, tenderà a sovrastimare il beneficio delle scelte in generale rispetto al costo economico.

Dobbiamo anche considerare che gli elementi più letti di un elenco creano una sorta di riferimento che verrà utilizzato per fare confronti. Questo effetto è chiamato in psicologia "ancoraggio".

Una pizza a 11 euro apparirà costosa se l'ancora di riferimento è 3,5 euro. La stessa pizza a 11 euro apparirà economica in un luogo in cui l'ancoraggio è di 13 euro o in un contesto in cui un piatto principale è venduto in media a 25 euro. Questo accade perché i primi elementi di una lista sono considerati una sorta di punto di riferimento mentale.

Questa logica vale soprattutto per i menu à la carte, sia che si riferiscano a piatti che a servizi offerti da un hotel (ad esempio, è possibile applicare processi simili a una serie di trattamenti SPA).

Negli hotel, tuttavia, esistono anche formule di pensione completa che quindi non hanno una quotazione. La formula all-inclusive spesso comprende anche le bevande e il cliente si trova a scegliere tra 4 opzioni

per piatto, senza che l'ancora sia riferita a un prezzo perché non c'è.

In questo caso, il primo elemento della lista può comunque essere scelto tra quelli più sostenibili per favorirne la selezione.

8. MEMORIA ASSOCIATIVA E ACCOPPIAMENTO SOSTENIBILE

La nostra memoria funziona per associazioni, questo è particolarmente cruciale in cucina, dove gli abbinamenti o la sequenza dei piatti viene scelta sulla base di una logica di sapori. Attraverso una sapiente preparazione del menu o delle strategie possiamo favorire scelte sostenibili in base agli abbinamenti suggeriti. Ad esempio, scegliendo un piatto di pesce come primo piatto si tende a richiamare un pesce o una verdura come secondo. Se la prima scelta è sana/sostenibile, tenderemo ad associare altre scelte sane e sostenibili come opzioni. Una persona che presta particolare attenzione alla prima scelta tenderà a scegliere costantemente una seconda opzione nella stessa direzione.

Questa memoria associativa può essere attivata in vari modi:

- Proporre un'entrée o un amuse bouche che richiami elementi sani e sostenibili, in modo da orientare anche le scelte future nella stessa direzione.

- Spiegate alcuni suggerimenti di abbinamento nel menu. Ad esempio, un piatto sostenibile potrebbe essere associato a vini biodinamici. Spiegarlo come possibile abbinamento porta il cliente a chiedersi cosa sia un vino biodinamico, ad avere informazioni dettagliate dal cameriere e quindi a sceglierlo. Dobbiamo sempre ricordare che è necessario fornire un motivo di acquisto, spiegando i concetti ed educandolo al valore dell'offerta.

- Creare una sequenza sostenibile: ad esempio, una degustazione interamente basata sulla cucina sostenibile o verde

- Creando una pagina ad hoc per le sole opzioni sostenibili, in modo da guidare l'attenzione degli utenti selezionati in opzioni di questo tipo (es. "cocktail sostenibili", "menù a km zero", ecc.)

L'importanza di saturare il menu con scelte sostenibili è comunque importante, come dimostra una ricerca di Parkin e Attwood (2020) intitolata "Menu design approaches to promote sustainable vegetarian food choices when dining". In questo studio, i ricercatori volevano valutare quali fattori di progettazione del menu potessero influire sulla scelta di cibi vegetariani. Le variabili considerate sono state le seguenti:

- Livello di saturazione del menu, quando si confrontano menu con 25, 50 o 75% di opzioni vegetariane nel menu.

- La presenza del simbolo V per indicare l'opzione vegetariana nelle specifiche scelte di cibo vegano

La ricerca si è concentrata su persone non vegetariane per capire come questi fattori potessero far propendere per un'opzione vegetariana, anche se questa non era la loro scelta alimentare.

La ricerca aveva già dimostrato che, sebbene il simbolo "V" possa essere un criterio che facilita la scelta dei vegetariani perché riassume in pochissimo tempo la totale assenza di ingredienti di origine animale in quella determinata preparazione, potrebbe avere un impatto negativo sui clienti che mangiano carne perché agisce proprio come filtro di esclusione.

In questo studio è emerso che il vero impatto sui non vegetariani è dato dalla saturazione del menu al 75%. Solo in questo caso sono emerse differenze significative nella preponderanza dei clienti carnivori nel selezionare più spesso piatti vegetariani.

Il simbolo V è stato proposto a sinistra o a destra del testo in diverse condizioni sperimentali per capire se questo avesse una qualche forma di effetto, ma non è stato riscontrato alcun effetto statistico significativo.

Anche la saturazione del 50% non ha portato a un aumento delle scelte vegetariane per i clienti non vegetariani. Questo studio dimostra l'importanza di saturare il menu con le opzioni che si vogliono incoraggiare.

È quindi necessario sapere che la descrizione di un piatto come vegetariano può talvolta rappresentare un filtro negativo per chi non mangia vegetariano e quindi, in ultima analisi, ridurre la possibilità di scelta come dimostrato da alcune ricerche (Bacon & Krpan, 2018; Krpan & Houtsma, 2020). In alcuni di questi studi, sono stati messi a confronto diversi tipi di inquadramento rispetto ai cibi sani, confrontando le descrizioni vegetariane, sostenibili, sociali e senza descrizione. La descrizione del cibo vegetariano è stata quella che più spesso ha portato a non scegliere il cibo negli studi precedenti. Non tutti gli studi dimostrano chiaramente un filtro per l'esclusione delle scelte alimentari quando si tratta di cibo vegetariano, ma è chiaro che coloro che mirano a favorire le scelte alimentari vegane e sostenibili dovrebbero interrogarsi criticamente su quali siano le migliori strategie per favorire la loro scelta tra i consumatori.

9. STRATEGIE DI INGEGNERIA DEL MENU PER UN'ALIMENTAZIONE VEGETARIANA E SOSTENIBILE

Esistono molti modi per sottolineare una determinata scelta alimentare e possono essere applicati alle scelte che si vogliono privilegiare, come ad esempio:

- Dedicare una sezione particolare (ad esempio, una pagina dedicata al cibo biologico, sostenibile, etico, ecc.)

- Aggiungere una "raccomandazione dello chef". Chiaramente questo dovrebbe essere aggiunto solo alle scelte di un certo tipo.

- Aggiungere una voce descrittiva. Ad esempio, un certo tipo di piatto può avere un descrittore particolare o alcune righe aggiuntive di spiegazione. È chiaro che questa strategia deve essere limitata a pochi piatti, in modo che risaltino in termini di attenzione rispetto agli altri. Aggiungere descrittori a tutte le scelte non farebbe altro che saturare l'attenzione del consumatore.

10. PSICOLINGUISTICA DEI MENU

La psicolinguistica è fondamentale per creare un menu di successo. Le parole chiave che utilizziamo per favorire scelte sostenibili sono molto importanti perché agiscono sulla nostra memoria associativa.

Ogni parola che inseriamo nel menu non è solo una parola, ma attiva tutta una serie di associazioni mentali. È su queste che dobbiamo giocare per favorire le scelte sostenibili. Il nostro menu difficilmente può

raccontare tutto in poco tempo, anche perché il tempo è limitato, le energie del cliente sono limitate, la voglia di conoscere nuovi aspetti, in vacanza, potrebbe essere molto limitata.

Per questo motivo, dobbiamo chiederci quali parole usare per promuovere il cibo sostenibile.

Ad esempio, molto spesso, per capirsi, si usa la parola "scarto" per parlare di quelle parti dell'ingrediente che non vengono abitualmente utilizzate. È chiaro che questa parola non evoca nulla di buono anche se in un certo senso è vera.

E poi chi decide cosa è uno scarto e cosa no? Inoltre, se si decide di inserire quell'ingrediente nella ricetta, tecnicamente non è uno scarto ma è parte integrante della ricetta. Quello che molti considerano "scarto" è spesso commestibile, a volte addirittura sano.

Di solito nessuno usa la buccia di castagna nelle preparazioni. Eppure può essere utilizzata in vari modi. Ad esempio, può essere utilizzata per preparazioni affumicate (per alimenti o anche per bevande), può assumere un ruolo ornamentale (ad esempio, gelato alla castagna nella sua stessa buccia) o può anche essere distillata e fornire un valore aggiunto a una preparazione.

Quali proprietà ha la buccia di castagna? È necessario saperlo per motivare ulteriormente le scelte sostenibili. Affinché la sostenibilità economica sia assicurata e la percezione sociale dell'hotel sia preservata, il cliente non deve mai dedurre che "l'hotel sta proponendo alimenti che di solito sono considerati rifiuti", ma deve sempre trovare un motivo particolare nella mente del cliente. Ad esempio, pochi sanno che la buccia di castagna può essere utilizzata per preparazioni cosmetiche. Cosa vi impedisce di creare una collaborazione tra i reparti e di riutilizzare la buccia di castagna per motivi cosmetici? Sarebbe un servizio particolarmente personalizzato perché possono rappresentare l'elemento centrale di una maschera per capelli, di una crema cosmetica per il viso. Inoltre, è particolarmente efficace in termini di sostenibilità economica

perché genera un'esclusività assoluta. Quella particolare maschera per il viso è stata prodotta direttamente dall'hotel, con castagne locali e diventa un po' parte del cliente.

È quindi giunto il momento di valorizzare la sostenibilità utilizzando parole chiave in grado di sottolinearne gli aspetti in modo accattivante.

Ad esempio, invece di usare parole vere ma inappropriate come "scarti", "parti dell'ingrediente che non vengono utilizzate" (ricordiamo che nessuno ha deciso che non vengono utilizzate) o termini moralistici che spesso tendono a essere rifiutati in vacanze in cui essenzialmente la persona non vuole affrontare problemi critici, cerchiamo di sottolineare il valore dell'utilizzo di quel particolare "scarto" in modi diversi, ad esempio:

- Enfatizzare le proprietà di quella parte dell'ingrediente che non viene utilizzata.
- Sottolineare la creatività dell'utilizzo di quella parte dell'ingrediente in quel modo
- Sottolineare l'origine dell'ingrediente e fare riferimento a luoghi vicini o usare le parole a km zero.

11. THE DIGITAL MENU: WHY IT IS SO IMPORTANT

La pandemia di Covid-19 ha promosso ampiamente l'uso di menu digitali, la necessità di evitare il più possibile il contatto con oggetti fisici ha portato molte strutture ricettive e ristoranti ad adottare la formula del menu digitale. Ciò presenta indubbi vantaggi di sostenibilità, ma non solo:

- Evitare il contatto fisico con il menu e altre fonti di contagio

- Quando si tratta di menu del giorno, evitare la stampa continua di menu e il consumo di carta.

- Per quanto riguarda i menu à la carte, si pone lo stesso problema: il menu stabile deve essere sanificato ogni volta e in alcune produzioni la procedura è complessa o difficile da applicare.

Ci sono quindi sicuramente ragioni igieniche e di sostenibilità che vengono agevolate dal menu digitale. Alcune aziende fanno ancora fatica ad accettare questa trasformazione digitale, temono la familiarità degli utenti con minori competenze digitali, ma in realtà esistono molte soluzioni per favorire la diffusione di un menu e il suo utilizzo anche per chi non ha dimestichezza con i cellulari. Ad esempio, è possibile utilizzare - previo consenso - sistemi di messaggistica istantanea per inviare direttamente un pdf con il menu o il link al menu digitale, nel caso in cui il QR code sia difficile da inquadrare o ci siano problemi con il cellulare o altre condizioni (es. utente che dimentica il cellulare in sala).

Ma il menu digitale ha molti altri vantaggi che possono aiutarvi nell'ingegnerizzazione dei menu.

Infatti, un menu digitale consente di:

- Guidare i processi attenzionali. Il menu cartaceo, oltre a essere meno sostenibile, presenta numerosi altri limiti. Peggiora sicuramente i processi attenzionali in quanto può essere sfogliato in infiniti modi, potrebbe essere troppo carico di informazioni o troppo lungo. Il menu digitale permette di guidare meglio l'attenzione del cliente, ad esempio segnalando 4 opzioni per pagina (antipasti, primi, secondi, contorni, dessert).

- Il menu digitale consente di fare un uso più creativo della presentazione dei piatti, ad esempio valorizzando alcune scelte con elementi video.

- Il menu digitale consente di eliminare eventuali preparazioni esaurite, anche durante il servizio. Questo può accadere più spesso nel caso di preparazioni sostenibili.

- Il menu digitale consente di fare più spesso un uso sperimentale dell'ingegneria del menu, proponendo titoli alternativi degli stessi piatti e valutando quale modalità funziona meglio

Analizziamo in dettaglio ognuna di queste fasi tecniche per poi capire come migliorare questi elementi.

12. PROCESSI DI ATTENZIONE NELL'INGEGNERIA DEI MENU

Attenzione e decisione sono elementi che vanno di pari passo. Affinché si prenda una decisione, nel nostro caso l'acquisto di un'opzione sostenibile, è necessario guidare l'attenzione del cliente in modo proficuo.

Il menu cartaceo guida solo in parte il processo perché:

- non può essere personalizzato in base al comportamento dell'utente

- non ha una sequenza, una persona può leggerlo in qualsiasi modo, saltare interi pezzi, non capirli

Il menu digitale, invece, può essere programmato esattamente come un'App e quindi può essere di fatto molto più interattivo di un menu cartaceo, mostrando opzioni specifiche solo se vengono selezionati o meno determinati piatti.

Potrebbe sembrare una sottigliezza, ma non lo è. In psicologia delle decisioni si parla di "dilemma delle troppe scelte" per spiegare un processo comune e trasversale nel processo decisionale. In una linea puramente logico-razionale, ognuno di noi sarebbe portato a pensare che avere molte opzioni di scelta ci permette di scegliere più liberamente e

ampiamente. Se devo comprare un gelato e ho 200 gusti possibili, sarebbe facile trovare la mia personale opzione migliore. Se voglio un gelato al frutto della passione, lo trovo. Ma la ricerca sperimentale sembra contraddire questa intuizione, perché se da un lato è vero che 200 scelte personalizzano meglio di 7 scelte, dall'altro il carico cognitivo della selezione tra 200 alternative diverse porta spesso le persone a non scegliere, e quindi a non acquistare.

Per le stesse ragioni, un menu troppo carico di informazioni porta la persona a scegliere opzioni meno probabili.

Immaginate ora di voler costruire un menu cartaceo che utilizzi l'abbinamento tra determinati piatti e vini biologici. Molto probabilmente vi ritrovereste con un'enorme quantità di informazioni che disorienterebbero il cliente.

Un menu digitale, invece, può guidare questi processi **parcellizzando essenzialmente l'attenzione**. Ad esempio, è possibile programmare l'abbinamento dei vini in modo automatico e mostrare il vino abbinato solo alla fine dell'ordine del cibo, o solo se si seleziona un piatto specifico. Presentando un'informazione alla volta, l'attenzione del cliente sarà gestita meglio e la sua decisione sarà ottimizzata.

Non c'è un vino specifico, c'è un problema con un singolo ingrediente? È possibile modificarlo in diretta ed evitare di presentare opzioni che non sono disponibili per il cliente, evitando così il rimpianto nel cliente.

Il rimpianto ha un ruolo molto particolare nel processo decisionale e viene spesso bilanciato nelle strategie di marketing. Molte case di moda di lusso mostrano anche articoli non disponibili nel loro e-commerce, perché questi possono generare il desiderio di tornare sullo stesso e-commerce per verificarne l'effettiva presenza. Oppure la disponibilità viene mostrata solo per alcune taglie. È molto difficile pensare che i colossi della moda non abbiano una capacità produttiva sufficiente per rendere i loro prodotti **sempre disponibili**. È più facile pensare che questa strategia serva a stimolare il senso di esclusività e scarsità di un determinato bene,

favorendone così il valore percepito.

Mostrare un piatto che non è disponibile può generare il desiderio di provarlo di nuovo o di tornare in un certo posto. Chiaramente, però, se questa risultasse una caratteristica predominante sarebbe sicuramente un problema (ad esempio, mostrare un menu con 10 opzioni, 5 delle quali non sono disponibili).

Un menu può consentire di mostrare o meno i prezzi di ciò che si seleziona. Ad esempio, se la cena è stata apertamente un regalo di una delle parti o offerta in qualche modo, potrebbe essere meno elegante mostrare i prezzi di ciò che si ordina, proprio come un regalo, non mostrando il prezzo dell'articolo. Questo può essere modificato in un menu digitale. Tuttavia, è molto importante che questa procedura non sia influenzata dal genere. Un ristorante italiano che forniva menu con prezzi solo per uomini, seguendo una regola che implicava alcune regole implicite (ad esempio, "l'uomo deve pagare"), ha sollevato la discussione sui media generali sulla comunicazione di genere negli hotel.

Tuttavia, fare in modo che il menu non riporti i prezzi potrebbe essere un gesto di personalizzazione nei confronti di tutte quelle situazioni in cui un ospite vuole offrire una cena o un pranzo all'altro (indipendentemente dal sesso delle persone) e vuole che non ci si concentri sul valore economico del regalo.

13. USO SPERIMENTALE DEI MENU DIGITALI

Quali parole usare nel menu? Potremmo e dovremmo rispondere così: attraverso l'uso creativo e la strategia nella selezione delle parole migliori che promuovono quel piatto, il suo valore e la sua esclusività. Questi fattori favoriscono la scelta dei piatti nel menu.

È anche vero, però, che questa conoscenza si sviluppa con un approccio spesso intuitivo, la cui efficacia è difficile da misurare. Dopo tutto, quando

si sceglie di chiamare un piatto in un certo modo, non si può mai sapere se un modo diverso sarebbe stato più o meno attraente. Per farlo, è necessaria una procedura sperimentale per verificarlo.

Questo compito non può nemmeno essere svolto in tempi diversi, perché le analisi statistiche avrebbero problemi di validità. Non si può confrontare il numero di vendite di un piatto in un giorno rispetto a un altro. Potreste avere un numero totale di clienti diverso, clienti con esigenze diverse e persino una diversa stagionalità.

Il menu digitale vi consente di effettuare test A/B. Il test A/B è una tecnica statistica molto avanzata che consente di testare contemporaneamente diversi titoli e preset dello stesso prodotto. Questo può essere proposto sistematicamente nei menu. Ad esempio, potremmo chiederci se sia più efficace presentare un piatto come "pesce fresco" o come "pesce appena pescato".

Ognuno di noi potrebbe argomentare, ma l'unica risposta reale ed efficace sulla scelta del descrittore può essere data testando entrambe le parole contemporaneamente, sottoponendo una dicitura al 50% dei clienti e un'altra all'altro 50% dei clienti. Misurando le probabilità di scelta da parte dei clienti sottoposti allo stesso piatto con formulazioni diverse. In questo modo è possibile valutare se un aggettivo o un altro produce maggiori probabilità di scelta. E quindi utilizzare la parola che genera più scelte la volta successiva.

Per applicare questa tecnica è necessario considerare i seguenti aspetti:

- è necessario applicare entrambi i titoli in occasione dello stesso evento/giorno

- bisogna considerare che per essere sicuri bisogna sottoporre il menu a molte persone; 20 clienti danno una certezza minore rispetto a 100 o 200, perché nei 20 clienti potrebbero esserci più probabilmente fattori intervenienti e casuali (ad esempio, clienti

che non scelgono un piatto a causa di allergie o restrizioni alimentari)

- entrambi i menu scelti devono dire la verità e rispettare le normative sulla comunicazione alimentare

Quindi lo sforzo è doppio ma i risultati possono essere migliori e si può automatizzare il processo di raccolta delle informazioni.

Per assicurarsi che vengano analizzate le reali differenze tra i titoli, è consigliabile applicare un test statistico chiamato t-test che consente di verificare se le differenze riscontrate tra i due titoli sono statisticamente significative (ad esempio, se il titolo A è stato scelto nel 52% dei casi e l'altro per il 48% dei casi, probabilmente tale differenza è determinata da fattori casuali).

In questo modo, si può anche verificare cosa rende più facili le scelte sostenibili. Naturalmente, la prima opzione sarebbe quella di aumentare la sostenibilità complessiva dell'intero menu, ma dobbiamo sempre ricordare che esiste una qualche forma di regola. Ad esempio, alcuni alimenti per la colazione delle persone che non possono mangiare glutine devono essere conservati nel modo più sicuro possibile. Diventa quindi inevitabile che questi abbiano un packaging non propriamente sostenibile (confezioni uniche, ecc.), ma allo stesso tempo è necessario decidere se essere veramente inclusivi e permettere la colazione a tutti o non offrire questo servizio. Allo stesso modo, un hotel deve interrogarsi su quanto può essere sostenibile e quanto garantire altri aspetti: varietà dell'offerta, inclusività dell'offerta, presenza di opzioni per tutti, numero di opzioni.

14. MODELLI PERSUASIVI PER UN'ALIMENTAZIONE SOSTENIBILE

Una ricerca di Cozzio, Volgger, Tapline e Woodside (2020) ha studiato diversi tipi di messaggi persuasivi per favorire la scelta di cibo sostenibile e ha trovato qualcosa di particolarmente interessante riguardo alle modalità di scelta del cibo sostenibile.

In questa ricerca, intitolata "Nurturing tourists' ethical food consumption: Testing the persuasive strenghts of alternative messages in a natural hotel setting", l'obiettivo era capire quali messaggi fossero più efficaci nel promuovere scelte alimentari sostenibili in un contesto naturale come quello dell'hotel.

Trovo molto importante che questo tipo di ricerca si svolga in contesti naturali e realistici, la ricerca sperimentale di solito non riesce a riprodurre i contesti reali, anche se è comunque molto efficace nel tenere sotto controllo le variabili che intervengono.

La ricerca di Cozzio e colleghi si propone lo stesso obiettivo: consumare cibo etico e sostenibile. A cambiare sono stati i messaggi e la strategia di proposizione. In particolare, le strategie utilizzate si sono concentrate alternativamente sui seguenti argomenti.

Appelli informativi: l'ipotesi era quella di dare informazioni non immediatamente disponibili al cliente per motivarlo.

- sottolineare l'origine locale degli ingredienti
- evidenziare l'origine biologica degli ingredienti
- descrivere gli elementi della produzione sostenibile

Appelli esperienziali, ovvero descrivere gli elementi sensoriali, visivi ed emotivi.

appelli normativi, ovvero l'uso di norme implicite per favorire la scelta

(ad esempio facendo riferimento a tutti gli elementi moralizzanti del cibo etico e sostenibile).

Questo studio ha rivelato che dei tre tipi di strategie persuasive, sono state quelle esperienziali a produrre i migliori effetti persuasivi.

15. I VANTAGGI DEL TURISMO SOSTENIBILE E DELLE PRATICHE VERDI SUI RISULTATI DELL'AZIENDA

Molti studi hanno dimostrato che la sostenibilità ambientale ed economica possono andare di pari passo.

Ad esempio, lo studio "The influence of green practices by non-green hotels on customer satisfaction and loyalty in hotels and tourism industries" (Yusnita et al., 2017) ha dimostrato che le pratiche verdi non solo aumentano la soddisfazione dei clienti, ma anche la loro fedeltà. E questi sono chiari predittori di risultati economici.

La percezione delle pratiche verdi è positiva e ben vista dai clienti, dichiara uno studio qualitativo di Sungpo, Xu, Tun Min (2016) intitolato "Hotel guests' perception of best green practices: a content analysis of online reviews", questo tipo di analisi ha preso in considerazione 7370 commenti di Tripadvisor e ha estratto tutti i contenuti sui temi della sostenibilità. I risultati sono positivi, i clienti percepiscono gran parte delle pratiche verdi come un elemento sincero per promuovere la sostenibilità e migliorare l'ambiente che ci circonda (ad esempio i sistemi di riutilizzo dell'acqua piovana, le informazioni fornite ai clienti per promuovere la sostenibilità e i sistemi di isolamento del tetto).

LA IVI SRL

Igor Vitale International srl (IVI srl) è una PMI e una società di formazione con sede a Foggia, Italia.

IVI srl ha l'obiettivo di promuovere l'istruzione e la formazione attraverso corsi dedicati nel settore dell'istruzione scolastica, dell'istruzione superiore, dell'istruzione e della formazione professionale, dell'educazione degli adulti e dei giovani.

IVI srl è focalizzata sulla promozione dell'inclusione sociale, sulle pratiche corrette di responsabilità sociale d'impresa, sulla migliore valorizzazione degli strumenti psicologici e sulla loro applicazione a tutti i livelli.

Le competenze degli esperti di IVI srl comprendono:

- Psicologia applicata: gli esperti di IVI srl sono psicologi certificati con una profonda esperienza in diversi campi di intervento tra cui: psicologia clinica, psicologia dell'arte, psicologia del lavoro e delle organizzazioni, psicologia sociale, psicologia del turismo e psicologia forense.

- Psicometria e ricerca: gli esperti di IVI srl hanno competenze nella creazione di strumenti psicometrici e questionari per la valutazione psicologica, indagini, questionari per la misurazione degli atteggiamenti e analisi comportamentali. I membri di IVI srls hanno competenze di statistica applicata e di ricerca, necessarie per un corretto reporting e per l'analisi dei dati.

- Creazione di contenuti digitali: gli esperti di IVI srl sono esperti di creazione di contenuti digitali, essendo in grado di programmare siti web, campagne e-mail tramite autoresponder, campagne sui social media, copywriting online e grafica. I fondatori di IVI srl hanno creato un sito web con più di 1 milione di visualizzazioni/anno, 24 contenuti digitali scaricabili gratuitamente con finalità educative e una campagna e-mail con più di 54000 persone. Gli esperti di IVI srl sono in grado di creare Web App educative, compatibili con Android.

- Videomaking e fotografia: gli esperti di IVI srl hanno competenze nel campo della produzione di video e altri materiali, tra cui fotografia, arte, videomaking, creazione di audio professionale per scopi educativi.
- Responsabilità sociale d'impresa: la missione di IVI srl è promuovere la responsabilità sociale in ambito lavorativo e organizzativo.
- Organizzazione e realizzazione di corsi di formazione e congressi internazionali: IVI srls comprende esperti specializzati nella creazione di corsi di formazione e di educazione non formale, tenendo conto di tutti i livelli di creazione dei corsi: analisi dei bisogni, organizzazione, implementazione, reporting e ottimizzazione.

IVI srl è in grado di garantire un adeguato impatto della diffusione dei materiali del progetto attraverso i canali online, comprese le seguenti risorse:

- 1 sito web del fondatore, con 1 milione di visualizzazioni all'anno
- 1 sistema di automazione delle e-mail con più di 54000 iscritti interessati all'educazione
- 1 pagina Facebook dedicata alla psicologia ("Psicologia") con più di 36000 follower
- 1 pagina Youtube "Igor Vitale", con più di 14500 iscritti e 2 milioni di visualizzazioni

Queste risorse saranno utilizzate per promuovere la diffusione dei contenuti e dei materiali del progetto presso i membri rilevanti dei gruppi target e per raggiungere un numero rilevante di organizzazioni esterne da coinvolgere nello sfruttamento e nella valorizzazione dei materiali del progetto.

FONTI

- Bacon, L., & Krpan , D., (2018). (Not) Eating for the environment: the impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite,* 125, pp. 190-200.

- Chan, ESW, Hon, AHY, Chan, W., Okumus , F. (2014). What drives employees' intentions to implement green practice in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behavior in *International Journal of Hospitality Management,* vol. 40, pp. 20-28.

- Cozzio , C., Volgger , M., Taplin, R., Woodside, A. (2020). Nurturing tourists' ethical food consumption. Testing the persuasive strengths of alternatives messages in a natural hotel setting. *Journal of Business Research,* vol. 117, pp. 268-279.

- Krpan , D., & Houtsma , N. (2020). To veg or not to veg? The impact of framing on vegetarian food choice. *Journal of Environmental Psychology, 67,* 101391.

- Parkin, B., Attwood, S., (2020) Manu design approaches to promote sustainable vegetarian food cohices when dining.

- Sungpo , Y., Xu , L., Tun-Min, CJ (2016). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis online reviews in *Tourism and Hospitality Research* , vol. 18 issue 2, pp. 191-202.

- Yusnita , Y., Zainudin , A., Kamarzaman , J., Yahaya , I. (2017). The influence of green practices by non-green hotels and tourism industries. *International Journal of Green Economics, vol. 11,* n.1.

4. Come promuovere attività turistiche inclusive

Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti

1.INTRODUZIONE

La protezione e la conservazione dell'ambiente sono oggi una questione globale per l'umanità. Il progresso tecnico porta con sé, insieme a molti benefici per l'umanità, una moltitudine di privazioni, nonché una moltitudine di sostanze, chiamate "inquinanti", che minacciano di distruggere l'ambiente.

Lo sviluppo del turismo, la protezione della natura, delle sue risorse naturali, della diversità biologica e delle strutture ecologiche che la definiscono, è una questione di interesse nazionale.

La pianificazione del turismo è un processo interdisciplinare che coinvolge l'economia, l'organizzazione turistica, l'ecologia, le scienze naturali, l'architettura, la geografia, la psicologia e la sociologia, e richiede studi dettagliati del territorio e una valutazione dell'impatto del turismo sull'ambiente.

Lo sviluppo industriale e turistico non nazionale provoca fenomeni inaspettati e dimostra che l'ambiente non è più in grado di assorbire la moltitudine di rifiuti derivanti dalle varie attività umane. L'inquinante può essere una sostanza solida, liquida, gassosa o sotto forma di energia (radiazioni elettromagnetiche, ionizzanti, termiche, rumori o vibrazioni) che, diffusa nell'ambiente, ne altera l'equilibrio e provoca danni agli organismi viventi o ai beni materiali.

L'impatto diretto degli inquinanti rilasciati nell'atmosfera da una sorgente si verifica in prossimità della stessa, su distanze che vanno da decine di metri a centinaia di chilometri, a seconda dell'intensità di emissione della sorgente. Quando la sorgente è situata in un'area urbana densamente popolata, il fattore più importante esposto all'azione diretta degli inquinanti è il fattore umano, che raccoglie gli inquinanti dall'atmosfera attraverso l'inalazione.

Anche il particolato proveniente dai depositi di carbone, scorie e ceneri può contribuire all'inquinamento atmosferico. Il trasporto di particelle

con i forti venti carica l'atmosfera di particolato sedimentabile e sospeso, le falde acquifere ne risentono e di conseguenza la qualità dell'acqua diminuisce, la vegetazione e le foreste sono danneggiate dalla deforestazione illegale e incontrollata, che non dà alla natura il tempo necessario per ricostituirsi, anche la fauna è colpita dall'alterazione diretta del suo ambiente di vita, compresa la fauna acquatica a causa del consumo di acqua in agricoltura e dell'uso di pesticidi, con implicazioni dirette sull'ambiente - in superficie, aumentando la temperatura dell'acqua del fiume Mures, a valle, in estate di circa 3÷7 (C). I disastri naturali che hanno colpito il mondo di recente sono un drammatico monito per chi vive in conflitto con l'ambiente. Le riprese televisive di aree distrutte da inondazioni e tempeste, e le immagini di innumerevoli città e villaggi allagati o semplicemente spazzati via da altre emergenze, stanno facendo riflettere i turisti alla ricerca di destinazioni sicure e tranquille.

Uragani, tornado, incendi e inondazioni sono fenomeni naturali che hanno un impatto devastante sulle comunità e sulle aree in cui vivono. Per alcune comunità, l'unica soluzione in queste situazioni è la delocalizzazione, cioè il trasferimento permanente dalla posizione attuale, lontano dalle pianure alluvionali e dalle minacce della natura. Per altri, lo sviluppo sostenibile significa limitare il numero di nuovi edifici, soprattutto nelle aree vulnerabili, innalzare le strutture per ridurre il rischio di inondazioni o costruirne di più resistenti e meno a rischio. Una cosa è certa: è urgente adottare misure per ridurre le perdite future.

Negli ultimi anni, tutti i Paesi hanno sperimentato il degrado ambientale derivante da un uso inefficiente e incontrollato dell'energia e dallo sviluppo industriale e hanno introdotto leggi per proteggere l'ambiente. Nel tempo, la necessità di controllare e prevenire l'inquinamento è diventata più pressante. In Romania, ciò è chiaramente sancito anche nei principi e nelle strategie di sviluppo stabiliti nel Capitolo 1 della Legge 137/1995 - la Legge sulla Protezione Ambientale.

2.TURISMO E QUALITÀ AMBIENTALE

2.1.Impatto ambientale sul turismo

Senza viaggi non c'è turismo, quindi il concetto di turismo sostenibile è strettamente legato a quello di mobilità sostenibile. Si possono trarre due conclusioni rilevanti: la dipendenza del turismo dai combustibili fossili e l'effetto del turismo sul cambiamento climatico. Il 72% delle emissioni di CO2 del turismo proviene dai trasporti, il 24% dagli alloggi e il 4% dalle attività locali. Se si considera l'impatto di tutte le emissioni di gas a effetto serra, il trasporto aereo da solo potrebbe rappresentare fino al 75% dell'impatto climatico del turismo.

L'Associazione Internazionale del Trasporto Aereo (IATA) punta a un'efficienza del carburante del 2% all'anno entro il 2050. Tuttavia, Airbus e Boeing prevedono che i passeggeri-chilometro aumenteranno di circa il 5% all'anno, annullando qualsiasi guadagno di efficienza. Entro il 2050, altri settori dell'economia si sono posti l'obiettivo di ridurre in modo significativo le emissioni di CO2, ma è probabile che il turismo rappresenti il 40% delle emissioni globali di carbonio. La causa principale è l'aumento della distanza media percorsa dai turisti, che per molti anni è cresciuta più rapidamente del numero di viaggi effettuati. "Il trasporto sostenibile è ormai un dato assodato come la questione critica che deve affrontare un'industria turistica globale palesemente insostenibile, e l'aviazione è alla base di questo problema".

Il fenomeno dell'inquinamento è amplificato dal traffico stradale. Gli spostamenti verso le destinazioni turistiche, soprattutto se le distanze non sono considerevoli, ma non necessariamente, avvengono in pullman o in auto privata. L'effetto nocivo del turismo in auto si fa sentire anche con l'aumento del traffico nelle località balneari. In assenza di restrizioni all'accesso alle località e alle aree di parcheggio, il turismo automobilistico altera la qualità dell'aria e ha un impatto negativo sulle cure termali specifiche.

Fig. 1.1. Traffico

Le azioni distruttive di alcune attività turistiche si manifestano principalmente nell'uso inappropriato dell'ambiente per la ricreazione e il tempo libero, unito all'intervento brutale dell'uomo sul paesaggio e sulle risorse naturali.

Fig. 1.2. Scarichi incontrollati di acque reflue

Nelle aree ad alta attrattività vengono favorite le attività che mettono a rischio la qualità dell'ambiente. Tali aree sono solitamente attrazioni turistiche situate al di fuori di percorsi segnalati e appositamente sviluppati, dove il traffico turistico tende a essere incontrollato.

Il traffico turistico incontrollato presso le attrazioni turistiche naturali o create dall'uomo spesso causa danni irreversibili ad alcuni degli elementi che le hanno consacrate come attrazioni turistiche (distruzione della vegetazione e della flora, danni agli alberi, soprattutto agli alberelli, bracconaggio, degrado del paesaggio, ecc.)

Fig. 1.3. Campeggio e parcheggio veicoli sulla spiaggia selvaggia di Vadu

Un altro grande problema è la congestione urbana. In tutto il mondo, ogni settimana si costruisce l'equivalente di una città delle dimensioni di Vancouver. Questa è solo una delle statistiche di un ampio studio che sostiene che entro il 2030 le grandi città del mondo avranno aree enormi, che inglobano completamente un piccolo Paese. Lo sviluppo non sistematico delle località turistiche, soprattutto dei resort, ha portato all'occupazione intensiva dello spazio con edifici turistici, alcuni dei quali addirittura antiestetici e inadatti all'area.

Fig. 1.4. Poiana Brasov Fig.

1.5. Romanian coastline

La ricreazione ha un impatto negativo sulla vegetazione. La copertura vegetale è compromessa dal calpestio dei visitatori, con conseguente riduzione della propagazione dei semi. Gli alberi nelle aree ricreative vengono danneggiati tagliando i rami o incidendo la corteccia.

Fig. 1.6. Impatto sulla vegetazione

Fig. 1.7. Disordine nel luogo del barbecue

Fig. 1.8. Disboscamento illegale

Le discariche sono tra gli obiettivi riconosciuti come generatori di impatti e rischi per l'ambiente e la salute pubblica a causa della mancanza di pianificazione e del cattivo funzionamento.

Fig. 1.9. Deposito rifiuti del supermercato

La vita degli animali selvatici è disturbata dai veicoli turistici, dal rumore che producono, dalla presenza dell'uomo, e l'attività umana nell'habitat della fauna selvatica causa stress a diverse specie. Gli animali selvatici sono colpiti dall'alterazione, dalla frammentazione o dalla distruzione dell'habitat. In generale, le attività ricreative portano a una riduzione dello spazio e della diversità specifica, costringendo gli animali ad adattarsi alla presenza dell'uomo nello spazio in cui vivono e si nutrono.

Fig. 1.10. Impatto del turismo sugli animali

La qualità dell'acqua è un'altra questione di grande interesse. I solidi sospesi sono un fattore visibile agli occhi dei visitatori. L'attraversamento dell'acqua, l'erosione, la balneazione, il drenaggio, lo scarico casuale di rifiuti portano a un aumento delle sostanze in sospensione, riducendo la limpidezza dell'acqua e la soddisfazione dei visitatori. Naturalmente, ci sono anche agenti patogeni dannosi per l'uomo: la giardia è una delle malattie più comuni contratte nelle aree naturali.

Fig. 1.11. Acque colpite dall'attività umana

Fig. 1.12. Macchie d'olio sulla superficie dell'acqua

Fig. 1.13. Tempesta di sabbia.

1.14. Oltchim Rm. Vâlcea

2.2.Impatto positivo

Il turismo è una delle industrie più importanti ed è in costante crescita. Sempre più persone sono interessate a esplorare destinazioni e culture nuove e remote. Pertanto, le aree con risorse naturali eccezionali attraggono sempre più visitatori, a maggior ragione se offrono anche l'opportunità di conoscere le tradizioni e i costumi di altre culture. Quando turismo e ambiente coesistono in armonia, l'ambiente beneficia del turismo. Esistono molti esempi di questo tipo, la maggior parte dei quali rientra in una delle due tipologie: la conservazione e la riabilitazione ambientale.

Per conservazione si intende la conservazione e l'uso consapevole dell'ambiente naturale e antropico. Conservazione e turismo vanno spesso di pari passo. Molti monumenti storici e archeologici sono stati salvati dalla distruzione grazie all'interesse dei turisti. Centinaia di case di valore storico nel Regno Unito sarebbero oggi solo rovine o demolite da tempo se non fossero preziose per i turisti.

se non fossero preziose per i turisti. Non sono solo le case signorili e i castelli a essere stati salvati in questo modo. Il Beamish Museum, vicino a Newcastle, è un museo all'aperto che comprende un gran numero di edifici dall'aspetto umile, come capanne di minatori e negozi risalenti all'inizio del XX secolo. Sono stati salvati dalla demolizione per il loro valore di attrazione turistica.

In tutto il mondo l'ambiente ha beneficiato del turismo in vari modi. Diversi Paesi dell'Africa orientale, come il Kenya e la Tanzania, hanno creato enormi parchi nazionali e riserve di caccia per la conservazione della fauna selvatica; i più noti sono il Masai Mara e il Seregeti. Lo hanno fatto sapendo che la fauna selvatica è la risorsa naturale più importante che attira i turisti in Africa orientale. I parchi e le riserve naturali sono riusciti a proteggere molte specie che altrimenti sarebbero state distrutte dalla caccia incontrollata. Oggi in Kenya ci sono 13 parchi nazionali e 24 riserve, che rappresentano circa il 7,5% della superficie del Paese. Il

turismo non solo incentiva la conservazione dell'ambiente naturale e antropico, ma fornisce anche il denaro necessario per la conservazione: parte dei proventi del turismo possono essere utilizzati per preservare l'ambiente. Ad esempio, molte parrocchie in Inghilterra utilizzano le donazioni ricevute dai visitatori per riparazioni e restauri.

Restaurare significa riportare in vita un edificio o un'area e farlo rivivere come qualcosa di diverso dal suo stato originale. Mentre la conservazione consiste nel preservare l'ambiente nel modo più simile possibile alla sua forma originale, la riabilitazione comporta un cambiamento importante nell'uso dell'ambiente. Molti edifici e aree sono stati salvati grazie al turismo e riabilitati come attrazioni turistiche o alloggi turistici.

Fig. 1.15. Peles Castle

Lo sviluppo del settore turistico in una determinata area ha effetti positivi anche su alcuni settori economici, in quanto la domanda di beni e servizi può stimolare la modernizzazione delle strutture turistiche e incentivare i settori e i comparti coinvolti. Allo stesso tempo, non va

trascurato l'impatto che il turismo internazionale può avere sull'economia di un Paese, simile a quello delle industrie di esportazione.

Fig. 1.16. Gola del Bicaz

Il turismo è una delle industrie più importanti ed è in costante sviluppo. Sempre più persone sono interessate a esplorare destinazioni e culture nuove e remote. Pertanto, le aree con risorse naturali eccezionali attraggono sempre più visitatori, a maggior ragione se offrono anche l'opportunità di conoscere le tradizioni e i costumi di altre culture.

Fig. 1.17. Winter customs in Maramures

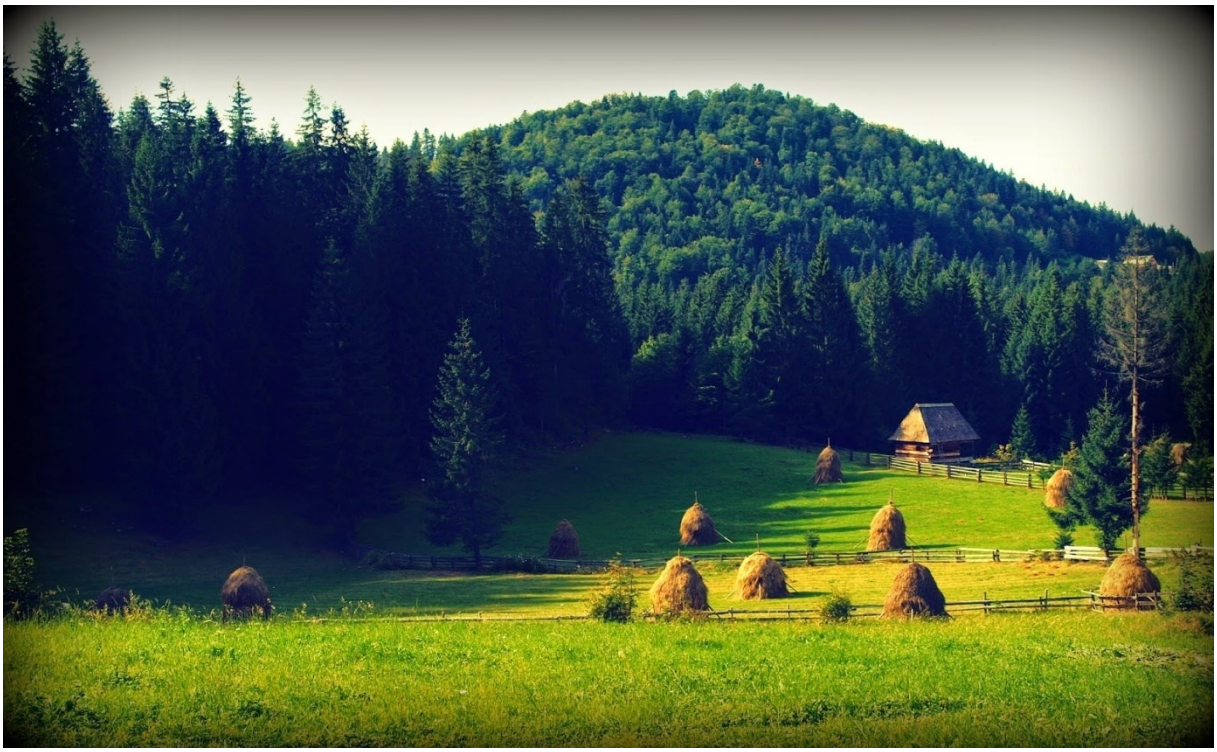


Fig. 1.18. Picturesque Romania

2.3.Turismo sostenibile

Turismo sostenibile è un turismo che tiene conto del suo presente e del suo futuro, delle esigenze dei visitatori, delle esigenze dell'industria turistica, dell'ambiente e delle comunità ospitanti. Il turismo comprende il trasporto verso la destinazione, il trasporto locale, l'alloggio, l'intrattenimento, la ricreazione, il cibo e lo shopping. Siamo tutti d'accordo sul fatto che lo sviluppo turistico debba essere sostenibile, ma la domanda è: come possiamo raggiungere questo obiettivo?

Esistono molte definizioni e accezioni di turismo responsabile. Secondo il Centre for Responsible Tourism, il turismo responsabile può essere definito come "turismo che massimizza i benefici per le comunità locali, riduce al minimo gli impatti sociali o ambientali negativi e aiuta le popolazioni locali a preservare culture e habitat o specie fragili". Il turismo responsabile incorpora non solo la responsabilità per l'ambiente fisico, ma anche la consapevolezza delle interazioni economiche e sociali, mentre il turismo sostenibile si concentra maggiormente sugli impatti ambientali.

Il turismo responsabile è considerato un comportamento. È più di una forma di turismo, in quanto rappresenta un approccio all'attività turistica, sia come turista, sia come azienda, sia come abitanti di una destinazione o qualsiasi altro interesse per il turismo. Sottolinea che tutte le parti interessate sono responsabili del tipo di turismo che sviluppano o in cui si impegnano. Ciò garantisce che i fornitori di servizi turistici e gli acquirenti o i consumatori siano responsabili. Sebbene gruppi diversi vedano la responsabilità in modi diversi, l'interpretazione comune è che il turismo responsabile dovrebbe comportare il miglioramento del turismo. Il turismo dovrebbe diventare "migliore" come risultato di un approccio responsabile al turismo.

I turisti sostenibili possono ridurre l'impatto del turismo in diversi modi:

- imparando a conoscere la cultura, la politica e l'economia delle comunità visitate

- anticipare e rispettare le culture, le aspettative e i presupposti locali

- sostenere l'integrità delle culture locali favorendo le imprese che preservano il patrimonio culturale e i valori tradizionali

- sostenere le economie locali acquistando beni locali e partecipando alle attività commerciali piccole e locali

- preservare le risorse ricercando aziende attente all'ambiente e che utilizzino il minor numero di risorse non rinnovabili.

Sempre più spesso le destinazioni e le operazioni turistiche sostengono e seguono il "turismo responsabile" come percorso verso il turismo sostenibile. I pilastri del turismo responsabile sono quindi gli stessi del turismo sostenibile: integrità ambientale, giustizia sociale e sviluppo economico. Nel turismo responsabile, agli individui, alle organizzazioni e alle imprese viene chiesto di assumersi la responsabilità delle proprie azioni e dell'impatto delle stesse. Questo spostamento di enfasi si è verificato perché alcune parti.

Le comunità locali beneficiano del turismo sostenibile attraverso lo sviluppo economico, la creazione di posti di lavoro e lo sviluppo delle infrastrutture. Le entrate del turismo portano crescita economica e prosperità alle destinazioni turistiche più attraenti, che possono aumentare il tenore di vita delle comunità di destinazione. Gli operatori del turismo sostenibile si impegnano a creare posti di lavoro per i membri delle comunità locali. L'aumento delle entrate turistiche in un'area funge da motore per un maggiore sviluppo delle infrastrutture. Poiché il turismo richiede la crescita di una destinazione, sono necessarie infrastrutture più solide per sostenere le esigenze dell'industria turistica e della comunità locale.

Sono state promosse pratiche di turismo sostenibile che prevedono la gestione locale o comunitaria delle località turistiche. Questa forma di turismo si basa sulla premessa che le persone che vivono vicino a una

risorsa sono nella posizione migliore per proteggerla. Ciò significa che le attività e le imprese turistiche sono sviluppate e gestite dai membri della comunità locale, certamente con il loro consenso e sostegno. Il turismo sostenibile di solito implica la conservazione delle risorse che vengono valorizzate a fini turistici. Gli abitanti del luogo gestiscono le attività e sono responsabili della promozione di messaggi di conservazione per proteggere il loro ambiente.

Il principio guida dello sviluppo turistico nelle aree protette deve essere lo sfruttamento razionale di tutte le risorse naturali, umane e culturali in modo da garantire un'elevata soddisfazione dei turisti e opportunità di sviluppo equilibrate per gli insediamenti rurali interessati.

Elenco delle attività turistiche compatibili con le aree protette

- Studio della natura, della flora e della fauna;
- Fotografia, pittura di paesaggi;
- Escursioni in montagna;
- Attività alpinistiche;
- Attività speleologiche;
- Immersioni;
- Attraversamento della regione a piedi in estate, sci in inverno;
- Ciclismo e canoa in piccoli gruppi;
- Visite a siti culturali, storici ed etnografici negli insediamenti vicini;
- Conoscere e imparare i mestieri tradizionali (ceramica, tessitura, lavorazione artistica del legno, pittura su vetro, ecc;)

- Visita agli ecomusei nelle aree protette;

- Visione di film, consultazione di materiale documentario e scientifico sulle aree protette nei centri di accoglienza turistica.

2.4.Esempi di ambiente sostenibile

Un ambiente naturale florido è uno dei principali prerequisiti per un'offerta turistica sostenibile e di successo. Il pilastro su cui si basa la sostenibilità ambientale è costituito da cinque elementi: clima, ricchezza naturale, inquinamento, energia e acqua. Questo pilastro rappresenta la salute complessiva di un Paese in termini di ambiente, biodiversità e risorse naturali.

Il Mozambico è ai primi posti in termini di sostenibilità ambientale. Il Paese ha molti parchi nazionali e aree protette gestite dalla stessa comunità locale. La popolazione protegge la biodiversità offrendo un turismo basato sulla natura, che rappresenta una fonte di reddito alternativa.

La Slovenia ha anche incorporato il turismo sostenibile nella strategia di marketing del Paese con la campagna di successo I Feel sLOVEnia. Lo Stato sloveno è uno dei firmatari fondatori della Future of Tourism Coalition e membro del Global Council for Sustainable Tourism. Il Belgio ha adottato un approccio al turismo rigenerativo e l'India sta lavorando alla transizione verso le energie rinnovabili per contribuire alla riduzione delle emissioni.

Ogni destinazione deve affrontare le proprie sfide per mantenere un ambiente sano. La creazione di valore è fondamentale per il successo in questo senso. Una misura efficace è che l'importo ricavato dalla spesa dei visitatori sia destinato alle comunità locali. È inoltre necessario incoraggiare visite più lunghe e una spesa giornaliera più elevata da parte

dei viaggiatori, promuovere gli operatori locali e prendere sul serio il turismo stagionale.

A livello internazionale, i Paesi con una lunga tradizione turistica stanno adottando una pianificazione turistica nazionale basata sulla protezione delle proprie risorse turistiche. Per sviluppare un turismo sostenibile, hanno preso in considerazione tre obiettivi principali:

- economico - essenziale per individuare, sfruttare e incrementare lo sfruttamento delle risorse turistiche;

- sociale - in particolare rendendo più stabile la popolazione, aumentando l'occupazione, sostenendo la pratica dell'artigianato tradizionale e attirando la popolazione verso il turismo;

- ambientale - importante per evitare il degrado e l'inquinamento ambientale e per garantire uno sfruttamento equilibrato e a lungo termine delle risorse turistiche.

Tra le principali azioni per la protezione e la conservazione dell'ambiente e del potenziale turistico vi sono le seguenti:

- conservazione delle risorse turistiche naturali e artificiali per un loro utilizzo futuro;

- migliorare il tenore di vita delle comunità locali;

- una migliore conoscenza e consapevolezza, sia tra la popolazione locale che tra i visitatori, dell'idea di conservazione dell'ambiente;

- il coinvolgimento delle autorità e degli operatori economici nell'attuazione di tutte le componenti del turismo sostenibile;

- il coinvolgimento dei media, da cui l'industria turistica è diventata sempre più dipendente.

Per quanto riguarda il potenziale turistico della Romania, le principali azioni volte a proteggere e preservare l'ambiente e le risorse turistiche sono le seguenti:

- lo sfruttamento scientifico e razionale delle risorse turistiche, in modo che il tasso di sfruttamento non superi il tasso di riciclo e rigenerazione;

- la gestione delle risorse turistiche nel contesto dello sfruttamento di tutte le risorse naturali e della protezione dell'ambiente;

- la pianificazione e l'organizzazione adeguata e di alto livello di aree, itinerari e obiettivi di interesse turistico;

- l'organizzazione e lo sfruttamento turistico razionale dei parchi nazionali e delle riserve naturali, garantendone la tutela;

- l'organizzazione adeguata delle aree montane;

- rinnovare le basi tecniche e materiali del turismo per garantire un turismo competitivo e rispettoso dell'ambiente;

- educazione a livello nazionale sull'ambiente e sul potenziale turistico.

- sviluppo di una coscienza ecologica tra la popolazione e di un senso di amore e rispetto per la nazione, i siti storici e i monumenti artistici e architettonici creati nel tempo. Questo obiettivo può essere raggiunto attraverso un'educazione costante all'ambiente e al potenziale turistico, che dovrebbe essere portata avanti in tutto il Paese, instillando un atteggiamento di rispetto e un comportamento responsabile nei confronti delle risorse naturali per la loro protezione.

La questione della conservazione e della tutela dell'ambiente e delle risorse turistiche deve essere considerata come un concetto dello stesso

livello di importanza delle questioni di sviluppo economico generale.

Fig. 1.19. Danube Delta Biosphere Reserve

L'educazione ambientale per la protezione della natura e del potenziale turistico deve essere una caratteristica permanente, a partire dall'infanzia e rafforzata dalle istituzioni scolastiche di ogni tipo e grado. Può poi essere ulteriormente sviluppata attraverso i media nei circoli "amici della natura", attraverso varie pubblicazioni specializzate e da guide e accompagnatori durante le escursioni.

Nella prima fase, se le attività turistiche sono pianificate e realizzate con cura, i problemi ambientali possono essere risolti fin dall'inizio. A questo proposito, la scelta dell'area, della sistemazione ecoturistica, è decisiva per evitare, ad esempio, successivi conflitti con l'ambiente:

- limitare i danni al paesaggio attraverso :
    - l'ubicazione del resort
    - l'organizzazione dei trasporti
    - l'architettura
- rispettando le loro responsabilità:
    - autorità locali
    - gli operatori economici

- la popolazione locale

- valutazione dell'impatto ambientale in conformità con le direttive dell'UE, con l'obbligo per ogni Paese membro di introdurre nella legislazione nazionale disposizioni relative all'impatto ambientale dei grandi progetti turistici e di altro tipo.

Fanno parte del concetto di sviluppo sostenibile e sono raggruppati in diverse categorie:

- la pianificazione del sito, che si riferisce alla localizzazione delle attrezzature e degli impianti turistici al di fuori delle aree a rischio naturale, mantenendo un equilibrio tra edifici e spazi verdi;

- regole di sviluppo applicabili alla costruzione di attrezzature e impianti turistici, come ad esempio:

  - la paesaggistica e l'estetica delle strutture e dei siti turistici, che conferiscono un aspetto esteticamente attraente e rilassante. Lo scopo di tali interventi paesaggistici è duplice: per scopi estetici e anche per ombreggiare, proteggere dalle intemperie, conoscere la vegetazione locale e mascherare le caratteristiche meno piacevoli.

- l'ingegneria delle infrastrutture, che deve essere conforme agli standard internazionali per garantire la sicurezza e la qualità ambientale.

- l'ingegneria delle costruzioni turistiche, richiesta da una serie di standard di sicurezza mondiali quali:

  - conformità alle norme tecniche, di costruzione, di forza;

  - qualità degli impianti: clima di riscaldamento dell'acqua;

- facilitazione del movimento in condizioni di pericolo.

- standard di qualità per le strutture turistiche, definiti sia a livello nazionale che regionale e presenti in tutte le strutture ricettive attraverso regole di classificazione e mantenimento, sulla base delle quali si ottiene la licenza per operare in tale categoria
    - la densità degli edifici in relazione alle aree ricreative;
    - la limitazione dell'altezza degli edifici in relazione all'ambiente naturale e all'architettura del sito per un'integrazione armoniosa nel terreno;
    - l'arretramento degli edifici e la loro posizione rispetto agli elementi generali dello stile (strade, ferrovie, aeroporti);
    - lo sviluppo di parcheggi al di fuori delle strade di accesso;
    - l'accesso alle spiagge, alle piste da sci, ai centri e alle fonti di cura;
    - le norme relative alla sicurezza fisica dei turisti;
    - il rispetto degli stili architettonici tradizionali, locali e nazionali. L'armonia tra gli edifici deve essere rispettata;
    - la configurazione dei tetti, che influenza l'aspetto degli edifici;
    - l'uso di stuoie da costruzione locali;
    - il rispetto delle condizioni climatiche;
    - l'adattamento degli edifici turistici per accogliere anziani e disabili.

3.STUDENTI - PROMOTORI DEL TURISMO SOSTENIBILE

3.1.Formazione di competenze di buona pratica

L'attuale sistema educativo si trova ad affrontare una serie di sfide quando si tratta di fornire una formazione pratica agli studenti, in modo che possano essere integrati nell'odierno mercato del lavoro in continua evoluzione dopo aver lasciato la scuola. Pertanto, oltre alle conoscenze e alle competenze teoriche, gli studenti devono acquisire abilità e competenze, in particolare capacità imprenditoriali. Il modello di "azienda di esercitazione" intende fornire alcuni strumenti per risolvere i problemi legati alla formazione pratica degli studenti, creando un modello di azienda virtuale a scopo didattico nella classe/gruppo di studenti, simulando le attività di un'impresa economica reale e rispettando i principi di funzionamento di un'azienda reale.

All'interno dell'azienda di esercitazione, gli studenti possono acquisire diverse competenze economiche, tra cui possiamo citare:

- elaborare un piano aziendale;
- sviluppare ricerche di marketing;

- sviluppare la missione, gli obiettivi e la struttura dell'organizzazione;

- redazione di CV, lettere di candidatura, ordini di lavoro, rapporti di attività, ecc.

- preparare documenti contabili;

- lavorare con computer e altre apparecchiature informatiche, ecc.

L'esercitazione in azienda si basa sull'apprendimento attraverso la pratica, un'imitazione di una situazione lavorativa reale con obiettivi didattici. Si tratta di una simulazione di un'azienda reale, che rispecchia le operazioni del mondo economico reale nel settore scelto. L'esercitazione ha le seguenti caratteristiche:

- funziona come un laboratorio per la formazione economica teorica e pratica;

- opera come un'azienda reale, ma con denaro e beni virtuali, in conformità con la prassi e le leggi specifiche dell'economia nazionale;

- forma la conoscenza del mondo del lavoro, sotto la guida metodologica dell'insegnante;

- offre l'opportunità di coinvolgere nel processo di apprendimento esperti della sfera pratica;

- le decisioni sbagliate, che nella realtà creerebbero seri problemi, qui non hanno conseguenze critiche, ma forniscono situazioni di apprendimento

L'ufficio centrale del ROCT si occupa delle relazioni tra le società di esercitazione e l'ambiente esterno, fornendo i servizi di cui hanno bisogno per garantire che il loro lavoro simuli il più possibile quello di una società

reale.

L'ufficio centrale del ROCT è quello che autorizza, coordina e consiglia le società di esercitazione in Romania, ma anche che le integra e le rappresenta nella rete nazionale e internazionale. Il ROCT simula le attività svolte dalle istituzioni statali per fornire i servizi necessari al funzionamento delle imprese di esercizio (Registro del Commercio, Pensione, Amministrazione delle Finanze Pubbliche, ecc.), funge da banca, assicura lo scambio di informazioni e la comunicazione tra le imprese di esercizio nel Paese e all'estero, sostiene, organizza e monitora i vari concorsi e progetti legati all'attività delle imprese di esercizio.

3.1.1.Caso di studio: Guest House Salteluta

La Guest House Salteluța si trova a 10 km dalla pista da sci nella zona turistica di Voineasa. Quest'anno sono stati completati i lavori di ristrutturazione, con il cambio di tutti gli impianti nelle camere e nei bagni. I nuovi mobili sono in legno massiccio e hanno un design particolare. È stata completata anche la piscina coperta, che completerà l'area benessere composta da vasca idromassaggio, stanza del sale, sauna e sala fitness. La sala conferenze è stata modernizzata e dotata di nuove attrezzature all'avanguardia. Tutte le camere sono dotate di balcone. Il ristorante dell'hotel è self-service, ma è possibile ordinare anche a la carte. Lo svantaggio è che l'ultimo ordine viene preso alle 21.00 e il ristorante chiude alle 22.00. Pertanto, gli appassionati di sci che rimangono sulle piste fino alla loro chiusura (21:00) preferiscono mangiare la sera nei ristoranti vicini, che hanno orari di apertura prolungati e serate a tema. La scuola di sci è un'altra struttura di cui i turisti possono usufruire. Chi vuole imparare a sciare e non ha l'attrezzatura può noleggiarla con uno sconto del 50% se si iscrive alle lezioni con i maestri della scuola sci. Vicino alla guest house, ci sono tre cottage dove è possibile soggiornare a prezzi inferiori rispetto alla Guest House Salteluța. Questi non sono ancora stati modernizzati. I lavori per la

costruzione di un nuovo comprensorio sciistico potrebbero influenzare l'attività del resort. La modernizzazione e l'espansione dell'area turistica aumenterebbero la concorrenza. Anche la crisi delle risorse umane sul mercato del lavoro sta avendo un impatto sulle attività dell'azienda, come le modifiche legislative e l'attuale situazione economica. Secondo le notizie riportate, l'attuale governo potrebbe emanare ordinanze per facilitare le attività turistiche private.

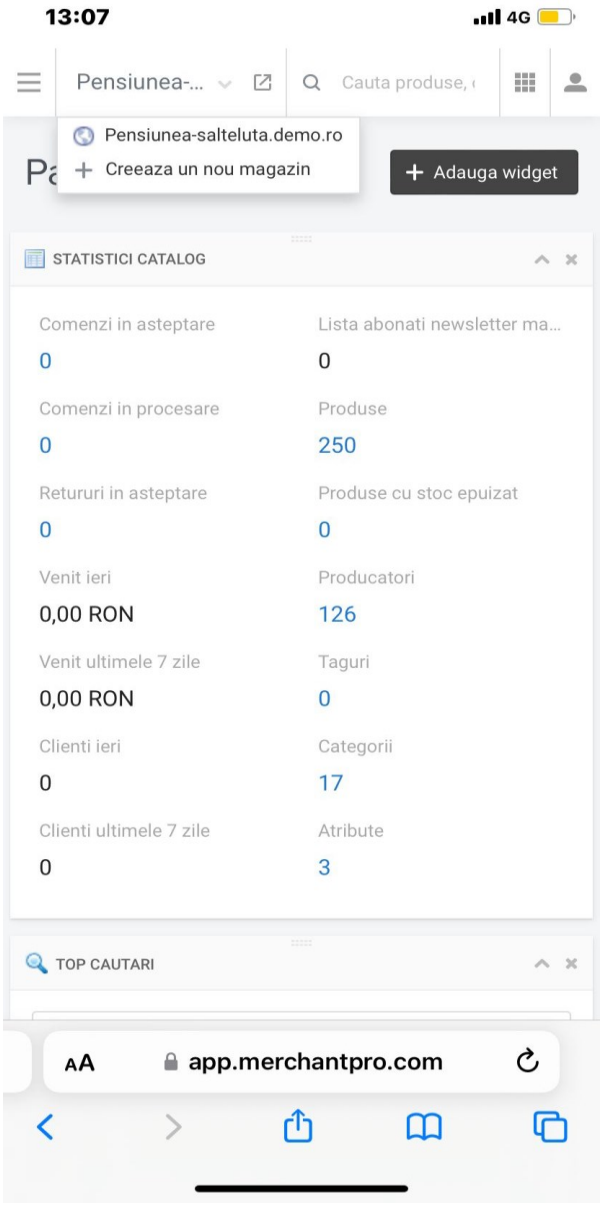
Nello studio, poiché il lavoro viene svolto per reparti, questo metodo viene spesso utilizzato per facilitare l'apprendimento, facendo ruotare gli studenti all'interno di ciascun reparto, che partecipano così ad attività specifiche e contribuiscono a tutte le attività dell'azienda.

Esempio: per sviluppare la strategia di sviluppo dell'azienda, dividere il team aziendale in quattro gruppi in base al marketing mix, ossia quattro argomenti da discutere: politica di prodotto/servizio, politica di prezzo, politica di distribuzione e politica di promozione. La sala sarà allestita in modo da avere quattro tavoli rotondi (ognuno per un argomento di discussione) su cui saranno presenti una lavagna (su cui è scritto l'argomento di discussione), un pennarello colorato (diverso per ogni argomento) ed eventualmente materiale di documentazione (cataloghi, brochure, ecc.), biscotti e caffè/tè. Nella prima fase, ogni gruppo si siederà a un tavolo dove discuterà e scriverà le proprie idee su una lavagna, entro il tempo limite (3-5 minuti). Allo scadere del tempo, i gruppi ruoteranno, rispettando l'ordine fino alla fine dell'attività (in senso orario) e discuteranno e scriveranno nuove idee relative al tema, che non sono state trovate scritte dal primo gruppo, con il pennarello con cui hanno iniziato. Seguiranno altri due turni, in modo che ogni gruppo di studenti abbia raggiunto ogni compito a casa. Le schede completate saranno affisse alla parete dell'aula e ogni alunno avrà la possibilità di leggere tutto ciò che è stato completato da ciascun gruppo. Nella fase finale, si fa una sintesi per ogni tema discusso e si annotano le idee più valide, che costituiranno la base per la realizzazione della strategia di sviluppo dell'azienda.

A seguito dell'analisi della situazione reale dell'azienda e dell'obiettivo principale dell'azienda, che è quello di rendere più efficiente l'attività economica della pensione, gli studenti hanno fornito la seguente diagnosi.

La quota maggiore delle spese dell'azienda è data dall'energia consumata. L'illuminazione, il riscaldamento e il consumo di acqua rappresentano uno sforzo notevole. Si stanno cercando soluzioni. Il passaggio all'energia verde è la più concreta. Si decide di dotare la pensione di pannelli fotovoltaici, in grado di convertire la luce (radiazione solare) in elettricità gratuita.

Sappiamo che lo Stato sostiene l'equipaggiamento di famiglie e imprese con tali pannelli, quindi si stanno cercando programmi attraverso



i quali l'azienda possa accedere a fondi non rimborsabili per dotarsi di energia verde.

Il turismo sostenibile richiede il sostegno ai piccoli produttori locali, quindi la direzione sta decidendo di rifornirsi di alimenti deperibili di base: carne, latte, uova, verdure, frutta e derivati da imprenditori locali. In questo modo si accorcia notevolmente il viaggio del cibo, che arriva fresco ai turisti, si promuove l'aspetto ecologico del cibo e la gastronomia locale. Identifica i produttori locali della zona.

Nessuna esperienza di insegnamento, formazione di bambini o adulti, solo esperienza come discente nella forma classica, faccia a faccia, ma anche come utente di piattaforme educative e applicazioni online specifiche per la formazione a distanza.

In questo articolo mi sono proposto di presentare brevemente alcuni degli strumenti virtuali utilizzati nel processo di insegnamento-apprendimento-valutazione e cercherò di mettermi nei panni dell'insegnante che deve scegliere tra le numerose applicazioni quelle che meglio si adattano alla lezione che si sta tenendo e utilizzarle in modo creativo.

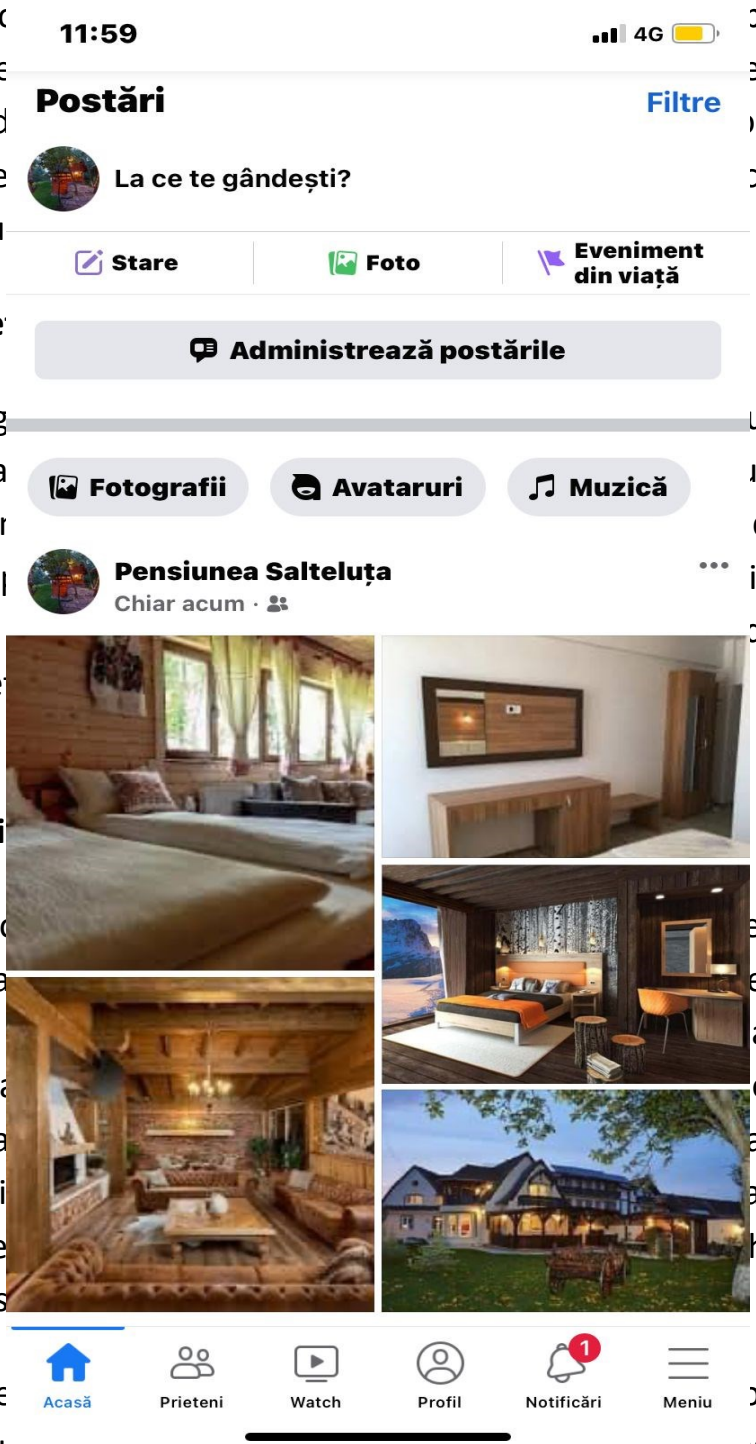
3.2.Strategie di promozione

La promozione tradizionale di un'azienda, fatta di striscioni, volantini, pubblicità sui giornali e in TV, non è più sufficiente, senza contare che un annuncio sul giornale o in TV, anche se locale, ha un costo e può rappresentare un grande sforzo finanziario per un'azienda agli inizi. La pubblicità online è una soluzione economica ed efficace.

Perché la promozione online è così importante?

1. **Gli annunci pubblicitari attirano molti visitatori**

Le pubblicità sono quelle che suscitano l'interesse degli spettatori, perché ci mostrano diverse informazioni in modo piacevole e accattivante sia dal punto ubblicità accuratamente fornisce informazioni d . In quel momento sare che avete visto in una pu



2. **Il marke**

Il marketing ubblicizza l'azienda e a uggestive. Un'azienda ber di qualità sono le più ra iente che siano presenti davanti al pubblico targe prodotto presentato.

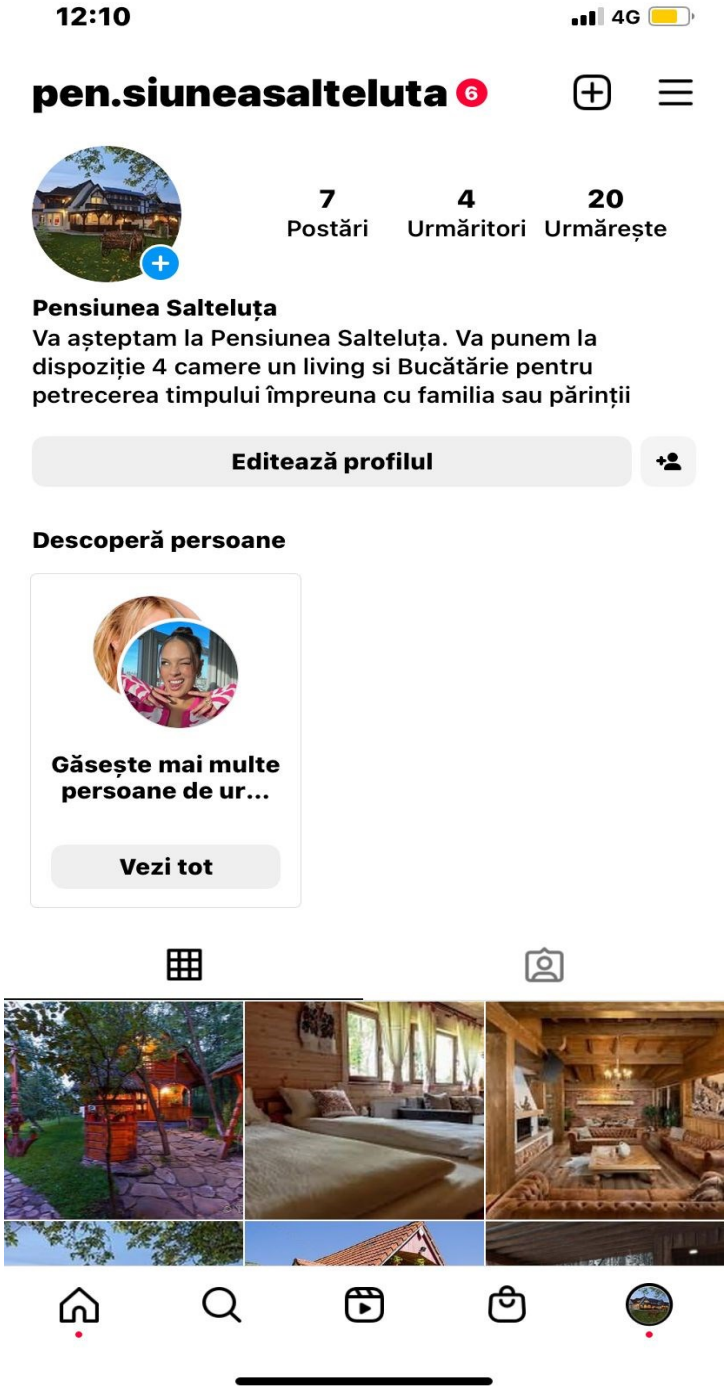
3. **Promozi**

La promozi essionale. Una campagna enti in un breve periodo adeguata porta a risulta ossa con successo se a agine. Le persone cambi alla realtà può distorcere he conta, anche se si bas

Questo vale odotto da parte del pubblico può cambiare rapidamente, con conseguente diminuzione della domanda e perdita di clienti.

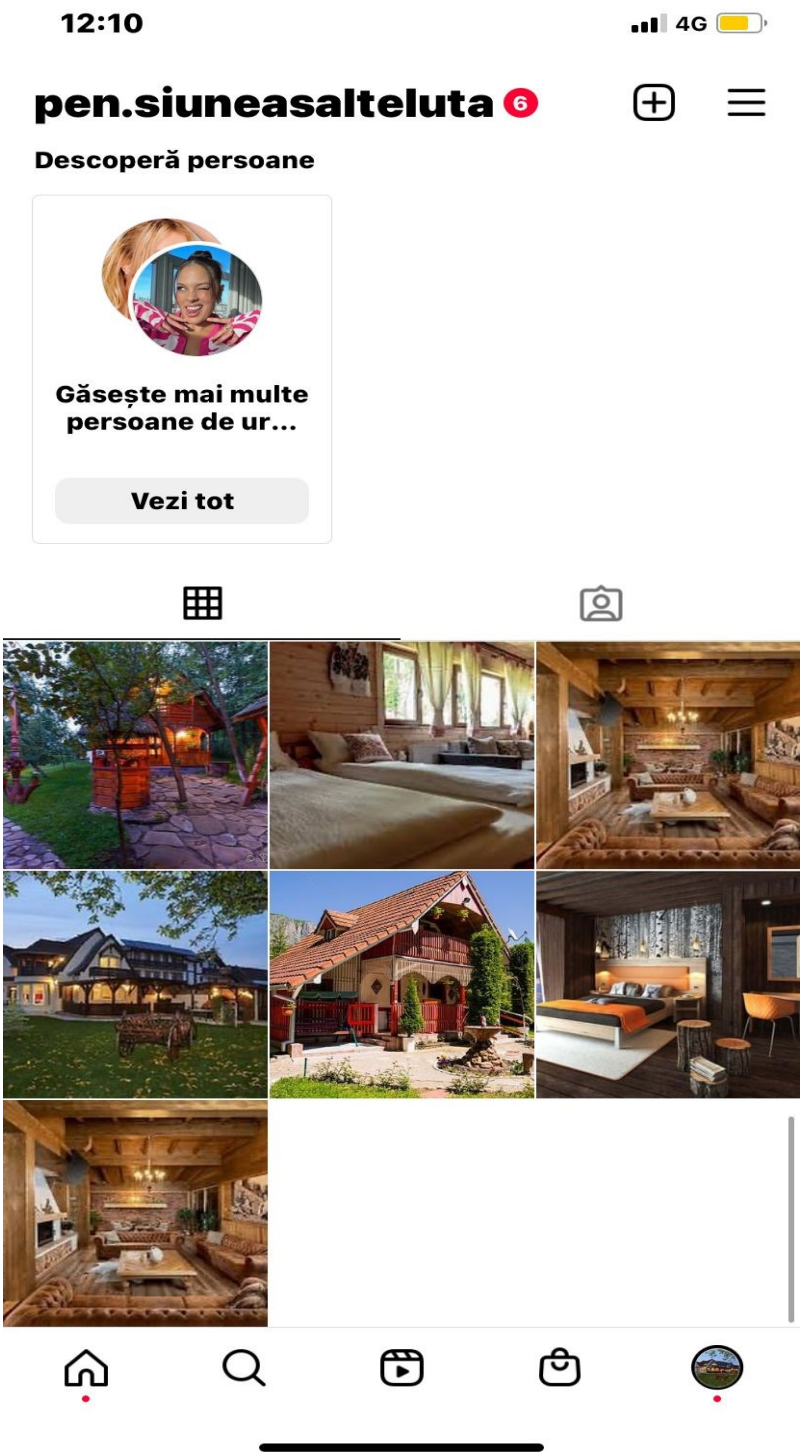
4. La promozione online è affidata a un'azienda specializzata

Una campagna promozionale adeguata per un'azienda è quella che la fa uscire dall'anonimato e le dà molteplici possibilità di affermarsi.



Professionisti esperti possono fornire una promozione di qualità che porti i risultati desiderati.

3.2.1.Caso di studio: La guest house Salteluța



Un'azienda di recente costituzione che non ha le risorse per investire in siti web di presentazione e non dispone di grandi budget promozionali può sfruttare i vantaggi dell'ambiente online per raggiungere il proprio pubblico di riferimento.

In questo studio di caso, gli studenti mostreranno come un'azienda di recente costituzione, la Guest House Salteluța, possa migliorare la propria presenza online e promuovere così le fughe in montagna, la ricarica delle batterie, il relax, la pace, il benessere, il cambiamento di scenario, l'aria fresca e tutto ciò che ci fa vedere la vie en rose.

Obiettivo:

Creare visibilità online e promuovere l'affittacamere tra turisti curiosi, alla costante ricerca di nuovi sapori ed esperienze.

Soluzioni:

1. Google My Business account

L'inserimento in Google Maps è obbligatorio per le aziende che hanno una sede fisica.

L'attivazione avviene rapidamente compilando un breve modulo online. Entro un massimo di 14 giorni il team di Google vi invierà per posta il codice di attivazione per convalidare il vostro account.

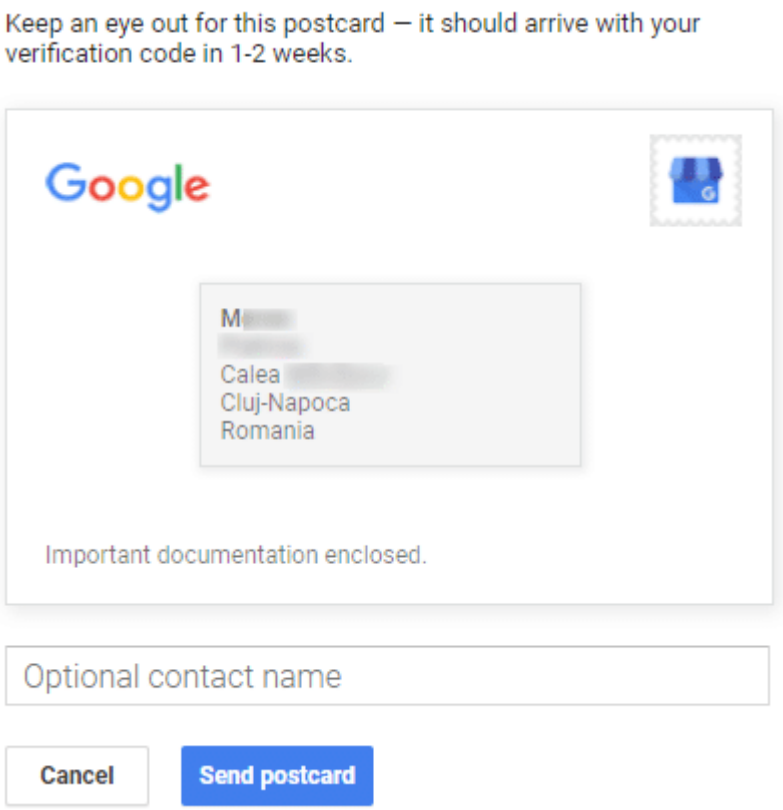
I vantaggi di un account Google My Business sono:

- possono essere personalizzati con immagini della vostra sede, che illustrino i prodotti e i servizi che offrite;
- la possibilità di pubblicare brevi post con un'immagine rappresentativa;
- statistiche sul numero di utenti che hanno scoperto la pagina Google My Business, richiesto indicazioni stradali in Maps o

chiamato il numero di telefono di contatto;

- contenuti generati dagli utenti: l'account My Business è l'occasione perfetta per raccogliere le recensioni degli utenti.

Possiamo scoprire qual è l'esperienza dei consumatori e, come bonus, possiamo rispondere a loro.



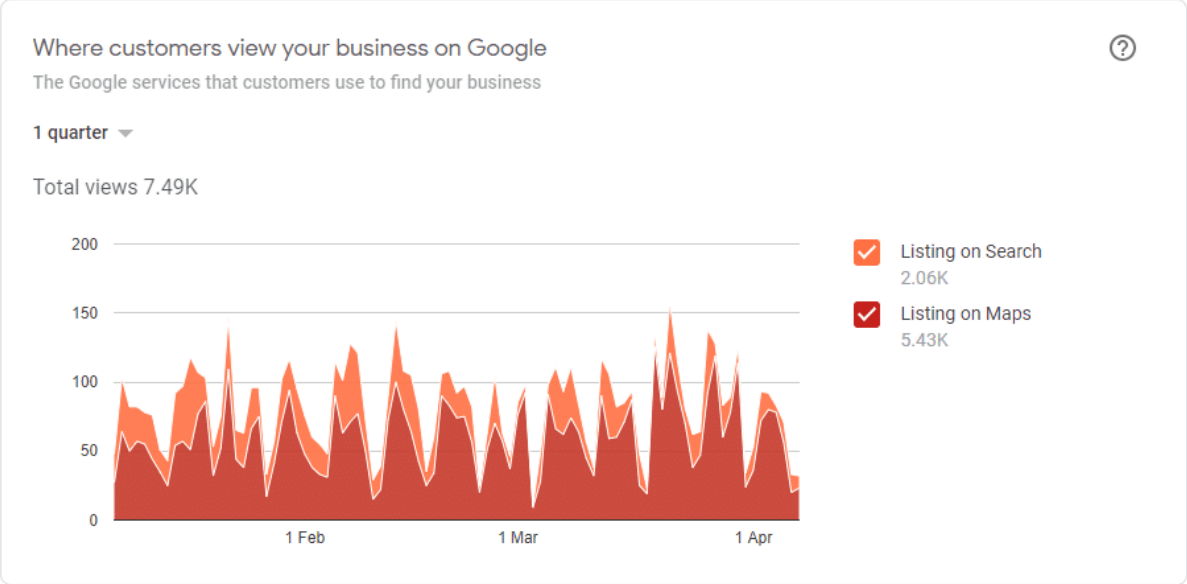
2. Sito web di presentazione

La prima impressione conta anche nell'ambiente online che gli utenti utilizzano per informarsi prima di effettuare un acquisto o, in questo caso, di visitare una sede fisica.

Dettagli di contatto, descrizione dei principali prodotti/servizi e dei vantaggi che il cliente può trarne, immagini professionali dei prodotti sono elementi di contenuto che dovrebbero essere presenti in un sito web di questo tipo.

Google offre strumenti gratuiti e facili da usare che non richiedono competenze di programmazione. Il sito web creato in questo modo è semplice e poco personalizzabile, ma la sua funzionalità è reale e può sostituire con successo un vero e proprio sito web di presentazione.

Un sito web di presentazione per la Guest House Salteluța viene creato rapidamente, senza alcun investimento, perché questo sito è ospitato gratuitamente da Google.



3. Social Media - Facebook and Instagram

La Guest House Salteluța dispone già di due importanti canali di comunicazione che mantiene attivi: Facebook e Instagram. Il team di promozione ha rafforzato la presenza sui social media con alcuni semplici accorgimenti:

- Riscrittura delle descrizioni nella sezione About per aumentarne l'indicizzazione nelle ricerche per marchio o categoria;

- Integrazione di una sezione con il menu della pensione in cui è stato caricato un documento .pdf con i principali prodotti e servizi e le relative tariffe;

- La messaggeria di Facebook è stata personalizzata per incoraggiare

l'invio di messaggi e rispondere automaticamente quando vengono ricevuti.

4.LESSON PLAN: ALTERNATIVE ASSESSMENT METHODS

4.1.Applicazioni online utilizzate nel processo di insegnamento - apprendimento - valutazione

A causa della situazione creata dalla crisi sanitaria del 2020, gli studenti hanno trascorso gran parte del loro tempo ad apprendere e a completare compiti di lavoro solo attraverso il computer. Il computer non era una novità per loro, comunque una buona parte del loro tempo veniva trascorsa al computer, ma non per imparare, per fare i compiti, per essere valutati. La crisi sanitaria ha rappresentato una sfida sia per gli insegnanti che per gli alunni, ma soprattutto per gli insegnanti che sono stati costretti a ottimizzare il processo di insegnamento attraverso l'uso creativo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, a trovare soluzioni per integrare il computer nell'attività didattica e comunicare l'apprendimento, a familiarizzare con nuove strategie di valutazione.

Le applicazioni online utilizzate nel processo di insegnamento-apprendimento-valutazione si sono diversificate. Sono apparse o migliorate piattaforme didattiche, applicazioni online, biblioteche di contenuti didattici digitali per l'apprendimento, applicazioni per scuole materne, elementari, medie, superiori, università, applicazioni pratiche di e-learning per ogni materia. L'integrazione multimediale nelle attività didattiche avviene attraverso editor di formule matematiche, editor di immagini, editor di diagrammi e grafici, conversione di documenti PDF, editor di test elettronici. I video sono sempre più utilizzati.

La suite di applicazioni più diffusa per la produzione di materiale scritto elettronico è Microsoft Office, con Microsoft Word (per i documenti), Microsoft Excel (per i fogli di calcolo) e Microsoft PowerPoint (per le presentazioni).

Una versione più completa di una suite per ufficio, che può essere

utilizzata gratuitamente con qualsiasi indirizzo e-mail @gmail.com o con un indirizzo istituzionale creato in Gmail, è la piattaforma GSuite (https://gsuite.google.com/) offerta da Google, con Google Word, Google Sheets e Google Slides. Gsuite viene utilizzato con un indirizzo istituzionale.

Per il corretto svolgimento dell'attività sono necessari materiali didattici elettronici già preparati. Uno dei motivi è che gli studenti non possono prendere appunti durante l'attività come nelle attività frontali. È anche importante che i materiali elettronici siano disponibili dopo la fine dell'attività interattiva in tempo reale, poiché alcuni studenti non saranno in grado di connettersi per partecipare all'attività e altri potrebbero perdere la connessione durante l'attività per motivi tecnici.

4.2.Piano della lezione

1. **Dati generali:**

- Oggetto: Turismo
- Argomento: Produzione del giornale "Turismo sostenibile nella contea di Valcea".
- Obiettivi del progetto
    - Conoscere meglio la città in cui svolgono la loro attività quotidiana, la scuola in cui studiano, la zona in cui vivono;
    - Agire per mantenere, proteggere e migliorare le condizioni ambientali naturali;
    - Assumersi la responsabilità della protezione dell'atmosfera, del suolo, dell'acqua, della flora, della fauna e della salute umana.

- Fonti di informazioni
    - https://ro.wikipedia.org/wiki/
    - https://www.valceaturistica.ro
    - www.monitorulvl.ro/
    - https://primariacalimanesti.ro
    - https://harta.orasultau.ro/
    - www.eduonline.roedu.net
    - www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- Strumenti di lavoro: Telefono, laptop, tablet
- Prodotto finale: Giornale "Turismo sostenibile nella contea di Valcea".
- Modalità di presentazione: La presentazione del materiale avverrà online attraverso l'applicazione Padlet, con ogni squadra che presenterà il materiale prodotto, attraverso la voce del proprio rappresentante scelto.

2. Planning activities:

- Un Google Meet spiegherà il tema e lo scopo del progetto.
- Utilizzando la "Ruota della fortuna" dell'app wordwall, formerò cinque squadre. Avrò quindi le seguenti squadre:
- La squadra dei fotografi dovrà fotografare o disegnare il centro della città, gli edifici importanti della città, le principali opere d'arte della città, la scuola che frequentano. Oltre alle foto scattate, scaricheranno dal web le immagini dei luoghi più belli della contea, le strutture ricettive più belle, nonché le immagini della categoria "quindi no!":

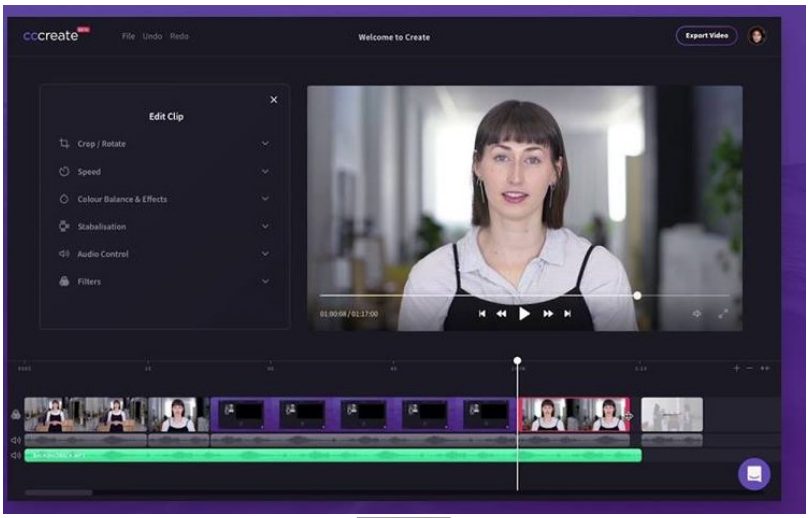
edifici brutti o fatiscenti, spazi non valorizzati, segni lasciati da turisti irresponsabili, ecc.

- Utilizzando l'applicazione ANIMOTO, gli studenti metteranno insieme un collage di foto e video e specificheranno il link per visualizzarli...

https://animoto.com/play

- Il team di giornalisti dovrà produrre un reportage intitolato "Călimănești-Căciulata - una località per le persone" che conterrà un'intervista al sindaco di Călimănești, alcune informazioni sui progetti turistici della città, sull'architettura della città, sugli edifici ristrutturati, sugli edifici abbandonati, su ciò che è stato fatto, su ciò che non è stato fatto.

- Utilizzando l'applicazione ClipChamp per il montaggio dei video, gli studenti realizzeranno un "reportage". Gli studenti caricheranno il

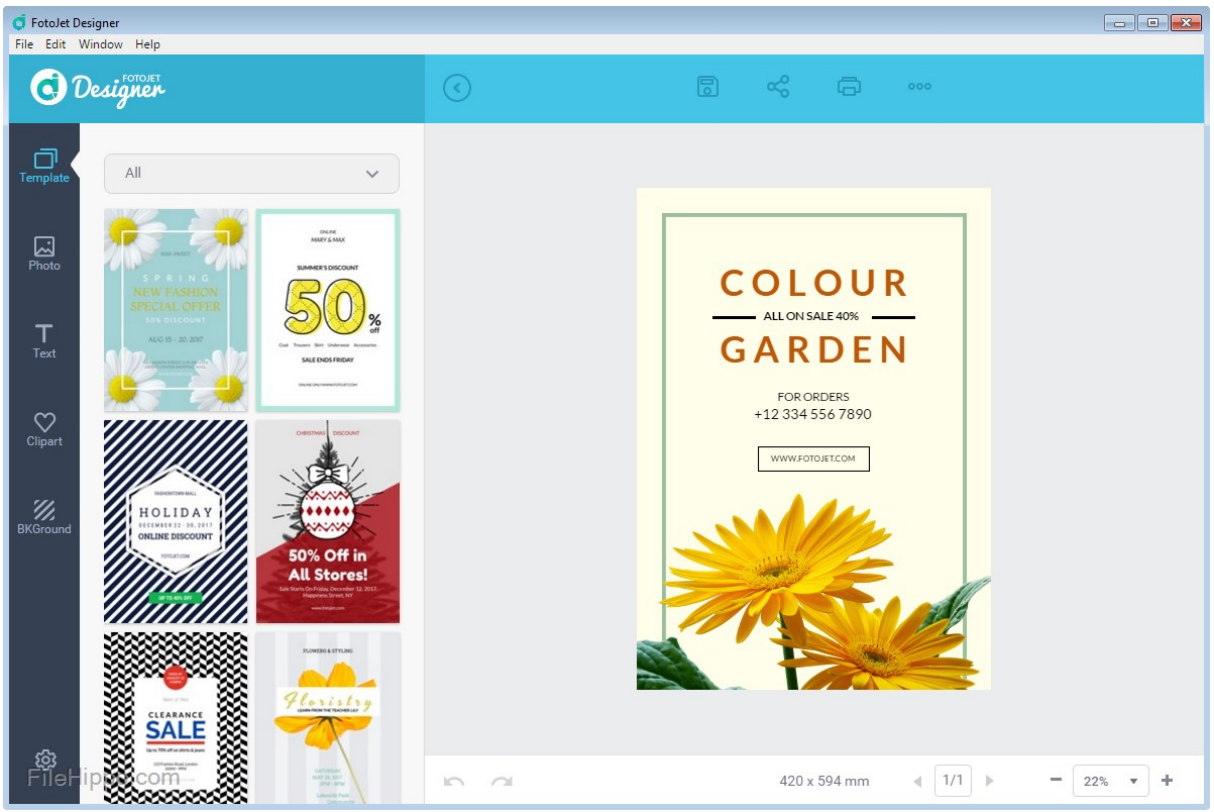


materiale audio-video anche su YouTube (www.youtube.com).

- Il team di storici troverà informazioni sulla storia della città, sulla storia della scuola in cui insegnano, sugli eventi significativi che hanno avuto luogo nella loro città.

- Utilizzando le applicazioni digitali di collage di testi e immagini Canva e Fotojet, gli studenti presenteranno le informazioni raccolte e forniranno un link per la visualizzazione.

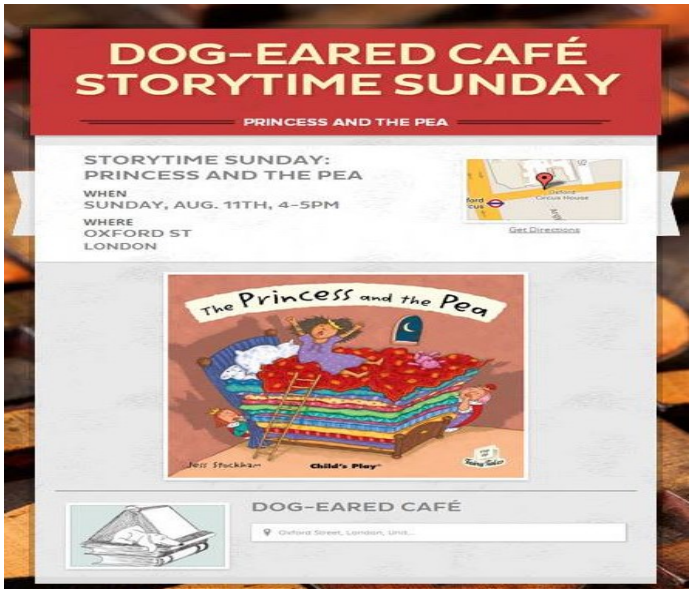
- Il gruppo di disegno disegnerà la mappa fisica della contea, la mappa fisica della città, il piano scolastico.



Piktochart infographic tutorial:
Piktochart is a web-based infographic application that allows users without extensive experience as graphic designers to easily create infographics and visuals using themed templates.

Storybird allows anyone to make visual stories in seconds.
It inspires writers of all ages to turn their images into original stories.

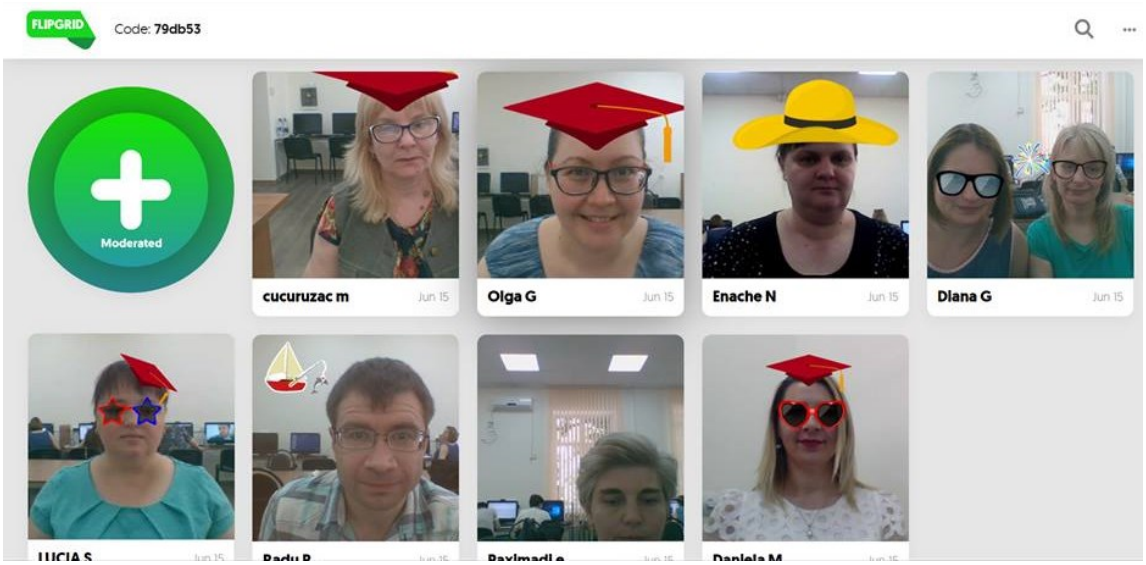
- La redazione raccoglie il materiale, corregge eventuali errori, prepara le rubriche, ordina le immagini e trova il modo di promuovere il giornale nelle scuole.



Smore for creating digital magazines

- Utilizzando l'applicazione Smore, gli studenti creeranno il giornale **"Turismo sostenibile nella contea di Valcea".**

- Infine, le impressioni degli studenti sul progetto possono essere registrate con le applicazioni Flipgrid o TikTok.



La ruota dei nomi mostrata contiene i nomi degli studenti che lavoreranno al progetto.

- Raccolta di informazioni sull'argomento scelto: gli studenti cercheranno informazioni sull'argomento dato, ne discuteranno all'interno del team e sceglieranno di comune accordo il materiale da inviare alla redazione.

- Organizzare ed elaborare le informazioni relative all'argomento scelto: una volta che le prime squadre avranno una quantità soddisfacente di dati e informazioni, foto e interviste, si riuniranno in team sul gruppo whatsapp, dove discuteranno di ciò che invieranno al team editoriale, così come di ciò che conterrà la presentazione, di come risolveranno insieme i compiti del progetto, decidendo al contempo il rappresentante del team che sosterrà il progetto.

La redazione deciderà il formato del giornale, l'aspetto della prima pagina, un motto, il design, l'ordine dei materiali.

Alla fine, ogni squadra presenterà, attraverso il proprio rappresentante scelto, come ha svolto il proprio compito, come ha lavorato insieme, quali difficoltà ha incontrato, cosa è riuscita a completare e cosa no.

- Presentazione del prodotto finale

Questo sarà fatto online tramite Google meet, con l'applicazione Padlet.

5.CONCLUSIONI

La preoccupazione per la protezione dell'ambiente naturale è stata avvertita fin dalla fine del XIX secolo, quando si è passati dall'ammirazione passiva delle bellezze della natura all'azione attiva per proteggerla e prevenire l'uso improprio delle risorse naturali. La prima legge per la protezione dell'ambiente (la Legge per la Protezione dei Monumenti Naturali) fu adottata nel 1930 e un anno dopo fu istituita la Commissione per la Protezione dei Monumenti Naturali, che opera ancora oggi sotto il patrocinio dell'Accademia Romena.

A questa legge seguirono molti altri regolamenti, ma solo nel 1973 fu adottata la legge sulla protezione ambientale. Attualmente in Romania esistono circa 630 aree protette, per una superficie totale di 1,2 milioni di ettari. A queste si aggiungono tre riserve della biosfera, 14 parchi nazionali e 362 riserve naturali. Il Parco nazionale di Retezat (istituito nel 1935), il Parco nazionale di Rodna (istituito nel 1990) e il Delta del Danubio (istituito nel 1938) sono stati inclusi dall'UNESCO come riserve della biosfera nella propria lista di monumenti naturali protetti.

Il turismo come attività economica può causare grandi danni alle aree protette, soprattutto se non sono gestite correttamente, ma può anche portare grandi benefici. La pressione del turismo sta crescendo rapidamente. Le pressioni sui siti turistici più popolari stanno aumentando, per cui le bellissime aree naturali stanno diventando sempre più luoghi per il turismo a lungo termine, per le gite di un giorno e persino per lo sport.

In alcune aree protette i visitatori sono così numerosi in certe zone o in certi orari che la natura e la qualità dell'esperienza dei visitatori ne risentono. In altre, i visitatori riescono a penetrare nelle aree più remote. Le strutture turistiche sono spesso in conflitto con gli obiettivi di conservazione e rovinano i paesaggi naturali; le pressioni per lo sviluppo di tali strutture sono particolarmente forti nell'ex blocco dell'Europa orientale, e in alcune aree protette il turismo semplicemente non trova

posto.

Tuttavia, se pianificato e gestito in modo sostenibile, il turismo può essere una forza molto positiva, a beneficio sia delle aree protette che delle comunità locali. Il turismo sarà ben accetto nelle aree protette o nelle loro vicinanze se rispetterà il carattere speciale dell'area - come ad esempio il turismo di apprezzamento della natura, il turismo culturale ed educativo o le piccole attività di gruppo tranquille - e se i danni e l'inquinamento saranno minimi. Il turismo può contribuire a giustificare l'istituzione di aree protette in regioni marginali e può portare a un rilancio economico delle comunità locali e delle culture tradizionali.

IL LICEUL TECHNOLOGIC DE TURISM CALIMANESTI

Il nostro liceo si trova nella contea di Valcea, a 200 km a nord di Bucarest, la capitale della Romania, in una piccola città, Calimanesti (area urbana) - 9000 abitanti, a 18 km da Ramnicu Valcea, la città più grande della nostra zona (contea). Il luogo è circondato da montagne, una famosa località montana in Romania la cui attività principale è il turismo, le cure termali con più di 160.000 turisti ogni anno (stranieri e rumeni). La Scuola Superiore Tecnologica e Professionale di Turismo conta circa 400 studenti (dai 14 ai 19 anni e 2 classi post-secondarie per adulti), 40 insegnanti e istruttori; 20 studenti provenienti da famiglie Rom, 40 studenti con esigenze speciali (abbandono scolastico, difficoltà di apprendimento, disabilità fisiche o problemi comportamentali), bambini provenienti da famiglie monoparentali (il padre o la madre o entrambi lavorano all'estero in un altro Paese), molti studenti sono costretti a lavorare durante la scuola per avere denaro (condizione di povertà). La maggior parte di loro deve affrontare il problema dell'adattamento e del bullismo tra pari a causa di questi fatti, oltre a minacciare o intimidire i colleghi.

Specializzazioni:

- Scuola superiore: Attività finanziarie ed economiche (contabilità), Turismo, alberghiero e ristorazione.

- Scuola professionale: Camerieri e cuochi - in ambito gastronomico e alberghiero, Banqueting (organizzatore di eventi)

- Scuola post-secondaria di attività agro-montane

I nostri obiettivi principali sono diventare più riconoscibili nella comunità locale e a livello nazionale ed europeo attraverso:

- fornire agli studenti uno sviluppo personale e professionale per diventare cittadini attivi nella comunità, partecipare alla vita lavorativa, civica e professionale, garantendo pari opportunità di accesso all'istruzione professionale e tecnica e allo sviluppo professionale di ogni studente in base alle aspirazioni e al potenziale di apprendimento individuale;

- garantire condizioni di qualità nell'organizzazione e nello svolgimento dei processi di gestione, istruzione e formazione in ogni scuola che organizza l'istruzione professionale e tecnica;

- fornire opportunità per lo sviluppo professionale di ogni studente per acquisire le competenze per le quali dare opportunità di lavoro in mestieri o occupazioni offerte dal mercato del lavoro locale, della contea, regionale, nazionale, e per continuare ad imparare per tutta la vita, per adattarsi ai cambiamenti tecnologici specifici dell'economia della conoscenza;

- fornire opportunità di istruzione e formazione comunitaria per gli studenti in aree di grande interesse: alberghi, servizi, attività finanziarie, economiche, gastronomia, ecc. Azioni di grande responsabilità e qualità, perseguiamo le esigenze di apprendimento per i diplomati per integrare le attività professionali e raggiungere elevati standard di rendimento dell'Unione Europea; - ridurre le differenze sociali e di esigenze specifiche, combattendo contro la

violenza e il bullismo a scuola Il nostro istituto ha esperienza nello sviluppo e nell'attuazione di progetti educativi e partenariati di vario tipo e in particolare quelli con finanziamenti europei; L'ultimo progetto ha vinto il premio II (mostra e presentazione) per il miglior progetto Erasmus rumeno nel nostro Paese al concorso Made for Europe 2019.

Fonti

- Minciu R., "Tourism Economics", Uranus Publishing House, Bucharest, 2001
- Baron P., Snak O., Neacșu N., "Economia turismului", Expert Publishing House, Bucharest, 2001
- Vișan S., Angelescu A., Alpopi C., "Environment: pollution and protection", Economica Publishing House, 2000
- Bran F., Marin D., Simon T., "Turism rural", Editura Economică, 1997
- Ionescu I., "Social, economic and cultural tourism", Bucharest, Oscar Prinț Publishing House, 2000
- Hapenciuc C. V., "Statistical research in tourism", Editura Didactica și Pedagicica R.A. Bucharest, 2003
- Nedelea A., "Piața turistică", Bucharest, Editura Didactică și Pedagogică, 2003
- Nistoreanu P., "Management in tourism and services", Bucharest, ASE Publishing House, 2005
- Istrate L., Bran F., Roșu A.G., "Economia turismului și mediului înconjurător", Bucharest, Editura Economică, 2000
- Stănciulescu G., "Economia turismului", Bucharest, Expert Publishing

House, 2001

- Boghean C., "Economia Turismului", course support, 2011
- Erdeli G., Gheorghilaș A., "Amenajări Turistice", University Publishing House, 2006
- * Law no. 350/2001 on spatial and urban planning, Official Gazette no. 373 of 10 July 2001
- * Law 453/2001 for the completion of Law no. 50/1991 on the authorization of construction works and some measures for the realization of housing, Official Gazette, no. 431 of 1 August 2001
- Bălțărețu A.M., "Amenajarea turistica și dezvoltarea urbană", Editura Universitară, 2010
- Neacșu N., Glăvan V., Baron P. and Neacșu M., "Geografia e economia turismului", ProUniversitaria Publishing House, 2011
- Cândrea M., Erdeli G., Simion T., "Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spazio", University Publishing House Bucharest, 2003
- Gavrilescu E., "Sources of pollution and environmental pollutants", Sitech Publishing House, 2007
- Muntean I. O., "Ecology and environmental protection", Emia Publishing House, 2007
- Bica I, "Elemente de impact asupra mediu", Matrix Rom Publishing House, Bucharest, 2000
- www.edu.ro
- www.ise.ro/digital/

- www.youtube.com
- www.wikipedia.org - the free encyclopedia
- Document-politici-curriculum_final_23decembrie.pdf (ise.ro)
- https://digitaledu.ro/platforme-educationale
- www.eduonline.roedu.net
- www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- www.mozaweb.com
- www.etwinning.ro
- www.elearning.ro

5. Come promuovere l'occupabilità dei lavoratori con disabilità

Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis
Atomon Me Idikes Angkes

INTRODUCTION

Il lavoro è un'attività umana con un risultato utile, nonché l'esercizio del lavoro in una società organizzata. È l'attività complessiva in relazione a un oggetto o a un'unità di lavoro e riguarda il lavoro quotidiano, l'esecuzione di compiti per motivi di sostentamento, il corpo dei lavoratori, la produzione di lavoro e il processo produttivo. Nelle società moderne, l'occupazione è un punto di riferimento fondamentale nella vita dei cittadini. La percezione dell'occupazione in esse non è più limitata solo alla fonte di reddito di una persona, ma è indissolubilmente legata a un modo di identificarsi in quanto in grado di raggiungere lo sviluppo e la crescita personale, la sicurezza e la soddisfazione emotiva. Per molte persone con disabilità, il diritto al lavoro è un elemento chiave nella lotta per la parità di diritti.

Secondo le statistiche delle Nazioni Unite, circa il 15% della popolazione mondiale ha una qualche forma di disabilità e almeno 785 milioni sono in età lavorativa (15-59 anni). Nell'Unione Europea (UE 28), secondo un'indagine Eurostat (2019) si stima che il 26,1% dei cittadini adulti dichiari di avere una disabilità e di incontrare ostacoli alla piena partecipazione alla vita sociale ed economica. (GED & EMPLAB & Menze, J. 2015).

https://unsplash.com/s/photos/empopability-disabled

Le persone con disabilità hanno tassi di disoccupazione più elevati e quando lavorano hanno maggiori probabilità di essere pagate meno rispetto alle persone senza disabilità. Nell'Europa a 28, il tasso di occupazione delle persone senza disabilità è del 66,9%, mentre quello delle persone con disabilità è del 47,3%. Esiste un'ampia variazione anche nelle percentuali relative all'istruzione e all'apprendimento permanente.

La principale causa di povertà ed esclusione sociale è la mancanza di pari opportunità di lavoro per le persone con disabilità. In Europa i tassi di rischio di povertà ed esclusione sociale per le persone senza disabilità di età superiore ai 16 anni si aggirano intorno al 20%, mentre per le persone con disabilità sembrano aggirarsi intorno al 30%. I tassi di disoccupazione sono aumentati drasticamente negli ultimi anni a causa della crisi finanziaria globale. I gruppi di cittadini appartenenti ai cosiddetti gruppi vulnerabili, a cui appartengono le persone con disabilità, sono quelli più direttamente colpiti dalla crisi e dalla disoccupazione. Storicamente, le persone con disabilità hanno affrontato molteplici barriere per entrare nel mercato del lavoro e l'esclusione da esso ha portato alla povertà e a gravi difficoltà di sopravvivenza.

Inoltre, la Strategia europea sulla disabilità definisce cinque aree d'azione fondamentali: Accessibilità, Partecipazione, Uguaglianza, Occupazione, Istruzione e Formazione. Per quanto riguarda l'occupazione, viene menzionato quanto segue:

"4 - Occupazione

Un lavoro di qualità garantisce l'indipendenza finanziaria, promuove il prestigio personale e protegge dalla povertà.

Tuttavia, il tasso di occupazione delle persone con disabilità è solo del 50% circa. Per raggiungere gli obiettivi di sviluppo dell'UE, è necessario aumentare il numero di persone con disabilità che hanno un impiego retribuito nel mercato del lavoro aperto. La Commissione sfrutterà al meglio le opportunità offerte dalla Strategia europea e dalla sua agenda per le nuove competenze e i nuovi posti di lavoro, fornendo agli Stati

membri analisi, orientamenti politici, condivisione di informazioni e ogni altro tipo di supporto. Migliorerà la conoscenza della condizione professionale delle donne e degli uomini con disabilità, individuerà le aree problematiche e proporrà soluzioni. Si occuperà in particolare dei giovani con disabilità durante la transizione dall'istruzione all'occupazione. Affronterà la questione della mobilità interprofessionale nel mercato del lavoro aperto e nei laboratori protetti attraverso lo scambio di informazioni e l'apprendimento reciproco. Affronterà inoltre la questione del lavoro autonomo e dei posti di lavoro di qualità, compresi aspetti quali le condizioni di lavoro e lo sviluppo professionale, con il coinvolgimento delle parti sociali. La Commissione rafforzerà il suo sostegno alle iniziative volontarie per promuovere la gestione della diversità sul posto di lavoro, come le Carte della diversità dei datori di lavoro e l'Iniziativa per l'imprenditoria sociale.

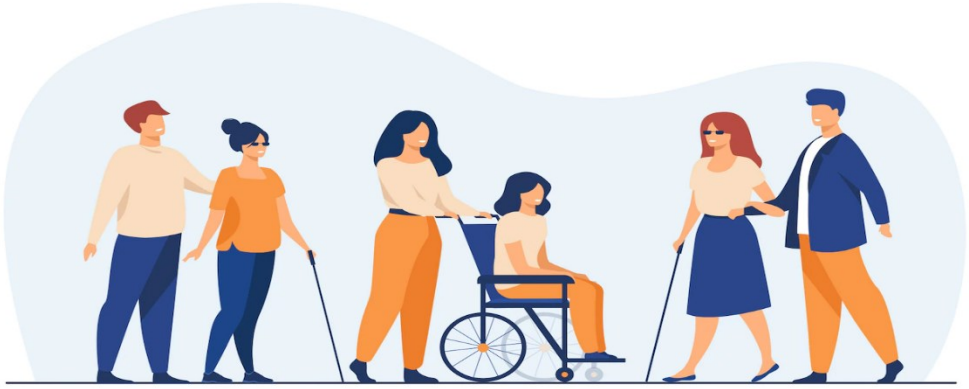
L'azione dell'UE sosterrà le iniziative nazionali volte a: analizzare la situazione del mercato del lavoro per le persone con disabilità - combattere i sussidi di invalidità e altri metodi di intrappolamento che scoraggiano l'ingresso nel mercato del lavoro; attraverso l'uso del Fondo Sociale Europeo (FSE) - sviluppare politiche attive del mercato del lavoro - migliorare l'accessibilità del posto di lavoro - sviluppare servizi di collocamento, strutture di supporto e formazione sul posto di lavoro - promuovere l'uso del regolamento generale di esenzione che consente la concessione di aiuti di Stato senza previa notifica alla Commissione. Creare le condizioni giuste affinché un maggior numero di persone con disabilità possa guadagnarsi da vivere nel mercato del lavoro aperto.

Unione per l'Uguaglianza: Strategia per i diritti delle persone con disabilità 2021-2030 "Le persone con disabilità hanno il diritto di avere buone condizioni sul posto di lavoro, di vivere in modo indipendente, di avere pari opportunità, di partecipare pienamente alla vita della loro comunità. Tutti hanno diritto a una vita senza barriere. Ed è nostro obbligo, come comunità, garantire la loro piena partecipazione alla società, su base paritaria con gli altri".

Presidente della Commissione von der Leyen

2. APPROCCIO "MEDICO" E APPROCCIO "SOCIALE" DEI DIPENDENTI

La disabilità è un fenomeno multidimensionale. Pertanto, quando cerchiamo di definirla e classificarla, ci accorgiamo dalla nostra esperienza quotidiana che nessuna delle due (2) procedure è facile. La comprensione dei concetti di incapacità e disabilità, così come il "passaggio" dall'uno all'altro, sono stati oggetto di controversie e riflessioni.



https://www.freepik.com/free-vector/volunteers-helping-disabled-friends-outdoor-walking_9652120.htm#query=disability%20work&position=0&from_view=keyword

In Europa non esiste una definizione comune di "disabilità", né un sistema comune di valutazione e classificazione delle disabilità. Il fatto che negli Stati membri esistano diversi sistemi di classificazione e valutazione della disabilità e quindi diverse percezioni di "chi può essere considerato una persona con disabilità" ha molteplici implicazioni. I diversi sistemi di classificazione della disabilità rendono estremamente difficile la mappatura e la quantificazione dello status delle persone con disabilità. Allo stesso tempo, i diversi sistemi di classificazione e valutazione della disabilità e le diverse definizioni di disabilità non consentono un approccio unico all'intervento.

Ad esempio, l'adozione di un approccio alla disabilità incentrato sulla medicina, che la collega a una perdita fisica o mentale, enfatizza eccessivamente la necessità di un intervento medico e di un'assistenza

individuale - e unica - per la persona disabile, spostando la responsabilità a livello di intervento nella Confederazione nazionale greca delle persone con disabilità (2005).

Al contrario, l'accettazione di una concezione più sociale della disabilità - che sottolinea appunto il contributo di una serie di variabili ambientali che aggravano la disabilità - ci porta a un modo diverso di gestire. Questa si concentra sulle politiche e sulle pratiche di integrazione, richiedendo a tutti i membri della società un'azione sociale e un'assunzione di responsabilità collettiva.

In base a questo approccio, "una persona con disabilità fisica può sperimentare la disabilità in un ambiente e non in un altro, a seconda che l'ambiente presenti o meno barriere e ausili. Ad esempio, una persona con paraplegia sperimenta la disabilità motoria in un ambiente inaccessibile se non dispone di una sedia a rotelle (ausilio). Ma se l'ambiente è accessibile e una sedia a rotelle è sempre disponibile per l'uso, questa persona non avrà limitazioni di mobilità. La persona, tuttavia, in tutti i casi sopra descritti, è la stessa e continua ad avere la paraplegia".

L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), al fine di chiarire eventuali "zone grigie" relative alla definizione di disabilità e alla classificazione delle disabilità e di ridefinire gli interventi necessari, adotta un approccio sociale definendo i seguenti concetti:

Menomazione: qualsiasi perdita o anomalia di una struttura o funzione psicologica o anatomica.

Handicap: qualsiasi limitazione o mancanza (derivante da un danno) della capacità di un individuo di svolgere un'attività entro i limiti o in un modo considerato normale per un essere umano.

Disabilità: Una disabilità per una particolare persona, derivante da una lesione o da una disabilità (un disturbo organico, mentale o funzionale), che limita o impedisce l'adempimento di un ruolo che è normale per quella persona (in relazione all'età, al sesso e a fattori sociali e culturali).

Sebbene nel contesto della Classificazione internazionale delle lesioni, delle incapacità e delle disabilità si affermi l'importanza dell'ambiente sociale e della responsabilità collettiva per l'esclusione delle persone con disabilità (e si faccia riferimento anche alle particolari caratteristiche personali della persona con disabilità), la Confederazione nazionale greca delle persone con disabilità (2005), il modello di valutazione della disabilità più diffuso in tutti gli Stati membri europei è quello medico. Infatti, tutte le attuali classificazioni della disabilità nell'Unione Europea si basano sull'approccio medico alla disabilità. Non riconoscono l'impatto che atteggiamenti più ampi di discriminazione e mancanza di strutture sociali hanno sulle persone disabili, bambini e adulti.

3. DISABILITÀ-OCCUPABILITÀ

Secondo la Convenzione sui diritti delle persone con disabilità, le Nazioni Unite, dal 2006, non solo "proibiscono la discriminazione sulla base della disabilità in tutte le questioni relative a tutte le forme di impiego, comprese le condizioni di assunzione, di reclutamento e di impiego, la continuazione dell'impiego, lo sviluppo professionale e le condizioni di lavoro sicure e salutari" (articolo 27, 1. (a)), ma anche "la promozione delle opportunità di impiego e di sviluppo professionale per le persone con disabilità nel mercato del lavoro". . . "(articolo 27, paragrafo 1, lettera e)), ma anche" . . opportunità di lavoro autonomo, imprenditorialità, sviluppo di cooperative e avvio di un'attività in proprio" (articolo 27, paragrafo 1, lettera f)).

La maggior parte dei lavori oggi non si basa su un'attività fisica faticosa e, per quelli che lo sono, sono spesso disponibili gli strumenti adeguati per aiutare le persone con disabilità fisiche a rimanere attive e integrate nella forza lavoro. Allo stesso modo, oggi esistono strumenti che non esistevano nelle generazioni precedenti, come il telelavoro, che possono consentire alle persone con disabilità intellettiva di continuare a lavorare (Areheart, Stein. 2015). Diversi fattori possono influenzare i decisori,

come l'empatia dei datori di lavoro nei confronti del dipendente, il loro atteggiamento verso le persone con disabilità, la loro esperienza e conoscenza della legislazione sulla disabilità (Telwatte, A., Anglim, J ., Wynton, S.K. Molding, R. 2017). I dipendenti con disabilità riferiscono esperienze più positive quando le risorse umane specifiche e generali, i manager di linea, i colleghi e loro stessi hanno una maggiore esperienza in materia di disabilità.

https://unsplash.com/s/photos/empopability-disabled

Kulkarni e Gopakumar hanno esplorato le barriere che ostacolano il successo della carriera e hanno descritto come sia le persone con disabilità sia i membri dell'organizzazione giochino un ruolo nel plasmare la carriera di un dipendente. In termini di sviluppo sostenibile, i giovanissimi lavoratori coinvolti nella complessa transizione verso l'età adulta meritano un'attenzione particolare. Le maggiori sfide e vulnerabilità nella transizione sono evidenti tra i giovani lavoratori con disabilità, perché devono affrontare sfide aggiuntive legate alla loro

disabilità, oltre a quelle che gli altri stanno vivendo in questa fase dello sviluppo. Queste sfide sono identificate nella costruzione del proprio sé sociale, nell'acquisizione dell'indipendenza e nella costruzione di ruoli stabili nel mondo sociale. I lavoratori con disabilità affrontano maggiori difficoltà in quanto sono spesso socialmente emarginati, rimangono più dipendenti dalla famiglia e hanno meno opzioni per le loro carriere future. rispetto ai lavoratori che di solito crescono insieme ai loro coetanei.

La questione dell'indipendenza e dell'autodeterminazione acquista quindi un significato particolare in relazione al mondo della disabilità. Il passaggio alla forza lavoro e l'acquisizione di un impiego sembrano essere percepiti dalle persone con disabilità come un mezzo per dimostrare la propria "normalità", e quindi come un modo per combattere le regole socialmente oppressive che non riconoscono la compatibilità della disabilità con l'occupazione, la sessualità della vita indipendente e la paternità (Vlachou, A., Papananou, I. 2018). Il lavoro è un aspetto che permette di raggiungere e sviluppare l'indipendenza ed è la chiave del benessere delle persone con disabilità. Ciò è confermato da uno studio di Bassi e DelleFave in cui il lavoro è riconosciuto come un'esperienza ottimale dal 90% delle persone con disabilità.

Poco si sa sulle prime esperienze lavorative e sullo sviluppo delle competenze dei giovani con disabilità (Lindsay, S .; Adams, T .; McDougall, C .; Sanford, R. Skill 2012). Le ricerche sopra citate dimostrano che la disabilità è un ostacolo all'ottenimento e al mantenimento di un'occupazione, ma poco si sa sui fattori specifici che contribuiscono a questi scarsi risultati e ancora meno si sa sui fattori e sui processi che possono migliorarli. Nell'esigua letteratura esistente, uno spazio particolare è stato dedicato allo studio dell'influenza dell'autodeterminazione (intesa come autonomia individuale, autoregolazione ed empowerment psicologico) e dell'autorealizzazione (Smith, P., Routel, C. 2010) durante la transizione all'età adulta della disabilità mentale e dei disturbi specifici del linguaggio. In particolare, il ruolo di questa risorsa è stato esaminato in relazione agli esiti lavorativi, evidenziando correlazioni positive con i tassi di occupazione, i livelli di

reddito e la gestione finanziaria. L'auto-appoggio è stato riconosciuto come un predittore di successo lavorativo dopo il completamento dello studio, in quanto si è rivelato un motivatore che porta ad attività di ricerca di lavoro (Ardore, V. 2013). È stato inoltre evidenziato il ruolo delle abilità sociali, dell'autocontrollo e della cooperazione nell'interazione efficace con gli altri e nel successo nell'ottenere e mantenere un lavoro.

4. METODI DI INTEGRAZIONE LAVORATIVA PER I DISABILI

Diversi metodi sono stati utilizzati di volta in volta per integrare le persone con disabilità nel mondo del lavoro. I principali, definiti "forme alternative di occupazione", sono i seguenti:

https://www.freepik.com/vectors/office-character

Occupazione protetta - Laboratori produttivi protetti

L'occupazione protetta può assumere molte forme, ad esempio il lavoro di gruppo in laboratori appositamente progettati per le persone con disabilità, il lavoro in condizioni protette in aziende con il supporto di un supervisore, il lavoro nel reparto di un'azienda appositamente progettato per l'impiego di persone con disabilità, ecc.

Attraverso questo metodo, le persone con disabilità hanno l'opportunità di acquisire competenze e servizi precedenti per lo

svolgimento di lavori specifici che si incontrano anche nel mercato del lavoro aperto. In questo modo, le persone con disabilità sono protette dai rischi, dalla competizione, dal fallimento e dalla frustrazione che potrebbero sperimentare nel mercato del lavoro aperto, che di solito portano a una bassa autostima.

Il termine "lavoro protetto" non ha lo stesso significato in tutti gli Stati membri dell'UE. In alcuni di essi, i dipendenti sono considerati lavoratori e godono esattamente degli stessi diritti degli altri lavoratori, mentre in altri no.

I laboratori produttivi protetti (PPL) hanno una lunga storia negli Stati Uniti. Tra i primi c'è quello della Perkins School for the Blind ("Per-kins - Scuola per ciechi") intorno al 1840 (Marvin Rosen, Albert Bussone, Peter Dakunchak, Jr. John Cram. 1993). In Europa ci sono molti più laboratori protetti nel Nord che nei Paesi mediterranei.

Va notato che i PPL che forniscono servizi di inserimento lavorativo protetto spesso implementano programmi di inserimento lavorativo assistito e per questo motivo i termini "protetto" e "assistito" vengono spesso confusi. Tuttavia, si tratta di due metodi diversi. Nell'inserimento lavorativo protetto gli inserimenti sono principalmente di gruppo, mentre nell'inserimento lavorativo assistito sono individuali. Inoltre, questi modelli possono essere combinati tra loro. Ad esempio, una persona con disabilità che ha lavorato in un laboratorio protetto può a un certo punto essere collocata in un posto di lavoro nel mercato del lavoro aperto.

Inserimento lavorativo assistito

Il metodo del "Supported Employment" è stato sviluppato in Canada negli anni '80 da Mark Gold e Mike Callahan nel tentativo di integrare nella società persone con gravi disabilità (ad esempio, persone con disabilità intellettiva, ecc.) che fino a quel momento venivano formate e vivevano in istituti o lavoravano in laboratori protetti (Arbounioti B. 2003: 3).

L'obiettivo del modello di inserimento lavorativo assistito è la stipula

di un contratto di lavoro formale che comprenda retribuzione e assicurazione. Sulla base del metodo della "guida sistematica", la formazione del candidato inizia con un addestramento al traffico in città, se necessario, e segue tutte le fasi per lo sviluppo del comportamento e della pratica professionale.

Impiego su misura

Il "lavoro su misura" enfatizza la scelta individuale, i bisogni, le aspirazioni, le capacità, le abilità, i talenti e le qualifiche della persona con disabilità (Gottlieb Aaron, Myhill N. William e Blanck Peter. 2010). L'identificazione di tutti questi elementi è la base per iniziare la comunicazione con il datore di lavoro. Quindi le capacità, le abilità e i talenti dell'individuo vengono combinati con le esigenze del datore di lavoro o con i requisiti dell'attività imprenditoriale che la persona disabile desidera perseguire. Nel lavoro personalizzato, i posti di lavoro vengono negoziati per adattarsi il più possibile alle esigenze speciali delle persone con disabilità. Vale la pena notare che in questo modello occupazionale alternativo gli aggiustamenti ragionevoli (sistemazione ergonomica del posto di lavoro, adattamento delle mansioni lavorative, adattamento dell'orario di lavoro, ecc.

L'occupazione personalizzata si basa su principi, servizi e strategie precedenti, in particolare quelli dell'inserimento lavorativo assistito, e porta alla progettazione di posti di lavoro personalizzati. Nel nostro Paese non esiste un quadro istituzionale per l'occupazione personalizzata. Il modello di inserimento lavorativo personalizzato è applicato solo negli Stati Uniti.

5. SOCIAL AND BUSINESS BENEFITS FROM

Benefici sociali

L'integrazione delle persone con disabilità nel mondo del lavoro contribuisce alla riduzione del tasso di disoccupazione complessivo, all'espansione della forza lavoro, all'aumento delle risorse dei sistemi di sicurezza sociale, alla riduzione del tasso di povertà, all'aumento del loro reddito, che di solito si basa su magri assegni di invalidità, aumentando il loro potere di consumo e di conseguenza la produttività.

Per quanto riguarda il potere di consumo delle persone con disabilità, ciò che viene solitamente trascurato è che esse non sono solo consumatrici di beni e servizi speciali (ad esempio tecnologie assistive, servizi medici, ecc.), ma di tutti i beni e servizi forniti.

La comunicazione della Commissione europea sulla "Modernizzazione dei sistemi di protezione sociale" afferma che entro il 2125 la percentuale di anziani sulla popolazione totale passerà dal 21% al 30%. Pertanto, l'invecchiamento della popolazione a livello europeo, e ancor più nel nostro Paese, che ha come conseguenza la riduzione della forza lavoro, con le relative conseguenze economiche sui sistemi di sicurezza sociale, impone ora l'integrazione nel mondo del lavoro di gruppi di popolazione che fino ad oggi ne erano esclusi, come ad esempio il gruppo di persone con disabilità.

Vantaggi per le aziende

Alcuni dei vantaggi che un datore di lavoro o un'azienda possono trarre dall'assunzione di persone con disabilità o malattie croniche sono:

a) Miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale. Il miglioramento della reputazione dell'azienda in quanto socialmente consapevole ispira fiducia nei dipendenti, nei clienti e nei partner e porta

a un aumento della produttività, a un ampliamento della base di clienti e a una migliore collaborazione con i fornitori.

b) Apertura a un vasto pubblico di consumatori. L'assunzione di persone con disabilità o malattie croniche aumenta la probabilità di attrarre clienti con disabilità o malattie croniche e di conseguenza i loro parenti e amici, contribuendo così ad aumentare i profitti dell'azienda. Inoltre, i dipendenti con disabilità o malattie croniche possono aiutare un'azienda a sviluppare strategie di marketing efficaci per attrarre clienti con disabilità o malattie croniche, aiutando l'azienda a comprendere le esigenze di questo pubblico di consumatori e a progettare prodotti e servizi che soddisfino le loro necessità.

c) Migliorare l'innovazione aziendale. Le persone con disabilità o malattie croniche, in quanto portatrici di esperienze diverse, possono contribuire alla diffusione della dimensione dell'innovazione in azienda (ad esempio, sviluppo di nuove politiche e pratiche, produzione di servizi e prodotti di nuova generazione, ecc.)

6. OBSTACLES TO EDUCATION

Una delle principali barriere che le persone con disabilità incontrano nel mondo del lavoro è la mancanza di accesso all'istruzione. L'istruzione, come la formazione, è un fattore importante per trovare un lavoro e ottenere un reddito ragionevole. Tuttavia, ai bambini con disabilità è spesso negato l'accesso all'istruzione formale e alla formazione, che costituiscono un ostacolo alle loro potenziali capacità.

È stato riscontrato che un livello di istruzione più elevato ottenuto dalle persone con disabilità è positivamente associato all'occupazione (Achtenberg T. J. et all (2009). Il livello di istruzione primaria o basso è stato associato a una minore probabilità di occupazione rispetto al livello di istruzione secondaria superiore o terziaria; è stato inoltre riscontrato che le donne avevano meno probabilità di essere occupate rispetto agli uomini. L'istruzione è un fattore importante per il benessere personale e

un modo per limitare i costi sociali ed economici. Il diritto all'istruzione dei bambini disabili è esplicitamente sancito dall'articolo 24 della Convenzione sui diritti delle persone con disabilità, che afferma la necessità per i governi di garantire la parità di accesso a un "sistema educativo inclusivo a tutti i livelli" e di fornire alloggi ragionevoli e servizi di sostegno personale alle persone con disabilità per facilitare la loro istruzione.

Inoltre, nel 2014 è stata condotta un'indagine nel Regno Unito da OPM (focus group e interviste qualitative) e Ipsos MORI (indagine nazionale), in collaborazione con l'agenzia per la disabilità SCOPE, per comprendere le priorità delle persone con disabilità per il cambiamento. In questa ricerca si afferma che, in relazione all'istruzione, sorgono molti ostacoli nelle aule e nel risultato educativo, che incidono sul sentimento di fiducia e autostima.

I giovani hanno evidenziato esperienze negative nell'istruzione, in particolare nelle scuole tradizionali. Molti di loro sono stati vittime di bullismo da parte di coetanei non disabili e hanno riferito di sentirsi infelici e isolati. Gli studenti con disabilità che hanno cambiato scuola, passando dall'istruzione generale a quella speciale, si sono sentiti più inclusi. Sono stati segnalati anche problemi relativi alla mancanza di aiuto e supporto personalizzato. Inoltre, è stato riferito che i partecipanti hanno sperimentato la discriminazione in termini di stigma e di supposizioni inesatte. Gli insegnanti avevano aspettative inferiori nei confronti degli studenti con disabilità, non li incoraggiavano a svilupparsi ulteriormente e a raggiungere i loro obiettivi e ci sono state testimonianze di studenti che hanno riferito che gli insegnanti non permettevano a questi studenti di partecipare a corsi troppo avanzati per loro. In un rapporto dell'Organizzazione Mondiale della Sanità sulla disabilità (2011), tra le barriere all'istruzione e i problemi scolastici vengono citati i seguenti elementi:

- Programma educativo e pedagogia: sono necessari approcci flessibili all'educazione per rispondere alle diverse esigenze di ogni studente,

come metodi di insegnamento, materiali educativi in formato accessibile. Quando questi elementi sono assenti, il rischio di esclusione per i bambini con disabilità è più elevato.

- Formazione e supporto inadeguati per gli insegnanti: le classi sono spesso sovraffollate, gli insegnanti non hanno il tempo necessario per soddisfare le esigenze di ogni singolo bambino, manca una formazione specifica, sono assenti anche gli insegnanti e gli assistenti di classe.

- Ostacoli fisici: Ci sono molte barriere fisiche che impediscono agli studenti con disabilità di accedere agli edifici scolastici. Inoltre, potrebbero esserci problemi di scale, corridoi stretti, posti a sedere inadeguati o servizi igienici inaccessibili nell'ambiente scolastico in generale.

- Etichettatura: l'etichettatura dei bambini ha effetti negativi come la stigmatizzazione, il rifiuto dei coetanei, la riduzione delle aspettative e la limitazione delle potenzialità. Un'azione contro l'etichettatura, come hanno dimostrato le ricerche condotte negli Stati Uniti, può avere risultati positivi per l'inclusione dei bambini.

- Ostacoli comportamentali: comprendono le basse aspettative di rendimento scolastico.

- Violenza, bullismo e abusi: I bambini con disabilità sono maggiormente esposti al rischio di violenza da parte di insegnanti, altri membri del personale e coetanei.

Tutto ciò sottolinea che i bambini devono avere pari accesso all'istruzione e pari qualità dei servizi. Poiché esiste un forte legame tra istruzione e occupazione, competenze e qualifiche inferiori comportano conseguenze a lungo termine per l'occupabilità delle persone con disabilità.

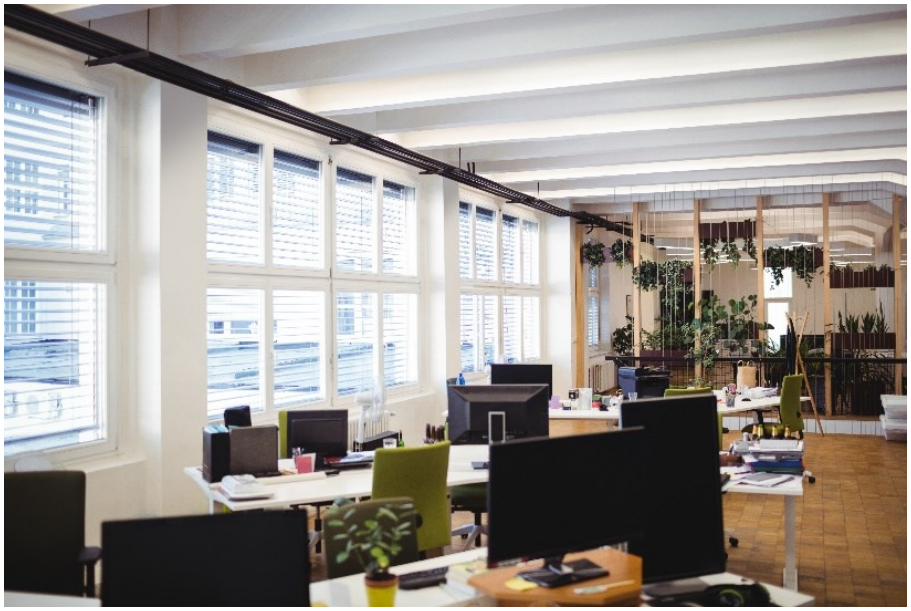
7. OBSTACLES TO THE EMPLOYMENT OF PEOPLE WITH DISABILITIES

Per "ostacolo" si intende tutto ciò che pone una barriera all'autonomia e alla pari partecipazione delle persone con disabilità o malattie croniche al mondo del lavoro. I principali ostacoli che una persona con disabilità incontra nell'ambiente di lavoro sono i seguenti:

a) **Barriere architettoniche**, che riguardano la progettazione degli edifici in cui si trovano i luoghi di lavoro, sia all'interno che intorno ad essi (ad esempio parcheggi, dimensioni degli ascensori, scale al posto delle rampe), la qualità dei materiali utilizzati (ad esempio pavimenti scivolosi) ecc.

https://www.freepik.com/photos/wheelchair

b) **Barriere ergonomiche**, che si riferiscono a oggetti del luogo di lavoro (ad esempio, mobili), posizionati in modo tale da non poter essere avvicinati da persone disabili (ad esempio, persone su sedia a rotelle),

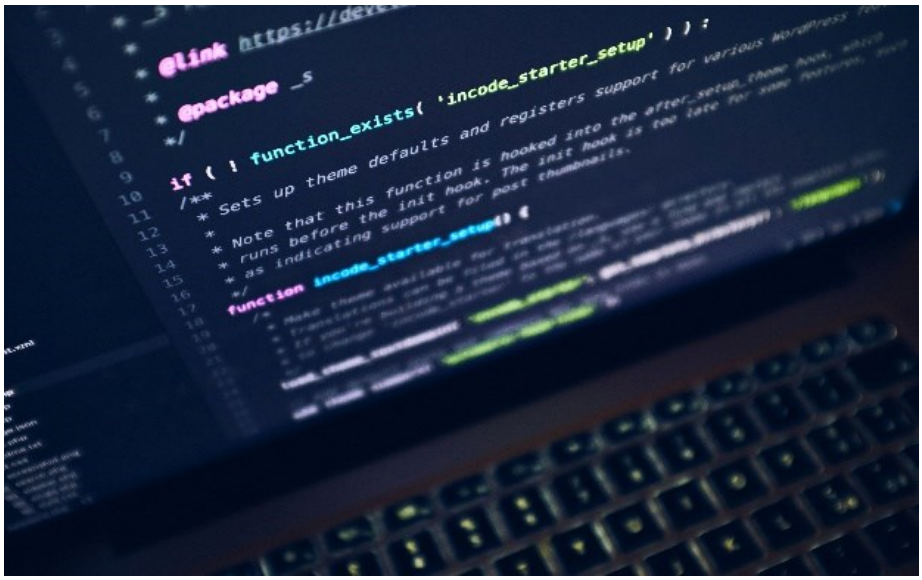


c) **Barriere ideologiche**, che si riferiscono a percezioni e atteggiamenti negativi nei confronti dei dipendenti con disabilità o malattie croniche (ad esempio ... queste persone non sono in grado di soddisfare i requisiti del loro lavoro e di essere altrettanto o più produttivi),

https://unsplash.com/s/photos/chronic-diseases

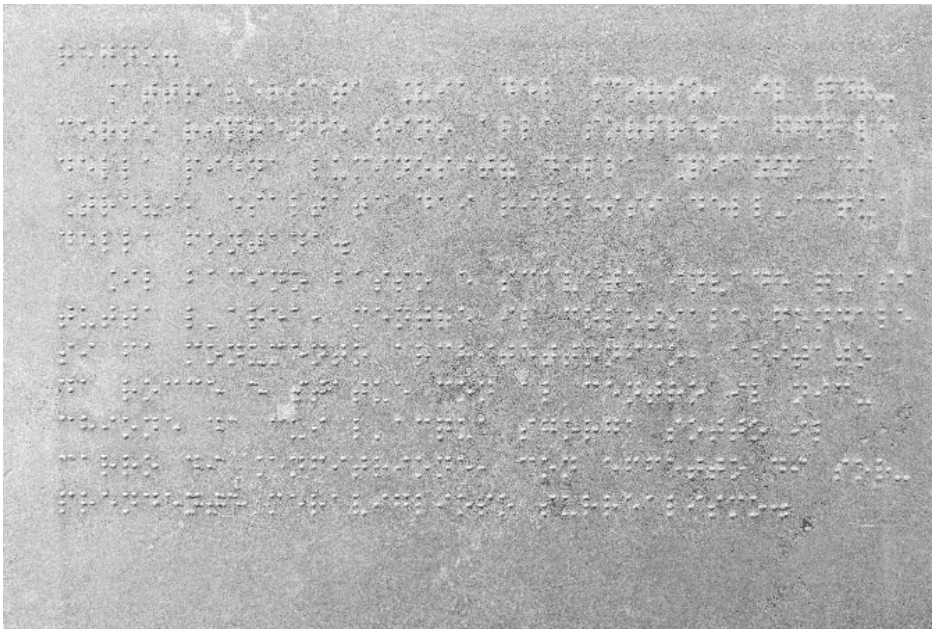
d) **Barriere tecnologiche**, che riguardano l'uso di mezzi e applicazioni tecnologiche che non soddisfano le esigenze delle persone con disabilità (ad esempio, applicazioni elettroniche dell'azienda che non sono accessibili ai dipendenti con disabilità e che quindi non possono

utilizzarle),



https://unsplash.com/s/photos/electronic-applications

e) **Barriere legate all'informazione e alla comunicazione,** che si riferivano alla mancanza di mezzi di informazione accessibili (ad esempio, disponibilità di testi in formati alternativi, come il Braille) e di comunicazione (ad esempio, fornitura di interpreti nella lingua dei segni),



https://unsplash.com/s/photos/braille

f) **Ostacoli amministrativi-burocratici,** che si riferiscono a politiche,

pratiche, procedure e regolamenti dell'azienda che escludono le persone con disabilità (ad esempio, condurre esami scritti per la selezione dei dipendenti senza prevedere esami orali per i candidati non vedenti).

Oltre alle barriere di cui sopra, esistono barriere più specifiche che le persone con disabilità devono affrontare a seconda del loro tipo di disabilità.

https://unsplash.com/s/photos/bureaucracy

Specificare indicativamente:

I) Persone con disabilità motorie: Le persone con disabilità motorie devono affrontare principalmente barriere architettoniche ed ergonomiche. Inoltre, un particolare ostacolo all'autonomia delle persone con disabilità motorie è la mancanza di spazi ampi in cui la persona in sedia a rotelle possa muoversi. L'eliminazione di queste barriere può agevolare altre categorie di lavoratori, come le lavoratrici in gravidanza, i lavoratori che hanno perso parte della loro funzionalità a causa di incidenti, ecc.

II) Persone con disabilità sensoriali: Le persone sorde e ipoudenti incontrano ostacoli nell'informazione, quando questa viene fornita solo attraverso sistemi audio, e nella comunicazione orale, quando non esiste un'interpretazione nel linguaggio dei segni. Le persone non vedenti e ipovedenti incontrano ostacoli legati all'orientamento nello spazio (mancanza di contrasti di colore sulle pareti, mancanza di segnaletica in

rilievo, ecc.)

8. OBSTACLE REMOVAL TOOLS

I) **Accessibilità**. Per "accessibilità" si intende quella caratteristica dell'ambiente (fisico, strutturato o elettronico), del servizio o del bene che garantisce l'approccio e l'utilizzo autonomo, sicuro e confortevole da parte di tutti gli utenti senza discriminazioni di sesso, età, disabilità e altre caratteristiche (fisico, forza, percezione, ecc.). Per "Universal Design" o "Design for All" si intende la progettazione di prodotti, ambienti, programmi e servizi che possano essere utilizzati da tutte le persone, nella misura più ampia possibile, senza bisogno di personalizzazioni o progettazioni specializzate. Il termine "progettazione universale" non preclude l'uso di dispositivi di assistenza per gruppi specifici di persone con disabilità, ove necessario (si veda l'articolo 2 della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità). La differenza tra accessibilità e progettazione universale è che quest'ultima tiene conto dell'accessibilità fin dalla progettazione originale.

II) **Adeguamenti ragionevoli**. Per "adeguamenti ragionevoli" si intendono "gli adeguamenti e gli accordi necessari e appropriati che non impongano un onere sproporzionato o irragionevole, ove richiesto in un caso particolare, al fine di garantire alle persone con disabilità il godimento o l'esercizio, su base di uguaglianza con gli altri, di tutti i diritti umani e delle libertà fondamentali" (articolo 2 della Convenzione ONU). Inoltre, la legislazione stabilisce che il datore di lavoro è obbligato ad adottare tutte le misure appropriate, caso per caso, affinché le persone con disabilità o malattie croniche abbiano accesso al lavoro e alla possibilità di partecipare alla formazione professionale, a condizione che tali misure non impongano un onere sproporzionato al datore di lavoro (vale a dire che il loro costo non sia così elevato da creare un problema finanziario per l'azienda). L'onere non è considerato sproporzionato quando è adeguatamente compensato da misure di protezione adottate nel contesto delle politiche per le persone con disabilità o malattie croniche (ad esempio, una sovvenzione statale alle imprese per apportare

adeguamenti ragionevoli ai lavoratori con disabilità o malattie croniche). La condizione per l'attuazione di un adeguamento ragionevole è che il dipendente lo richieda quando la disabilità/la condizione cronica non è evidente. Se è evidente, il datore di lavoro può chiedere gentilmente al dipendente di quale tipo di adattamento ha bisogno per poter svolgere le sue mansioni. Gli "adeguamenti ragionevoli" non sono sinonimo di "accessibilità", in quanto i primi sono individualizzati, mentre la seconda riguarda tutte le persone con disabilità come gruppo. Gli "adeguamenti ragionevoli" si riferiscono brevemente a: a) l'adattamento delle strutture edilizie dell'azienda (ad esempio, la costruzione di una rampa per consentire a un lavoratore in sedia a rotelle di muoversi comodamente), b) l'adattamento del luogo di lavoro e degli arredi (ad esempio, un ufficio accessibile alle sedie a rotelle), c) la fornitura di tecnologie assistive (ad esempio, attrezzature, software, ausili tecnici), d) la modifica di politiche/procedure/pratiche attuate dall'azienda e che rendono difficile il lavoro del lavoratore con disabilità o malattia cronica (ad esempio, orari di lavoro flessibili, possibilità di lavorare da casa, procedure per la fuga dei lavoratori disabili in caso di emergenza, ecc.), e) la fornitura di "forme di assistenza e intermediazione dal vivo", come interpreti del linguaggio dei segni, lettori e assistenti non vedenti, formatori personali per l'apprendimento della materia di lavoro per le persone con disabilità intellettiva, ecc..

III) **Informazione/sensibilizzazione**. L'informazione/sensibilizzazione del personale sui temi della disabilità/malattia cronica e della parità di trattamento contribuisce in modo significativo alla creazione di un ambiente favorevole ai dipendenti con disabilità. Per la realizzazione di azioni di informazione/sensibilizzazione, l'azienda può collaborare con le organizzazioni di persone con disabilità e malattie croniche.

9. MISURE DI AZIONE POSITIVA

Non c'è dubbio che l'esclusione dei gruppi socialmente vulnerabili dipenda dalle condizioni sociali, dal comportamento dei gruppi, nonché

dalle politiche e dai programmi attuati.

Come già detto, gli svantaggi e l'esclusione di cui soffrono le persone con disabilità non dipendono dalla loro disabilità, ma dalla reazione della società a queste disabilità e dalle leggi, dalle politiche e dai programmi (ILO, 2011).

Sembra esserci una connessione tra le politiche governative, i sistemi di sussidi e il fallimento dell'integrazione sociale dei gruppi vulnerabili (Colin Barnes, 2008: 6). Tuttavia, è importante prestare attenzione ai fattori sociali, come le barriere sociali e istituzionali che influenzano la vita delle persone con disabilità, come affermato nel modello sociale della disabilità (Roulstone, 2004: 18).

Le barriere sociali influenzano direttamente il tasso di occupazione. Le persone con disabilità continuano a registrare tassi di occupazione significativamente più bassi rispetto al resto della popolazione, nonostante l'aumento delle persone con disabilità e la legislazione che vieta la discriminazione dovuta alla disabilità (Chabot, 2013: 1).

Di seguito sono elencate le misure di azione positiva che possono essere adottate per integrare le persone con disabilità nel mondo del lavoro.

Sistemi di quote o tirocini obbligatori

Una misura positiva è il sistema delle quote ("Sistema delle quote"). La maggior parte dei Paesi in Europa e nel mondo dispone di sistemi di quote, ma sono molto diversi tra loro. Le principali differenze riguardano i seguenti aspetti:

I) Nel tipo di enti obbligati

Nella maggior parte dei Paesi europei l'obbligo di collocamento riguarda sia il settore pubblico che quello privato. Fanno eccezione il Belgio e l'Irlanda, Paesi in cui solo il pubblico è tenuto al collocamento. In alcuni Paesi, alcuni servizi, come l'esercito, la polizia, i vigili del fuoco

(Repubblica Ceca), sono esclusi dall'applicazione del collocamento obbligatorio. Possono essere escluse anche le imprese di viaggi e trasporti, le ONG e i sindacati (Italia).

II) Nei gruppi protetti

Nella maggior parte dei Paesi, i collocamenti forzati riguardano solo il gruppo di persone con disabilità, perché l'inclusione di altri gruppi (come nel caso del sistema di quote della Grecia, attraverso il quale, oltre alle persone con disabilità, vengono tutelate le famiglie numerose e i figli dei combattenti della resistenza nazionale) creerebbe problemi nel funzionamento dell'intero sistema, in quanto i diversi gruppi hanno caratteristiche ed esigenze diverse. In alcuni Paesi europei, infatti, al datore di lavoro viene riconosciuto il diritto, invece dell'inserimento obbligatorio di una persona specifica, di poter scegliere tra più candidati con qualifiche simili.

III) La percentuale di tirocini obbligatori

A livello europeo, il tasso di collocamenti obbligatori varia dal 2% al 7%. Tuttavia, le aziende obbligate sono nella maggior parte dei casi quelle con un organico ben al di sotto delle 50 persone previste dal sistema di quote greco, raggiungendo il numero di 15 dipendenti. In Francia, ad esempio, nel 2018 il tasso di assunzione obbligatoria di persone con disabilità nel settore pubblico e privato è stato del 6% per le aziende con più di 20 dipendenti. Inoltre, in Germania, nello stesso anno, i collocamenti obbligatori sono stati pari al 5% nelle aziende con più di 20 dipendenti, mentre in Italia la percentuale di questi collocamenti è stata scalabile, ovvero 7% per le aziende con più di 50 dipendenti, 1 dipendente con disabilità per le aziende con 15-35 dipendenti e 2 dipendenti con disabilità per le aziende con 36-50 dipendenti.

IV) Nel sistema di punteggio

Il grado di protezione (punteggio) all'interno del sistema delle quote (soprattutto in Germania, Francia e Repubblica Ceca) è spesso fornito in

base alle caratteristiche individuali di ciascun candidato, come il suo grado di disabilità e, in alcuni casi, il sesso, l'età, la causa della disabilità o anche se il candidato proviene da una qualche forma di lavoro alternativo (protetto o assistito).

V) Il tipo di sanzioni previste in caso di rifiuto dei collocamenti obbligatori

In diversi Paesi europei, l'incapacità o la mancata volontà dei datori di lavoro di assumere persone protette è sostituita dal pagamento di una multa (tassa). Il denaro raccolto viene utilizzato per finanziare l'assunzione di persone con disabilità o per attuare politiche a loro favore. Si tratta di un adempimento alternativo, che facilita le imprese in casi estremi. Tuttavia, non è previsto alcun pagamento di questo tipo quando il settore pubblico è responsabile, ma tale adempimento non copre l'intera quota obbligatoria e costituisce un'eccezione. Ad esempio, nel 2014 nella Repubblica Ceca, l'importo della multa corrispondeva a 1½ del salario medio e il denaro raccolto è stato utilizzato per sovvenzionare i datori di lavoro che impiegavano persone con disabilità pari o superiori al 50% del numero totale di dipendenti della loro azienda. In Slovacchia, nello stesso anno, il tasso di questa multa era pari a tre volte il salario di base e il denaro raccolto - dall'Ufficio per l'occupazione regionale, gli affari sociali e la famiglia - veniva utilizzato per incrementare l'occupazione delle persone con disabilità. In Ungheria, la multa ammontava al 258% dello stipendio base e il denaro, raccolto in un fondo speciale, è stato utilizzato per sovvenzionare programmi di formazione e creare nuovi posti di lavoro per le persone con disabilità. In Germania, l'importo della multa è stato calcolato in base al livello di conformità al sistema delle quote. Il denaro, anch'esso raccolto in un fondo speciale, è stato utilizzato per finanziare misure volte a incrementare l'occupazione delle persone con disabilità.

Inoltre, in molti Paesi europei l'obbligo dei datori di lavoro di assumere persone con disabilità è parzialmente o totalmente sostituito dall'acquisto di prodotti da aziende, laboratori produttivi protetti (PPL) e imprese sociali. Ad esempio, in Francia, nel 2014, un'azienda poteva sostituire

metà del suo obbligo con l'acquisto di prodotti. Nella Repubblica Ceca, le aziende potevano sostituire completamente il loro obbligo acquistando prodotti o servizi da PPL o da altri laboratori che impiegano persone con disabilità pari o superiori al 50% del loro personale totale. In Germania, il 50% dell'importo stanziato per l'acquisto di prodotti da istituzioni come quelle sopra citate poteva essere dedotto dalla multa che le aziende dovevano pagare per il mancato rispetto del sistema delle quote.

10. INTERVENTI MIRATI

- **Sussidi per l'occupazione delle persone con disabilità**

Lo scopo del programma è quello di creare nuovi posti di lavoro sovvenzionando parte dei costi salariali e non salariali, che corrispondono al totale dei contributi assicurativi, in base ai quali i salari corrispondono all'importo del salario minimo di base, come definito di volta in volta dal Contratto Collettivo Generale Nazionale.

- **Azioni locali di integrazione sociale per i gruppi vulnerabili della popolazione**

L'obiettivo di questo programma è garantire la creazione di posti di lavoro attivando e mobilitando le agenzie locali per i disoccupati appartenenti a gruppi socialmente vulnerabili, che richiedono interventi combinati per potersi integrare o reinserire nel mercato del lavoro. Pertanto, il Programma prevede azioni quali formazione e istruzione, tirocini formativi in aziende private, preparazione di business plan, servizi di valutazione e ricerca specializzati per la creazione di nuove imprese, supporto in questioni legali e fiscali.

L'obiettivo del programma è che i beneficiari disoccupati, una volta completata la loro preparazione attraverso le azioni di cui sopra, siano in grado di lavorare:

  - creare aziende che si avvantaggino delle caratteristiche peculiari della loro area,

  - acquisire le condizioni per essere sovvenzionati/concessi da altri programmi di investimento,

  - sviluppare competenze in grado di soddisfare le esigenze identificate delle aziende locali che li assumeranno.

- **Garantire l'attività imprenditoriale delle persone con disabilità**

Oltre al lavoro dipendente e al lavoro autonomo, un'altra forma di occupazione è il lavoro d'impresa.

11. TECNOLOGIA ASSISTIVA SUL POSTO DI LAVORO

Di seguito è riportata una presentazione indicativa delle tecnologie assistive per categoria di disabilità.

• **Tecnologia assistiva per non vedenti:** Mixer audio, software di lettura dello schermo, stampanti di testo Braille, strumenti di traduzione Braille, registratori di dati Braille, meccanismo di riconoscimento ottico dei caratteri, rilevatore vocale.

• **Tecnologia assistiva per gli ipovedenti:** schermo a bassa luminosità, monitor di grandi dimensioni ad alta definizione, schermi di computer con caratteri molto grandi, materiale standard con caratteri molto grandi, stampe di grandi dimensioni, scelta di colori e contrasti di colore, ausili per la digitazione.

• **Tecnologie assistive per persone con disabilità motorie:** controllo di base del livello di ripetizione, tastiere alternative, dispositivi che non richiedono tastiere aggiuntive, software di predizione delle parole, riconoscimento audio, dispositivi robotici, mouse alternativi per computer, dispositivi di sicurezza di base, cuffie audio, spalla di base (per cuffie, microfoni, ecc.), cuffie con poggiatesta.

• **Tecnologia ausiliaria per non udenti e ipoudenti:** ausili visivi computerizzati, apparecchi acustici e amplificatori, telefoni con decodificatori vocali, telefoni che traducono la lingua scritta in lingua parlata, sistemi di segnalazione, video con titoli e sottotitoli o interpretazione della lingua dei segni.

12. UNIONE PER L'UGUAGLIANZA: STRATEGIA PER I DIRITTI DELLE PERSONE CON DISABILITÀ 2021-2030

Sul sito ufficiale dell'Unione Europea è stata annunciata la Strategia per i diritti delle persone con disabilità 2021-2030, secondo la quale:

"Per realizzare ulteriori progressi nel garantire la piena partecipazione delle persone con disabilità, la nuova e rafforzata **Strategia per i diritti delle persone con disabilità 2021-2030** guiderà l'azione degli Stati membri e delle istituzioni dell'UE, basandosi sui risultati ottenuti nei dieci anni precedenti e offrendo soluzioni alle sfide future. La nuova strategia contribuirà a realizzare le priorità della Presidente von der Leyen, ovvero la costruzione di un'Unione di uguaglianza e di consegna del Pilastro europeo dei diritti sociali.

- **Qual è l'obiettivo della strategia?**

La Strategia per i diritti delle persone con disabilità 2021-2030 intende affrontare le diverse sfide che le persone con disabilità devono affrontare. Essa mira a compiere progressi in tutte le aree della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, sia a livello dell'UE che degli Stati membri.

L'obiettivo è garantire che le persone con disabilità in Europa, indipendentemente dal sesso, dalla razza o dall'origine etnica, dalla religione o dalle convinzioni personali, dall'età o dall'orientamento sessuale:

- godere dei propri diritti umani,
- avere pari opportunità,
- hanno pari accesso alla partecipazione alla società e all'economia,
- possono decidere dove, come e con chi vivere,

- possono circolare liberamente nell'UE indipendentemente dalle loro esigenze di sostegno,

- non subiscono più discriminazioni".

La strategia può essere scaricata dal sito dell'Unione per l'uguaglianza: Strategia per i diritti delle persone con disabilità 2021-2030.

13. CONCLUSIONI

Negli ultimi anni sono state intraprese molte azioni per garantire la tutela dei diritti delle persone con disabilità e per aumentare le loro opportunità di lavoro.

Tuttavia, resta ancora molto da fare e ogni Paese deve adattare le proprie azioni in base alle proprie esigenze e priorità specifiche.

Secondo i partecipanti all'indagine OPM & Ipsos (2014), sono necessari dei cambiamenti affinché i datori di lavoro siano informati e istruiti sulle azioni di supporto che consentono alle persone con disabilità di rimanere ed essere efficaci sul lavoro.

Inoltre, secondo la ricerca, le persone con disabilità ritengono che siano necessari progressi in relazione all'accessibilità dei processi di formazione e di richiesta di lavoro, compresi gli adeguamenti ragionevoli. Inoltre, si afferma la necessità di un maggiore supporto nelle domande di lavoro e nella ricerca di un impiego. Pertanto, lo Stato deve svolgere un ruolo più importante nell'attuazione delle politiche occupazionali.

L'adozione del modello sociale della disabilità deve portare a cambiamenti significativi nella prospettiva dell'occupazione e della disabilità a livello politico. Secondo il professor Colin Barnes (2008), se i governi sono determinati ad affrontare i problemi occupazionali delle persone con disabilità, devono creare politiche che adottino un approccio più olistico, da rafforzare e attuare con determinazione. Secondo Barnes, la rimozione degli ostacoli all'occupazione è possibile solo attraverso lo sviluppo e l'adozione di politiche con una chiara attenzione alla domanda di lavoro (l'organizzazione sociale del lavoro) e alle strutture economiche e sociali che la supportano. Queste includono i sistemi di istruzione, i servizi di assistenza sanitaria e sociale, i sistemi di trasporto e i servizi abitativi e ricreativi. Tutti questi elementi sono adattati alle esigenze delle persone non disabili, intensificando le difficoltà che le persone disabili devono affrontare nel mercato del lavoro.

Inoltre, Roulstone (2004) sostiene che i servizi devono garantire gli utenti e le loro organizzazioni in ogni processo di valutazione e definizione degli obiettivi. Inoltre, poiché il modello sociale fornisce un nuovo modo di guardare alla disabilità, ci sono modi importanti che si applicano alle questioni dell'occupazione e della disabilità:

- Una nuova considerazione della disabilità nella ricerca, nella politica degli stipendi e nella definizione delle politiche
- Implementazione del modello sociale e della vita indipendente nel campo dell'occupazione
- Miglioramento delle opportunità di lavoro

Inoltre, il "Rapporto mondiale dell'OMS sulla disabilità" dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (2011) ritiene che gli ostacoli incontrati dalle persone con disabilità siano numerosi ma che, con il coinvolgimento di diversi settori (istruzione, sanità, protezione sociale, lavoro, trasporti, alloggio) e di diverse parti interessate (governi, professionisti, settore privato, organizzazioni della società civile, persone con disabilità e loro famiglie, pubblico in generale, mass media), questi possano essere rimossi.

Le raccomandazioni dell'OMS comprendono:

1. **Accesso a tutti i sistemi e servizi convenzionali (mainstreaming)**

Il concetto di mainstreaming si riferisce al processo di rimozione delle barriere affrontate dalle persone con disabilità a tutti i livelli. Tra questi vi sono i cambiamenti nelle politiche, negli ambienti, nella legislazione, negli standard, nelle strategie e nei piani. Il concetto di mainstreaming non solo garantisce il rispetto dei diritti umani delle persone con disabilità, ma può anche rivelarsi vantaggioso in termini di riduzione dei costi.

2. **Investimenti in programmi e servizi specifici per i disabili**

Oltre al mainstreaming, sono necessari servizi speciali come la riabilitazione, la formazione o i servizi di supporto, le applicazioni tecnologiche, i servizi di vita indipendente e autonoma.

3. **Adozione di una strategia nazionale per la disabilità e di un piano d'azione**

Ogni strategia nazionale dovrebbe avere come obiettivo il miglioramento degli standard di vita delle persone con disabilità. Le strategie e i piani d'azione dovrebbero andare di pari passo con l'analisi della situazione esistente in ogni Paese, tenendo conto di fattori quali le esigenze di servizio, la situazione sociale e politica, l'efficacia dei servizi esistenti e le lacune emergenti, nonché le barriere ambientali e sociali.

4. **Coinvolgimento di persone con disabilità**

Le persone con disabilità devono essere messe in grado di partecipare al processo decisionale in quanto conoscono le loro condizioni di vita e le loro esigenze meglio di chiunque altro. Le persone con disabilità devono avere il controllo e le scelte nella loro vita e per coloro che sono coinvolti è necessario essere consultati sulle decisioni che li riguardano.

5. **Migliorare la capacità delle risorse umane**

Le competenze in materia di risorse umane possono rivelarsi preziose in qualsiasi settore. Il personale dovrebbe essere formato sui principi dei diritti umani e sulle questioni relative alla disabilità.

6. **Fornitura di finanziamenti adeguati**

È necessario un finanziamento adeguato e sostenibile dei servizi pubblici per garantire la fornitura di servizi di buona qualità a tutti i beneficiari.

I servizi pubblici e i piani d'azione per la disabilità devono considerare la sostenibilità delle misure. Inoltre, tutti i servizi in ogni settore (privato, pubblico, no-profit) possono partecipare per garantire la fornitura di servizi di migliore qualità. Infine, poiché le persone con disabilità sostengono un costo aggiuntivo della vita a causa della loro disabilità, sono necessarie maggiori prestazioni sanitarie e coperture assicurative.

7. Aumentare l'informazione e la conoscenza della popolazione generale

Aumentare la consapevolezza e la conoscenza della popolazione generale è fondamentale per combattere lo stigma e gli stereotipi associati alla disabilità. Per raggiungere l'inclusione sociale, è importante aumentare il rispetto e la conoscenza reciproca nei confronti delle persone con disabilità.

8. Migliorare la raccolta dei dati per le persone con disabilità

È fondamentale disporre di dati dettagliati e accurati sulle persone con disabilità e sulle loro condizioni di vita. Questi dati possono essere particolarmente utili per la pianificazione, il monitoraggio, l'attuazione e il confronto delle politiche sulla disabilità a livello nazionale e internazionale. Indagini specializzate possono fornire informazioni sulla necessità di nuovi servizi, sul livello di vita, ecc.

9. Valorizzazione e sostegno della ricerca sulla disabilità

La ricerca è uno strumento importante per comprendere le problematiche legate alla disabilità. Pertanto, l'attuazione di progetti di ricerca è legata a vari aspetti della disabilità e ai loro effetti sulla vita quotidiana.

In conclusione, sebbene esistano ostacoli significativi e particolarità nell'attuazione delle politiche occupazionali, una cosa deve essere data per scontata: le persone con disabilità sono creative, possono contribuire alla società, acquisire un ruolo attivo e un'identità professionale.

Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis Atomon Me Idikes Angkes

Associazione per l'educazione e lo sviluppo delle persone disabili (Grecia): La nostra associazione vuole dare la possibilità ai suoi membri di essere coinvolti anche in molti settori. L'istituzione organizza corsi in collaborazione con altre istituzioni, come corsi di informatica, contabilità, lingua, ecc. Dall'altro lato, l'obiettivo della nostra associazione, attraverso le nostre attività, è quello di dare la possibilità al nostro personale educativo (sociologi, professori, ecc.) di acquisire esperienza e conoscenza per una corretta pratica pedagogica riguardante le persone con bisogni speciali e la formazione professionale. Tutti gli studenti sono persone con bisogni speciali. Inoltre, attraverso le nostre attività miriamo a fornire ai disabili competenze tali da garantire l'occupazione. Purtroppo il livello di disoccupazione dei disabili a Kavala è molto alto, non solo per la mancanza di competenze da parte dei disabili, ma anche perché i dipendenti non sono abituati a dare la possibilità ai disabili di lavorare. Credono che non riusciranno a soddisfare le loro aspettative. La collaborazione con diverse organizzazioni arricchirà le loro conoscenze ed esperienze, poiché avranno la possibilità di incontrare nuove persone con idee e culture diverse.

L'Associazione è stata fondata da membri, principalmente disabili e famiglie, per offrire lavoro, istruzione e riabilitazione professionale alle persone disabili. La creazione dell'associazione è stata un mezzo per migliorare la vita quotidiana dei disabili e per dare un carattere collettivo alle richieste dei membri.

L'associazione sostiene i disabili offrendo:

- Consulenza e supporto psicologico ai tirocinanti e alle loro famiglie
- Programmi di socializzazione e di educazione alla circolazione
- Programmi pedagogici

- Corsi di informatica e contabilità
- Programmi di economia domestica
- Programmi di ginnastica e atletica
- Intrattenimento e occupazione creativa

L'associazione è nata per colmare un vuoto nella città di Kavala. Abbiamo voce e presenza, speranza e prospettiva. Per questo motivo, l'accettazione di questo sforzo da parte della comunità locale è positiva e incoraggiante!

I membri e lo staff della nostra associazione sono educatori professionisti o esperti in settori rilevanti per l'educazione degli adulti. Tutti loro sono coinvolti nella realizzazione di progetti educativi o di ricerca e hanno una grande esperienza in questo settore.

La nostra associazione ha realizzato progetti finanziati dall'Unione Europea e il nostro staff è molto esperto e ha una conoscenza completa delle regole, della gestione economica ecc. per la realizzazione di un progetto.

Tutto il nostro staff è formato da persone molto qualificate, che parlano correntemente l'inglese, hanno buone competenze in materia di TIC e sono molto abili nell'uso di strumenti di educazione non formale.

Dietro al nostro staff ci sono molti collaboratori provenienti da vari settori, selezionati in base alle esigenze legate all'attuazione di un determinato progetto e allo sviluppo di diverse attività.

Incorporando questo team, la nostra associazione ha dimostrato un grande interesse per l'attuazione del progetto e per garantirne il successo.

La nostra inclusione nel progetto sarà importante perché riuscirà a portare la professionalità necessaria. Attraverso la nostra inclusione cerchiamo di migliorare la qualità del progetto e di ottenere i massimi

risultati dal progetto.

SOURCES

- Achterberg T. J. Wind H., A. G. E. M. de Boer& M. H. W. Frings-Dresen (2009). Factors that Promote or Hinder Young Disabled People in Work Participation: A Systematic Review. Journal of Occupational Rehabilitation. 19: 129–141

- Areheart, B.A.; Stein, M.A. (2015) The Disability-Employability Divide: Bottlenecks to Equal Opportunity. Mich. Law Rev. 113: 877–896

- Ardore, V. (2013) Lavoro Temporaneotra Percezioni di Precarietà e Flessibilità in Tempo di Crisi. Master's Thesis, University of Milano-Bicocca, Milan, Italy

- Barnes, C. (2008). Disability, the organization of work, and the need for change. (Statement was presented to the Organisation for Economic Cooperation and Development Conference 'Transforming Disability Into Ability', March 17th 2008). Available at http://disabilitystudies.leeds.ac.uk/library/

- Bassi, M.; DelleFave, (2007) A. L'esperienzadelladisabilità: Selezionepsicologica e promozionedelbenessere. PsicologiaDellaSalute 1: 33–48

- Chabot, L. (2013). Institutional barriers to employment for individuals with disabilities. Schmidt Labor Research Center Seminar Series 3. Available at: http://web.uri.edu/lrc/files/Chabot_Employment_Barriers.pdf

- European Union. Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030, Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030

- Gender Equality and Diversity Branch (GED), Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB) &Menze, J. (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Geneva: International Labour Organization

- Greek National Confederation of Persons with Disabilities (2005) reference text entitled "Accessibility. The keytoeliminatingdiscrimination ", Athens

- International Labour Organization (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Gender, Equality and Diversity Branch (GED) / Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB). Available at http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/ifp_skills/documents/ publication/wcms_407646.pdf

- Kulkarni, M.; Gopakumar, K.V. (2014) Career management strategies of people with disabilities. Hum. Resour. Manag. 53: 445–466

- Lindsay, S.; Adams, T.; McDougall, C.; Sanford, R. Skill (2012) development in an employment-training program for adolescents with disabilities. Disabil. Rehabil. 34: 228–237

- OPM & Ipsos MORI (2014). Removing barriers, raising disabled people's living standards

- Roulstone, A. (2004). Disability, Employment and the Social Model. In Barnes, C. & Mercer, G. (eds.). 2004: Disability Policy and Practice: Applying the Social Model. Leeds: The Disability Press, pp. 18-34

- Smith, P.; Routel, C. (2010) Transition failure: The cultural bias of self-determination and the journey to adulthood for people with disabilities. Disabil. Stud. Q. 30: 175–182

- Telwatte, A.; Anglim, J.; Wynton, S.K.; Moulding, R. (2017) Workplace Accommodations for Employees with Disabilities: A Multilevel Model of Employer Decision-Making. Rehab. Psychol. 62: 7–19

- Vlachou, A.; Papananou, I. (2018) Experiences and Perspectives of Greek Higher Education Students with Disabilities. Educ. Res. 60: 206–221

- United Nations. Convension on the Rights of Person with Disabilities.Convention on the Rights of Persons with Disabilities (CRPD) | United Nations Enable

- World Health Organization (2011). Summary: World Report on Disability. Geneva: W.H.O.

ISTO

6. Comunicazione etica di obiettivi sostenibili nel settore turistico

Acelera Labs

INTRODUZIONE

Il turismo è uno dei settori economici in più rapida crescita negli ultimi decenni ed è considerato il principale partecipante alla creazione di posti di lavoro, allo sviluppo economico, alla protezione dell'ambiente e alla lotta contro la povertà. Certamente, un turismo ben pianificato e di successo può contribuire a preservare il patrimonio naturale e culturale da cui dipende, sostenere le comunità ospitanti, generare opportunità commerciali e incoraggiare la pace e la comprensione interculturale.

Tuttavia, il numero crescente di persone che ogni anno viaggiano a livello internazionale e nazionale produce anche pressioni in termini di emissioni di gas serra, perdite economiche, gestione delle risorse e impatto sulle comunità locali e sul patrimonio culturale. Pertanto, il contributo positivo del turismo allo sviluppo sostenibile e la mitigazione degli effetti negativi del settore richiedono un'azione decisa da parte di tutte le parti interessate.

Infatti, il turismo può e deve svolgere un ruolo significativo, fornendo soluzioni sostenibili per le persone e il pianeta. Affermando questo compito di generare prosperità, migliorare i mezzi di sussistenza e preservare l'ambiente, il settore è ora considerato fondamentale per lo sviluppo sostenibile dei Paesi.

2. IL TURISMO: UN FATTORE DI CRESCITA E SVILUPPO

L'economia turistica globale è cresciuta costantemente negli ultimi sessant'anni, assumendo un ruolo chiave nella creazione di posti di lavoro, contribuendo alle esportazioni di servizi e al valore aggiunto. In media per i Paesi OCSE, il turismo contribuisce direttamente al 4,4% del PIL, al 6,9% dell'occupazione e al 21,5% delle esportazioni legate ai servizi.

Questa crescita nella seconda metà del XX secolo e nel XXI secolo è dovuta al fatto che l'accesso al turismo si è progressivamente ampliato grazie al riconoscimento del diritto alle vacanze nella Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo, all'adozione dei diritti del lavoro in molti Paesi e alla crescita della classe media a livello mondiale.

Inoltre, negli ultimi decenni l'applicazione di nuove tecnologie al settore e la diminuzione del prezzo dei trasporti, soprattutto aerei, hanno favorito l'aumento dei viaggi internazionali.

2.1 Turismo internazionale prima e dopo la pandemia

Nel periodo pre-pandemia, grazie a un'economia globale relativamente forte, a una classe media in crescita nelle economie emergenti, alle innovazioni tecnologiche, ai costi di viaggio accessibili e alla facilitazione dei visti, il turismo internazionale ha registrato una crescita del 5% nel 2018, raggiungendo il traguardo di 1,4 miliardi di turisti.

Allo stesso tempo, i ricavi da esportazione generati dal turismo nel 2018 sono cresciuti fino a 1.700 miliardi di dollari, rendendo il settore una forza davvero globale per la crescita economica e lo sviluppo, favorendo la creazione di nuovi e migliori luoghi in cui viaggiare. lavorare e fungere da catalizzatore per l'innovazione, svolgendo un ruolo vitale nel migliorare la vita di intere comunità.

Tuttavia, la COVID-19 ha causato crisi economiche in tutto il mondo e il settore turistico è stato gravemente danneggiato. L'industria dell'ospitalità e del turismo ha risentito dei divieti totali di viaggio, delle rigide restrizioni, delle chiusure e delle nuove norme sanitarie e di sicurezza volte a prevenire la diffusione del nuovo coronavirus e a gestire la crisi pandemica. Gli studi indicano anche l'impatto della percezione del rischio sul comportamento di viaggio e sulle decisioni turistiche durante e

dopo la pandemia COVID-19.

Visual: UNWTO, International tourist arrivals, https://www.unwto.org/

La ripresa del turismo è prevista solo nel 2023. Il turismo internazionale è diminuito del 74%, i viaggi aerei del 60% e, di conseguenza, anche la CO2 è diminuita del 6% nel 2020. Inoltre, le imprese di alloggio e le agenzie di viaggio hanno registrato un calo del fatturato del 9,3% e l'occupazione nel settore dell'alloggio è diminuita del 21,5%. Mentre il turismo internazionale è calato di circa l'80%, il turismo interno ha contribuito a mitigare il problema.

I primi dati del 2022 del Barometro mondiale del turismo dell'UNWTO indicano che l'aumento dei tassi di vaccinazione, combinato con

l'allentamento delle restrizioni ai viaggi, ha contribuito alla moderata ripresa del turismo internazionale nella seconda metà del 2021, con una diminuzione del 62% degli arrivi internazionali sia nel terzo che nel quarto trimestre rispetto ai livelli pre-pandemia.

Tuttavia, il ritmo della ripresa rimane lento e disomogeneo tra le regioni del mondo, a causa dei diversi gradi di restrizione della mobilità, dei tassi di vaccinazione e della fiducia dei viaggiatori. L'Europa e le Americhe hanno ottenuto risultati migliori nel 2021 rispetto al 2020 (rispettivamente + 19% e + 17%), ma entrambe sono ancora al di sotto dei livelli pre-pandemia del 63%.

Per sottoregione, i Caraibi hanno registrato la migliore performance (+ 63% rispetto al 2020, anche se inferiore del 37% rispetto al 2019), con alcune destinazioni che si avvicinano o superano i livelli pre-pandemia. Anche l'Europa mediterranea meridionale (+ 57%) e l'America centrale (+ 54%) hanno registrato una ripresa significativa, ma rimangono rispettivamente al 54% e al 56% rispetto ai livelli del 2019. Anche il Nord America (+17%) e l'Europa centrale e orientale (+ 18%) hanno superato i livelli del 2020.

Nel frattempo, l'Africa ha registrato un aumento del 12% degli arrivi nel 2021 rispetto al 2020, sebbene sia ancora inferiore del 74% rispetto al 2019. In Medio Oriente, gli arrivi sono diminuiti del 24% rispetto al 2020 e del 79% rispetto al 2019. In Asia e nel Pacifico, gli arrivi sono stati ancora inferiori del 65% rispetto ai livelli del 2020 e del 94% rispetto ai valori pre-pandemia, poiché molte destinazioni sono rimaste chiuse ai viaggi non essenziali.

3. TURISMO SOSTENIBILE

Spesso il turismo sostenibile viene percepito come una tipologia a sé stante, che interessa solo una nicchia di consumatori, in particolare quelli sensibili agli impatti ambientali e sociali e che, se paragonato al turismo di

massa, è considerato di minor successo.

Tuttavia, è importante chiarire che il termine "turismo sostenibile" indica un turismo basato sui principi dello sviluppo sostenibile, ovvero "un processo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità per le generazioni future di soddisfare i propri", come definito dalla Commissione mondiale per l'ambiente e lo sviluppo (1987). L'obiettivo fondamentale, quindi, è quello di rendere sostenibili tutti i tipi di turismo.

Lo sviluppo sostenibile si basa su un uso consapevole delle risorse del pianeta. Dalla prima definizione del 1987, il concetto di sviluppo sostenibile si è evoluto, includendo quelli che sono riconosciuti come i suoi tre pilastri:

Sostenibilità economica, ovvero la possibilità di generare prosperità a diversi livelli della società e di affrontare l'efficacia dei costi di tutte le attività economiche.

Sostenibilità sociale, ovvero il rispetto dei diritti umani e delle pari opportunità per tutti i membri della società. Richiede quindi un'equa distribuzione dei benefici, con particolare attenzione alla lotta contro la povertà. L'accento è posto sulle comunità locali, con l'obiettivo di mantenere e rafforzare i loro sistemi di supporto vitale, riconoscendo e rispettando le diverse culture ed evitando qualsiasi forma di sfruttamento.

Sostenibilità ambientale, ovvero la conservazione e la gestione delle risorse, soprattutto quelle non rinnovabili o essenziali per la vita. Richiede quindi azioni volte a ridurre l'inquinamento dell'aria, della terra e dell'acqua e a preservare la diversità biologica e il patrimonio naturale.

La crescita economica sostenibile può essere raggiunta attraverso il turismo proteggendo l'ambiente, mantenendo le risorse naturali, creando posti di lavoro, valorizzando la diversità culturale e riconoscendo i valori del patrimonio culturale. Il concetto di sostenibilità del turismo sta

gradualmente crescendo a livello globale e sta diventando un aspetto dominante nelle imprese moderne, poiché le aziende devono soddisfare le richieste degli stakeholder in materia di gestione ambientale.

Questa relazione stretta e diretta tra sviluppo sostenibile e turismo crea una situazione delicata, in cui quest'ultimo può essere molto dannoso ma anche molto positivo per lo sviluppo sostenibile.

Infatti, il turismo sostenibile può:

- fornire una crescente fonte di opportunità per lo sviluppo delle imprese e la creazione di posti di lavoro, nonché stimolare gli investimenti e il sostegno ai servizi locali, anche nelle comunità più remote;

- Apportare un valore economico tangibile alle risorse naturali e culturali, che può tradursi in un reddito diretto derivante dalla spesa dei visitatori per la loro conservazione e in un aumento del sostegno alla conservazione da parte delle comunità locali;

- promuovere la comprensione interculturale e la pace.

Oltre agli effetti positivi sull'economia e sulla società, il turismo presenta anche dei rischi per lo sviluppo sostenibile: i posti di lavoro creati dal turismo sono spesso stagionali e sottopagati, oltre che sensibili ai cambiamenti reali o percepiti delle condizioni ambientali e sociali delle destinazioni; gli effetti sulla comunità ospitante non sono sempre positivi; infine, la domanda turistica dipende fortemente da un ambiente naturale sano e la sua impronta ambientale è spesso preoccupante. Infatti, il turismo può esercitare una pressione diretta su ecosistemi fragili (causando il degrado dell'ambiente fisico e la distruzione della fauna selvatica) e sulle comunità ospitanti (portando alla dislocazione delle società tradizionali). Inoltre, può creare una vera e propria competizione sull'uso delle risorse di una destinazione, in particolare terra e acqua, oltre a contribuire in modo significativo all'inquinamento locale e globale.

Pertanto, il turismo sostenibile dovrebbe fare un uso ottimale delle risorse ambientali che sono un elemento chiave dello sviluppo turistico, mantenendo i processi ecologici essenziali e contribuendo alla conservazione delle risorse naturali e della biodiversità. È inoltre importante rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, preservare il loro patrimonio culturale costruito e vivente e i valori tradizionali e contribuire alla comprensione e alla tolleranza interculturale. Infine, il turismo sostenibile deve garantire operazioni economiche redditizie e a lungo termine, fornendo benefici socio-economici a tutte le parti interessate che siano equamente distribuiti, comprese opportunità di lavoro e di reddito stabili e servizi sociali per le comunità ospitanti, che possono contribuire alla riduzione della povertà.

Per questo motivo, lo sviluppo del turismo sostenibile richiede una partecipazione informata da parte di tutte le parti interessate, nonché una forte leadership politica per garantire un'ampia partecipazione e costruire il consenso. Il raggiungimento del turismo sostenibile è un processo continuo e richiede un monitoraggio costante degli impatti, introducendo le necessarie misure preventive e/o correttive quando necessario.

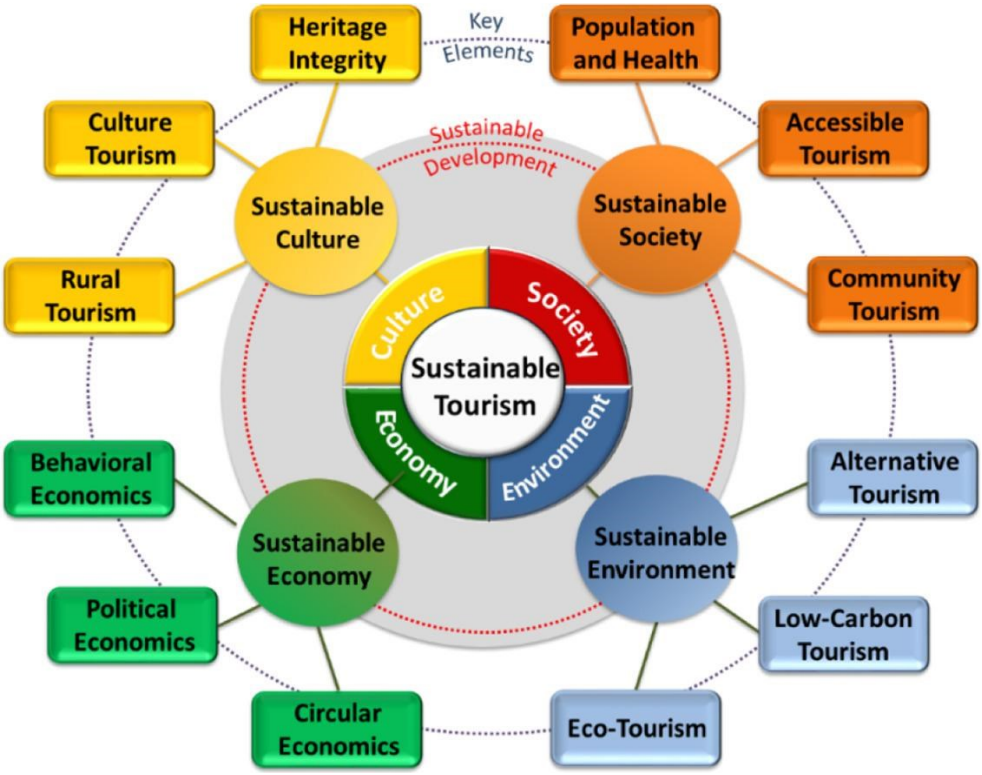
3.1 Le diverse forme di turismo sostenibile

In poche parole, il turismo sostenibile può essere definito come:

Un turismo che tenga pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, all'impatto economico, sociale e ambientale, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti.

Rendere il turismo più sostenibile significa quindi tenere conto di questi impatti ed esigenze nella sua pianificazione, sviluppo e gestione. Si tratta di un processo di miglioramento continuo, che si applica anche al turismo nelle città, nelle località di villeggiatura, nelle zone rurali e costiere, nelle montagne e nelle comunità protette, e che può essere applicato a tutte le forme di turismo.

Nel corso del tempo, il fenomeno si è arricchito di molte varianti, prima fra tutte l'ecoturismo, che si concentra sulla protezione delle aree naturali e rurali e ha tra i suoi obiettivi il miglioramento degli standard di vita dei residenti locali e l'educazione alla dimensione ecologica.



Troviamo poi il geoturismo, definito dalla National Geographic Society come una forma di turismo che "sostiene o accentua il carattere geografico del luogo visitato - il suo ambiente, il suo patrimonio, la sua estetica, la sua cultura e il benessere dei suoi abitanti", che ne rafforza la storia, le radici culturali, le tradizioni.

D'altra parte, il turismo pro-poveri, promosso dall'Iniziativa Turismo Sostenibile-Eliminazione della Povertà dell'UNWTO, mira a ridurre la povertà sostenendo alcuni progetti di turismo sostenibile a livello sociale, economico ed ecologico, che includono attività il cui scopo è alleviare la povertà, promuovere lo sviluppo e creare posti di lavoro per le persone che vivono con meno di un dollaro al giorno.

Il turismo comunitario, altra declinazione del settore, coniuga gli obiettivi di uno sviluppo equilibrato con una profonda sensibilità alle tematiche ecologiche: il concetto di sviluppo sostenibile viene infatti applicato per migliorare la qualità della vita dei residenti, preservando il paesaggio naturale, fornendo un'esperienza di alta qualità ai turisti e ottimizzando i benefici economici locali.

Infine, il turismo culturale è fondamentalmente incentrato sulla conoscenza e sulla tutela del patrimonio naturale (vegetazione, fauna selvatica, idrologia, ecc.) e culturale (riti, artigianato, musica, beni storici, immobili e mobili).

Un requisito comune alle varie forme di turismo sostenibile è quindi la capacità di soddisfare le esigenze dei turisti e delle destinazioni, offrendo opportunità di sviluppo futuro a livello ambientale, sociale, economico e culturale.

3.2 La via del turismo sostenibile

A partire dagli anni '80, si sono svolte diverse iniziative internazionali che si sono poste l'obiettivo di promuovere un turismo più sostenibile.

La Carta europea per il turismo sostenibile è il primo documento ufficiale in questo senso. Firmata in occasione della Conferenza mondiale sul turismo del 1995, contiene una richiesta formale ai governi, ai quali viene chiesto di elaborare piani di sviluppo del turismo sostenibile. Inoltre, la Carta contiene un piano d'azione costituito da una serie di linee concrete volte a promuovere una strategia integrata di sviluppo sostenibile.

Garantire che il turismo riduca i suoi impatti negativi e aumenti quelli positivi sulla dimensione ambientale e socio-economica della sostenibilità è anche l'obiettivo del turismo sostenibile promosso dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), un'agenzia specializzata delle Nazioni Unite che si occupa del coordinamento delle politiche turistiche e promuove lo sviluppo di un turismo responsabile, sostenibile e universalmente accessibile. L'UNWTO si adopera per massimizzare il contributo del turismo, tra l'altro, allo sviluppo e alla comprensione internazionale, riducendo al minimo i suoi impatti negativi, con particolare attenzione al potenziale di crescita dei Paesi in via di sviluppo. In particolare, il Codice etico globale per il turismo (GCET), redatto dall'organizzazione nel 1999, rappresenta un primo passo comune alla comunità mondiale per la promozione di un turismo mondiale sostenibile.

3.1.1.Il Codice etico globale per il turismo (GCET)

Il GCET è un codice che stabilisce un quadro di riferimento per lo sviluppo responsabile e sostenibile del turismo mondiale. Si tratta di un insieme completo di principi il cui scopo è quello di guidare le parti interessate allo sviluppo del turismo: i governi centrali e locali, le

comunità locali, l'industria turistica e i suoi professionisti, nonché i visitatori, sia internazionali che nazionali.

Adottato nel 1999 dall'Assemblea Generale dell'Organizzazione Mondiale del Turismo, il suo riconoscimento da parte delle Nazioni Unite due anni dopo ha espressamente incoraggiato l'UNWTO a promuovere l'effettiva applicazione delle sue disposizioni. Il Codice contiene molti dei principi dello sviluppo turistico sostenibile e mira a massimizzare i benefici del settore riducendo al contempo l'impatto potenzialmente negativo sull'ambiente, sul patrimonio culturale e sulle società di tutto il mondo. I dieci articoli del Codice coprono ampiamente le componenti economiche, sociali, culturali e ambientali dei viaggi e del turismo.

Inoltre, pone particolare enfasi sul ruolo speciale del turismo nel contribuire alla comprensione e al rispetto reciproco tra i popoli e come veicolo di realizzazione individuale e collettiva. Articoli separati definiscono il diritto al turismo ("La prospettiva di un accesso diretto e personale alla scoperta e al godimento delle risorse del pianeta costituisce un diritto ugualmente aperto a tutti gli abitanti del mondo") e la libertà di movimento dei turisti, basata in parte sulla Dichiarazione universale dei diritti umani. Il documento definisce inoltre i diritti dei lavoratori e dell'industria turistica in materia di riconoscimento, formazione, assistenza sociale e altre questioni.

3.1.2.Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs)

Nel settembre 2000, i 189 Stati membri delle Nazioni Unite hanno firmato un'alleanza globale che ha portato alla definizione degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (OSM). Tra gli obiettivi fissati, c'era quello di eliminare la povertà e la fame nel mondo, di raggiungere l'istruzione primaria universale, di garantire la sostenibilità ambientale e di sviluppare un partenariato globale per lo sviluppo. Questa alleanza si è conclusa nel 2015 e, nonostante gli sforzi e i progressi compiuti, il raggiungimento degli

obiettivi si è rivelato discontinuo: i quindici anni di lavoro hanno infatti rivelato le grandi difficoltà nel raggiungere questi obiettivi, come la definizione di indicatori adeguati per misurare i progressi o la mancanza di chiarezza sul ruolo di alcuni stakeholder, come la società civile e il settore privato.

Sulla base di questa esperienza, nel settembre 2015 l'Assemblea generale delle Nazioni Unite ha approvato l'agenda per il quindicennio 2015-2030 per lo sviluppo sostenibile e con essa gli Obiettivi di sviluppo sostenibile, un quadro che comprende diciassette obiettivi e 196 traguardi, attraverso i quali gli Stati, la società civile e il settore privato possono orientare e misurare i loro contributi allo sviluppo sostenibile fino al 2030. Questa nuova agenda è la più ambiziosa finora e i suoi obiettivi mirano a sradicare la povertà, proteggere il pianeta e garantire uguaglianza e prosperità e, per la prima volta, consente alle imprese di svolgere un ruolo di primo piano nella sua realizzazione:

Decidiamo, da qui al 2030, di porre fine alla povertà e alla fame ovunque; di combattere le disuguaglianze all'interno dei Paesi e tra di essi; di costruire società pacifiche, giuste e inclusive; di proteggere i diritti umani e di promuovere l'uguaglianza di genere e l'emancipazione delle donne e delle ragazze; di assicurare la protezione duratura del pianeta e delle sue risorse naturali. Decidiamo inoltre di creare le condizioni per una crescita economica sostenibile, inclusiva e duratura, per una prosperità condivisa e per un lavoro dignitoso per tutti, tenendo conto dei diversi livelli di sviluppo e capacità nazionali.

Visual: UNWTO, Tourism goals

Il turismo sostenibile è saldamente posizionato nell'agenda di sviluppo post-2015. Per realizzare questa agenda, tuttavia, è necessario un quadro di attuazione chiaro, con finanziamenti adeguati e investimenti in tecnologia, infrastrutture e risorse umane.

Il turismo può contribuire direttamente o indirettamente a tutti questi obiettivi. In base a questo principio, il settore è presente come obiettivo in tre dei diciassette SDG, ovvero l'SDG 8 su "Lavoro dignitoso e crescita economica" ("Entro il 2030, elaborare e attuare politiche per promuovere un turismo sostenibile che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali"), l'SDG 12 "Consumo e produzione responsabili" ("Sviluppare e implementare strumenti per monitorare gli impatti dello sviluppo sostenibile per un turismo sostenibile che crei posti di lavoro e

promuova la cultura e i prodotti locali") e l'SDG 14 "Vita marina" ("Entro il 2030 aumentare i benefici economici dei SIDS e degli LCD derivanti dall'uso sostenibile delle risorse marine, anche attraverso una gestione sostenibile della pesca, dell'acquacoltura e del turismo").

Tuttavia, con la sua ampia portata e il suo impatto, il settore può e deve contribuire, direttamente e indirettamente, al raggiungimento di tutti i diciassette SDG, dalla crescita inclusiva e l'eliminazione della povertà estrema alla lotta contro il cambiamento climatico, dalla promozione dell'uguaglianza di genere alla conservazione degli ecosistemi marini e terrestri, dalla promozione del dialogo tra culture diverse al miglioramento della comprensione reciproca e culture diverse alla promozione della comprensione reciproca e della pace. Se non ben gestito, però, il turismo può anche contribuire a distruggere i nostri beni culturali unici, a danneggiare l'ambiente e a disturbare le strutture sociali.

Pertanto, per massimizzare l'impatto positivo del turismo e mitigarne i rischi potenziali, l'intera comunità turistica - compresi i responsabili politici, le imprese, i turisti e gli altri attori del turismo, nonché la comunità dello sviluppo in generale - dovrà lavorare insieme per promuovere un turismo responsabile e sostenibile in tutto il mondo. I governi dovranno sviluppare quadri politici efficaci e solidi per lo sviluppo del turismo sostenibile; il settore privato dovrà dimostrare il suo pieno impegno verso la sostenibilità nei modelli di business principali con azioni più incisive; e la comunità internazionale dovrà perseguire un approccio più favorevole al finanziamento del turismo, al fine di realizzare il suo pieno potenziale come motore dello sviluppo sostenibile e del raggiungimento degli SDGs.

L'Organizzazione Mondiale del Turismo si è data la missione di promuovere il contributo del settore turistico agli SDGs. L'UNWTO sta infatti lavorando per contribuire, attraverso l'assistenza tecnica e la formazione, al raggiungimento degli SDGs, soprattutto per quanto riguarda gli obiettivi in cui il turismo è esplicitamente menzionato come gli Obiettivi 8, 12 e 14.

Sebbene la maggior parte dei Paesi consideri il turismo come un contributo chiave a tutti i diciassette SDG, i responsabili delle politiche turistiche non sembrano esercitare un'influenza sufficiente nella pianificazione nazionale degli SDG e devono impegnarsi e cooperare con altri ministeri e con il settore privato per esplorare appieno e sfruttare le interconnessioni del turismo con altri settori e industrie.

Allo stesso tempo, devono essere ben informati sull'attuale contributo del settore privato agli SDG, in modo da comprendere e colmare le lacune ancora esistenti attraverso un ambiente politico di supporto e la promozione dell'innovazione e di altre nuove tecnologie. Gli SDG forniscono un quadro eccellente per una più stretta cooperazione tra pubblico e privato, grazie alla quale il turismo potrebbe superare di gran lunga le attuali aspettative per quanto riguarda il suo contributo alle persone, al pianeta, alla prosperità e alla pace.

3.1.3.Le sfide del settore turistico

Visual: Global Climate Strike and International Climate Action Summit March on Sustainable Development Goals, BAKU, AZERBAIJAN 9.26.2019

Il turismo, come altri settori, deve affrontare importanti sfide globali. Sono state individuate sei aree prioritarie, che illustrano l'impatto e le opportunità legate al settore turistico ed evidenziano alcuni dei motivi per cui i governi dovrebbero prestare seria attenzione al suo sviluppo sostenibile.

Una delle sfide più importanti è l'occupazione, soprattutto per quanto riguarda l'offerta di posti di lavoro dignitosi e stabili ai lavoratori, in particolare alle donne e alle persone con disabilità, da parte delle aziende del settore.

Nell'ottavo Obiettivo di Sviluppo Sostenibile si legge infatti che l'obiettivo è "Promuovere una crescita economica sostenuta, inclusiva e

sostenibile, un'occupazione piena e produttiva e un lavoro dignitoso per tutti". L'industria del turismo può quindi fornire l'accesso a posti di lavoro dignitosi, in particolare nei Paesi in via di sviluppo, e promuovere un turismo sostenibile, che crea posti di lavoro e promuove la cultura e i prodotti locali.

In effetti, il potenziale del turismo per contribuire alla lotta contro la povertà è sempre più riconosciuto, in parte perché è uno dei pochi settori in cui le risorse culturali e naturali dei Paesi poveri danno loro un vantaggio economico comparativo. Lo sviluppo del turismo offre una buona opportunità perché spesso rappresenta una nuova fonte di reddito nelle aree rurali, dove si trovano tre quarti dei poveri del mondo. Tutti i Paesi devono garantire che le persone impiegate nel turismo siano adeguatamente retribuite, ricevano un trattamento adeguato e abbiano opportunità di avanzamento.

L'ambiente rappresenta un'altra sfida, forse la più imminente. Infatti, le attività turistiche possono avere un impatto sugli ecosistemi ed è quindi necessario promuovere una gestione efficiente delle risorse e sostenere misure che contrastino il cambiamento climatico. Inoltre, il riscaldamento globale ha importanti conseguenze anche sul turismo: i suoi effetti, come l'innalzamento del livello del mare, l'aumento della frequenza e dell'energia delle mareggiate e delle tempeste, l'erosione delle spiagge, lo sbiancamento dei coralli e l'interruzione dell'approvvigionamento idrico, minacciano molte destinazioni costiere. L'innalzamento del limite delle nevicate e l'accorciamento delle stagioni degli sport invernali avranno ripercussioni anche sulle località di montagna. Le variazioni della temperatura e delle precipitazioni influenzeranno l'attrattiva del mercato nella maggior parte del mondo, anche se in modo diverso, a seconda dell'interazione tra effetti di spinta e di attrazione nei Paesi di origine e di destinazione. Il turismo può essere influenzato anche da altri fattori, come la diffusione di malattie tropicali e la disponibilità di acqua.

È inoltre importante promuovere città sostenibili e intelligenti a beneficio degli abitanti e dei turisti e preservare le destinazioni. Infatti, il

turismo fornisce un importante contributo diretto alle entrate delle aree protette e dei siti del patrimonio culturale, grazie a biglietti d'ingresso, permessi, concessioni, ecc. Più in generale, il turismo può diventare uno strumento adatto a una gestione più sostenibile del territorio in tutte le parti del mondo, fornendo una forma di sostentamento aggiuntiva o alternativa agli agricoltori e alle comunità rurali che dipendono da risorse naturali ben conservate.

Infine, soprattutto nel mondo post-pandemico, l'incertezza sulla salute e sulla sicurezza dei viaggi e di alcune destinazioni ha causato notevoli fluttuazioni nei flussi turistici. Sebbene si tratti di un fenomeno di breve durata e la ripresa sia spesso rapida, deve essere considerato un problema globale per la sostenibilità del turismo. Vi sono implicazioni politiche per l'immagine, per la gestione delle informazioni e per le misure specifiche volte a migliorare la sicurezza dei turisti..

4. IL CONTRIBUTO DEL SETTORE TURISTICO AGLI SDGs

I numeri riflettono il grande potenziale del settore turistico e la sua capacità di influenzare le sfide globali, in particolare in relazione alla crescita economica sostenibile, allo sviluppo inclusivo e alla conservazione dell'ambiente. Il turismo ha un enorme potenziale per la creazione di posti di lavoro dignitosi e la promozione dell'imprenditorialità, contribuendo all'emancipazione dei gruppi svantaggiati, soprattutto giovani e donne.

Il turismo promuove inoltre gli scambi tra persone provenienti da diverse parti del mondo, rafforzando la comprensione tra le culture e favorendo la pace tra le comunità e le nazioni. È quindi uno dei settori economici più dinamici e di più ampia portata e può contribuire in modo decisivo al raggiungimento degli SDG.

Le imprese del settore turistico svolgono un ruolo importante nel trasformare l'approccio dell'industria e nell'introdurre criteri di

sostenibilità nelle loro operazioni. Queste aziende possono allineare le loro strategie agli SDGs promuovendo un turismo responsabile che rispetti l'ambiente naturale, culturale e sociale e favorisca lo sviluppo sostenibile delle destinazioni turistiche.

4.1 Come possono contribuire

Nelle prossime sezioni verranno esplorati i vari Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) e i modi in cui il settore turistico e tutti gli stakeholder possono contribuire al suo sviluppo sostenibile.

Visual: SDGs 17 development goals

4.1.1."Porre fine alla povertà in tutte le sue forme, ovunque"

Il turismo rappresenta il 5,5% del PIL mondiale nel periodo post-pandemia e ha un impatto diretto sui livelli di povertà internazionale. Il settore deve infatti promuovere la creazione di posti di lavoro dignitosi, soprattutto per le donne, i giovani e i gruppi svantaggiati, che, stimolando l'economia e lo sviluppo locale, hanno un impatto diretto sul benessere della popolazione locale, aiutandola a ottenere un reddito, equità, sicurezza e protezione sociale e migliori prospettive di sviluppo personale e integrazione. L'obiettivo deve quindi essere quello di evitare crisi ambientali ed economiche che abbiano un impatto sulla popolazione.

4.1.2."Porre fine alla povertà in tutte le sue forme, ovunque"

La maggior parte della povertà del mondo è localizzata nelle aree rurali, dove si registrano i più alti livelli di malnutrizione. Il turismo può stimolare la produttività agricola attraverso la produzione, l'utilizzo e la vendita di prodotti locali e, allo stesso tempo, fornire un'ulteriore opportunità di reddito per le persone che vivono nelle destinazioni turistiche, offrendo modelli di business alternativi, come l'agriturismo, rispettosi dell'ambiente e dei costumi locali.

4.1.3."Garantire una vita sana e promuovere il benessere per tutti a tutte le età".

Il settore turistico può operare in modo sostenibile, sano e sicuro per le comunità locali, i turisti e i dipendenti, contribuendo al benessere di tutti. L'attuazione di piani di salute e sicurezza appropriati e la messa in atto di misure adeguate per prevenire incidenti o problemi di salute tra i turisti e i dipendenti sono misure di cui le aziende del settore possono occuparsi.

4.1.4."Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa istruzione e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti".

Uno sviluppo sostenibile efficace può essere raggiunto solo garantendo che i valori etici e la responsabilità ambientale, economica e sociale siano trasmessi a tutta la popolazione. Le aziende del settore hanno diversi modi per contribuire a questo obiettivo: realizzando

programmi di formazione per visitatori e dipendenti, attraverso progetti di sviluppo della comunità e sensibilizzando la società.

4.1.5."Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze".

Un gran numero di dipendenti e imprenditori del settore turistico sono donne. Tuttavia, spesso occupano posizioni poco retribuite, perpetuando la disuguaglianza economica e sociale. Le aziende del settore possono quindi promuovere un turismo che migliori la qualità dell'occupazione femminile e permetta loro di accedere a posti di lavoro qualificati, creando programmi di formazione al lavoro, di integrazione e di parità per le donne e le ragazze delle comunità locali in cui operano.

4.1.6."Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e dei servizi igienici per tutti".

Il turismo richiede una grande quantità di energia e può essere molto sensibile alle restrizioni idriche e igieniche nelle destinazioni. Le industrie turistiche possono effettuare una gestione efficiente delle risorse idriche e limitare gli impatti negativi sull'ecosistema locale, garantendo al contempo l'accesso all'acqua per il turismo e la popolazione locale, tenendo conto del controllo dell'inquinamento, dell'efficienza e della protezione delle risorse.

4.1.7.“Garantire a tutti l'accesso a un'energia economica, affidabile, sostenibile e moderna".

Per realizzare un turismo sostenibile, è necessario promuovere l'accesso a un'energia economica, pulita e moderna nelle destinazioni. Le imprese del settore turistico possono impegnarsi a sviluppare misure di efficienza energetica e ad aumentare l'uso di energie rinnovabili nelle loro attività, riducendo al contempo la loro dipendenza dai combustibili fossili, al fine di ottenere un'economia sostenibile e vantaggiosa per tutti.

4.1.8."Garantire a tutti l'accesso a un'energia economica, affidabile, sostenibile e moderna".

Il turismo è uno strumento fondamentale per raggiungere una crescita economica inclusiva e sostenibile e per offrire condizioni di lavoro dignitose a un gran numero di persone, soprattutto giovani e donne. Le aziende del settore offrono posti di lavoro che dovrebbero essere dignitosi lungo tutta la loro catena del valore. Dovrebbero inoltre incoraggiare l'assunzione e l'imprenditorialità della popolazione locale, soprattutto tra i gruppi vulnerabili.

4.1.9."Costruire infrastrutture resilienti, promuovere un'industrializzazione inclusiva e sostenibile e favorire l'innovazione".

Infrastrutture, processi di industrializzazione e innovazione sono temi importanti per lo sviluppo del turismo. Le imprese del settore hanno la

possibilità di investire in strutture e infrastrutture sostenibili che consentano l'accesso e l'utilizzo universale, soprattutto da parte di persone con disabilità e altri gruppi svantaggiati. Possono anche migliorare la capacità tecnologica delle destinazioni turistiche, soprattutto delle comunità rurali, in termini di accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

4.1.10."Ridurre le disuguaglianze all'interno dei Paesi e tra i Paesi".

Il turismo sostenibile è un potente strumento per il progresso delle comunità e per la riduzione delle disuguaglianze. Le imprese del settore possono contribuire al rinnovamento urbano e allo sviluppo rurale, aiutando a ridurre gli squilibri regionali e dando alle comunità locali l'opportunità di prosperare nel loro luogo d'origine.

4.1.11."Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, resilienti e sostenibili".

Il turismo richiede infrastrutture urbane accessibili a tutti, con un patrimonio ben conservato e in grado di favorire la rigenerazione delle aree marginali. Per rispondere a questa domanda, le aziende del settore sono interessate a promuovere città sostenibili e infrastrutture verdi e resilienti (trasporti più efficienti, sicuri e accessibili per tutti, aree verdi e spazi pubblici sicuri, tra gli altri), attraverso il rinnovamento degli spazi pubblici, delle infrastrutture pubbliche e della connettività, nonché lo sviluppo di servizi locali e strutture ricreative.

4.1.12."Garantire modelli di consumo e produzione sostenibili"

Per realizzare una società realmente sostenibile, il settore dovrebbe promuovere pratiche di consumo e produzione sostenibili da parte dei propri dipendenti, della popolazione locale e dei turisti, attraverso misure quali l'uso efficiente delle risorse naturali, la gestione sostenibile degli alimenti e dei rifiuti e l'attenta selezione di prodotti e fornitori. Le aziende del settore hanno l'opportunità di implementare misure di riutilizzo e riciclo delle risorse, adottare pratiche sostenibili in relazione alla loro catena di fornitura, incorporare informazioni sulla sostenibilità nei loro rapporti commerciali e promuovere la cultura e i prodotti locali.

4.1.13. "Agire con urgenza per combattere il cambiamento climatico e il suo impatto"

Il settore del turismo è un attore chiave nella lotta al cambiamento climatico, in quanto genera circa il 5% della CO2 totale immessa nell'atmosfera. Inoltre, il turismo comporta la trasformazione di ambienti e risorse naturali e l'uso eccessivo di combustibili fossili. È essenziale garantire la sostenibilità del settore assicurando il suo impegno nella protezione dell'ambiente, al fine di mitigare gli effetti negativi sulle persone e sulle destinazioni turistiche.

A tal fine, le aziende del settore possono partecipare alla lotta contro il cambiamento climatico riducendo il consumo di energia, promuovendo l'uso di energie rinnovabili e creando alleanze per combattere il cambiamento climatico.

4.1.14."Conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile"

Il turismo svolge un ruolo importante nella salvaguardia degli oceani, dei mari e delle risorse marine, soprattutto nelle aree costiere o insulari, dove il settore è alla base dell'economia, nonché in relazione al turismo marittimo. Il settore dovrebbe promuovere la gestione integrata delle zone costiere per contribuire a conservare e preservare gli ecosistemi marini.

Le aziende che operano nel settore del turismo costiero e marittimo possono contribuire a prevenire e ridurre l'inquinamento marino e a utilizzare le risorse marine in modo sostenibile nelle loro attività. Inoltre, operazioni responsabili possono portare benefici economici ai siti di destinazione, soprattutto nelle aree costiere o insulari sottosviluppate.

4.1.15."Proteggere, ripristinare e promuovere l'uso sostenibile degli ecosistemi terrestri, gestire in modo sostenibile le foreste, combattere la desertificazione, arrestare il degrado del territorio e fermare la perdita di biodiversità".

Il turismo sostenibile contribuisce a generare benefici a lungo termine investendo in misure per combattere la deforestazione e la desertificazione, al fine di mantenere le destinazioni turistiche in condizioni ottimali e generare un maggior flusso di visitatori e benefici per l'ambiente e le comunità locali.

Le aziende impegnate nel turismo sostenibile possono creare

programmi per i turisti incentrati sulla conservazione e la cura dell'ambiente, al fine di aiutare le comunità locali, gestire le visite e ottenere il massimo beneficio possibile con il minimo rischio per i loro ecosistemi, la loro biodiversità e la loro fauna selvatica.

4.1.16."Promuovere società pacifiche e inclusive per uno sviluppo sostenibile, fornire accesso alla giustizia per tutti e costruire istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli"

Il turismo può contribuire a promuovere società pacifiche e inclusive, a favorire la tutela dei diritti fondamentali delle comunità locali e a combattere la corruzione. Il turismo favorisce la tolleranza e la comprensione tra culture diverse e funge da fonte di sostentamento per le comunità locali, prevenendo al contempo la violenza e consolidando la pace in società che hanno vissuto conflitti recenti.

Le aziende del settore dovrebbero coinvolgere le popolazioni locali nelle loro attività, offrire loro un lavoro dignitoso e prendere decisioni comuni sull'uso delle risorse locali, introdurre misure di trasparenza nell'organizzazione per combattere la corruzione e garantire e proteggere i diritti umani di locali, turisti e dipendenti.

4.1.17."Rafforzare i mezzi di attuazione e rivitalizzare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile"

Le alleanze tra i vari attori del pianeta sono essenziali per raggiungere gli SDG e garantire il benessere della popolazione nel breve e nel lungo periodo. Grazie alla sua natura intersettoriale, il turismo ha la capacità di

rafforzare il rapporto pubblico-privato e di coinvolgere realtà internazionali, nazionali, regionali e locali per lavorare insieme al raggiungimento degli SDG. La cooperazione tra le aziende del settore, la società civile, i governi e le istituzioni educative è essenziale per ottenere un turismo sostenibile efficace.

4.2 Turismo sostenibile durante la pandemia

Visual: 26th September 2018, Dublin. United Nations Sustainable Development 17 Global Goals banner displayed across Dublin's Rosie Hackett Bridge over the River Liffey.

Considerando il contributo dell'industria turistica all'economia, è necessario ripristinare il settore nel mondo post-pandemia, soprattutto in quei Paesi che dipendono fortemente dal turismo come principale o unica fonte di reddito.

In un certo senso, il cambiamento portato dalla pandemia COVID-19 ha reso il turismo più sostenibile: infatti, le distanze di viaggio più brevi, preferite dai turisti negli ultimi anni, portano a un minore impatto ambientale; la destinazione regionale o locale può portare a stimolare la ripresa del settore. Inoltre, durante la pandemia, le persone tendono a rimanere in zona e a recarsi nei loro Paesi, il che è poco costoso e

conveniente rispetto alle visite internazionali.

Inoltre, la digitalizzazione è un'altra tendenza alla ripresa con pagamenti senza contatto, servizi, automazione ed esperienze virtuali. Poiché il settore dei servizi ha sofferto gravemente durante le chiusure per pandemia, la trasformazione digitale è vista come un mezzo promettente, sulla base del quale è possibile creare un quadro di sostenibilità per cambiare il modello di business. I risultati della ricerca mostrano che le strategie di ripresa dovrebbero basarsi sui progressi tecnologici e sulla digitalizzazione, con particolare attenzione allo sviluppo di modelli di business sostenibili in linea con gli SDG.

I risultati della ricerca dimostrano che i periodi di crisi, come quello della pandemia, sono anche opportunità per sviluppare nuovi comportamenti rivalutando i valori, le percezioni e le scelte di consumo, in quanto i consumatori hanno subito cambiamenti in quasi tutti gli aspetti della loro vita, dalle aree professionali a quelle finanziarie.

In effetti, i turisti stanno ripensando il loro comportamento in seguito all'attuale pandemia, spostando le loro preferenze verso il turismo sostenibile, scegliendo destinazioni brevi per evitare i viaggi aerei e il turismo di massa. Studi recenti dimostrano che i turisti raccolgono informazioni sulle questioni ambientali e sul turismo sostenibile e sono consapevoli della loro potenziale influenza sul turismo economico, sociale ed ecologicamente sostenibile16. Per quanto riguarda le attrazioni turistiche, i festival, i musei e gli eventi, gli studiosi suggeriscono di ripensare gli approcci gestionali e di cercare nuovi modelli di partecipazione, puntando su formati digitali o minori di turismo17.

La pandemia può quindi essere vista come un'opportunità per progredire verso un turismo sostenibile. Tenendo conto degli SDG, il turismo può contribuire in modo significativo al raggiungimento dell'SDG 1 (lotta alla povertà), dell'SDG 8 (crescita economica inclusiva e sostenibile), dell'SDG 12 (consumo e produzione sostenibili) e dell'SDG 14 (uso sostenibile degli oceani e delle risorse marine). Si può ritenere che la crisi COVID-19 abbia avuto un impatto positivo sul turismo, poiché le

tendenze verso strategie commerciali più sostenibili hanno subito una forte accelerazione.

Acelera Labs

Acelera Labs è un'azienda privata fondata nel 2013, che nel corso degli anni ha sviluppato diverse linee di business con lo stesso comune denominatore: aiutare le persone a realizzare i propri sogni, sostenendosi a vicenda e godendosi ogni giorno il viaggio.

Otto anni fa, l'azienda ha aperto The Shed Coworking, con la missione di aiutare tutti i professionisti, gli imprenditori, le startup e le piccole imprese a realizzare i loro progetti. Fedele al suo slogan Enjoy Working, The Shed Coworking è diventato uno spazio che guida la connessione, stimola la condivisione e arricchisce la vita quotidiana con un pizzico di buon umore.

Nel 2015, sulla spinta del miglioramento continuo, della ricerca della qualità e dell'innovazione, Acelera Labs ha aperto The Shed Co Design, che si occupa di branding e comunicazione. Da allora, The Shed Co Design ha partecipato a diversi progetti a livello mondiale, sviluppando l'immagine e l'identità del marchio, la creatività, gli output online e offline e le strategie di comunicazione.

FONTI

- Behsudi, A.; International Monetary Fund: Finance & Development. Tourism-Dependent Economies Are among Those Harmed the Most by the Pandemic. December 2020. https://www.imf.org

- Eichelberger, S.; Heigl, M.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Exploring the Role

- of Tourists: Responsible Behavior Triggered by the COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 5774.

- OECD, Tourism Trends and Policies 2020, OCSE Publishing, Paris, 2020

- Orîndaru, A.; Popescu, M.-F.; Caescu,S,.-C.; Botezatu, F.; Florescu, M.S.; Runceanu-Albu, C.-C. Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior. Sustainability 2021, 13, 5762.

- Rasoolimanesh, S.M.; Ramakrishna, S.; Hall, C.M.; Esfandiar, K.; Seyfi, S. A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. J. Sustain. Tour. 2020, 1–21.

- Roigé, X.; Arrieta-Urtizberea, I.; Seguí, J. The Sustainability of Intangible Heritage in the COVID-19 Era-Resilience, Reinvention, and Challenges in Spain. Sustainability 2021, 13, 5796.

- UNWTO, "Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels", 2022.

- UNWTO, Global Code of Ethics for Tourism, 1999.

- UNWTO, International Tourism Highlights – 2019 Edition, 2019.

- UNWTO, Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, 2005.

- UNWTO, Sustainable development. https://www.unwto.org

- UNWTO, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015.

ISTO

7. L'uso della gamification e di strumenti digitali per promuovere comportamenti pro-ambiente nel settore turistico

White Manager srl

1.INTRODUCTION

Il turismo è considerato la soluzione perfetta per promuovere una crescita economica sostenibile grazie alle sue caratteristiche principali. Nel contesto di un settore turistico sostenibile, la gamification può rappresentare un legame tra turisti, organizzazioni e comunità e un'interfaccia costruita in modo responsabile ed etico. La crescita e la diffusione delle piattaforme digitali, dei social media e delle tecnologie mobili hanno infatti portato a una rapida proliferazione del fenomeno della gamification nella progettazione dei servizi. La gamification è stata applicata a diversi contesti non di gioco e da aziende alla ricerca di nuovi strumenti per creare una connessione tra gli utenti e influenzare il comportamento di dipendenti e clienti.

Molti studi hanno dimostrato che la gamification è una strategia persuasiva che utilizza i meccanismi del gioco (come punti, obiettivi, badge, livelli, storia/tema), considerati caratteristiche che modificano il comportamento degli utenti.

Di conseguenza, per influenzare il coinvolgimento, la fedeltà, la soddisfazione e l'esperienza del consumatore, diverse organizzazioni operanti in vari contesti, tra cui il turismo e l'ospitalità, hanno deciso di sfruttare le potenzialità della gamification grazie agli sviluppi tecnologici che hanno coinvolto il settore turistico.

Il capitolo fornirà una breve panoramica sulla gamification, per poi mostrare l'applicazione di quest'ultima nel settore turistico. Infine, verranno elencati alcuni esempi che dimostrano come l'uso della tecnologia e della gamification possa promuovere comportamenti più sostenibili e rispettosi dell'ambiente.

2.LA GAMIFICATION

Il termine "Gamification" non è nuovo: è definito come un servizio che aumenta la creazione di valore da parte dei consumatori, o "un processo di potenziamento di un servizio con funzionalità per l'esperienza di gioco al fine di sostenere la creazione di valore complessivo dell'utente".

Ciò che differenzia la gamification è un'esperienza di gioco che nasce dal contesto del gioco. La gamification è anche definita come l'implementazione e l'utilizzo di elementi e tecniche di game design, game thinking, meccanica e analisi dei giochi, tecnologia dei giochi per computer in modelli di business, processi, procedure, servizi, ecc. che mirano a migliorare le competenze, l'esperienza, il coinvolgimento, l'efficacia e la produttività dei dipendenti e/o dei clienti/utenti al di fuori del puro intrattenimento. La gamification non si limita quindi a distribuire badge e punti per incoraggiare un comportamento, ma deve applicare il pensiero ludico per incoraggiare e motivare un comportamento specifico.

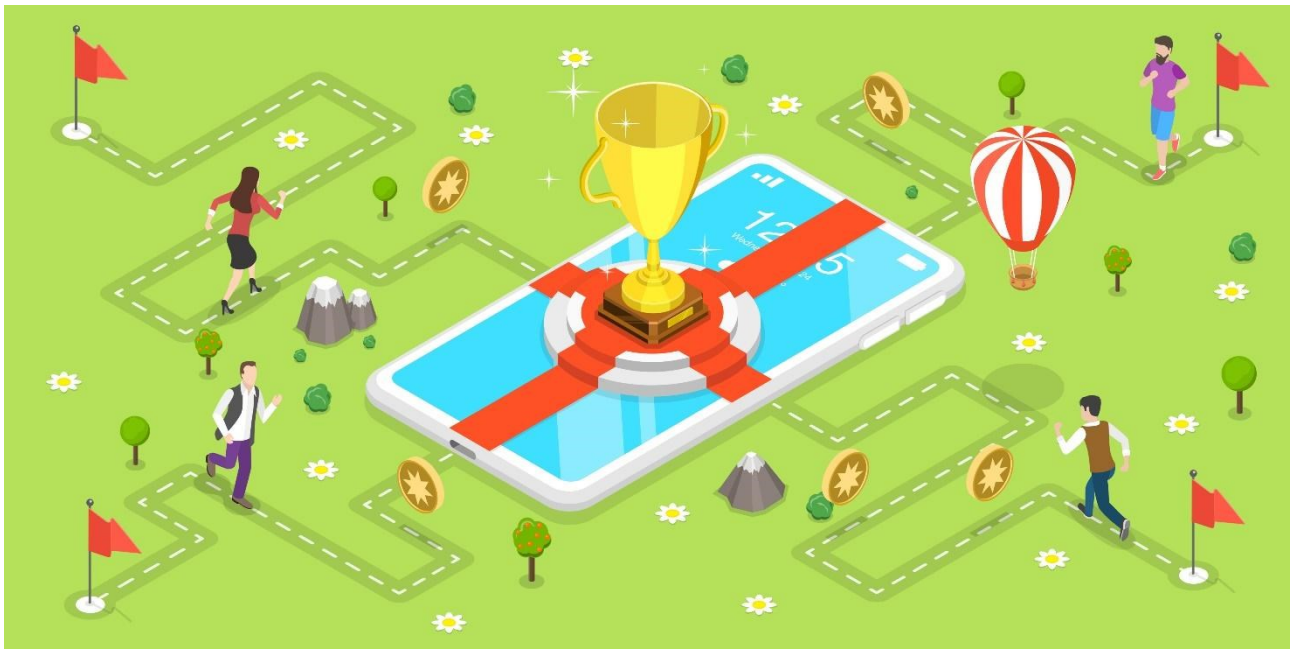
Vengono identificati tre elementi principali e interconnessi della gamification: le affordance, i risultati psicologici e comportamentali.

Le affordance sono le meccaniche e le regole nascoste alla base della struttura del gioco che coinvolgono gli utenti con un sistema specifico.

Questa meccanica di gioco ha un impatto sulla psicologia dell'utente, generando impegno, conoscenza, flusso e riconoscimento sociale o divertimento. Il coinvolgimento degli utenti attraverso le meccaniche di gioco porta a risultati psicologici legati alle motivazioni del gioco, all'atteggiamento e al divertimento degli utenti.

I risultati comportamentali si riferiscono ai comportamenti e alle attività supportate dalla gamification, come le prestazioni e l'utilizzo del sistema. Le affordance possono creare risultati psicologici positivi che a loro volta portano a risultati comportamentali (ad esempio, una maggiore partecipazione dell'utente al gioco/attività desiderata) e alla creazione di valore.

I benefici generati dalla gamification sono stati classificati come utilitaristici (cioè utilità e facilità d'uso), edonici (cioè divertimento e giocosità) e sociali (cioè riconoscimento e influenza sociale). Lo scopo delle meccaniche di gamification è stimolare il coinvolgimento e migliorare l'esperienza.



Utilizzando la lente della teoria dell'autodeterminazione per comprendere il potenziale motivazionale delle meccaniche di gamification, è possibile classificare la motivazione in estrinseca e intrinseca. La prima comprende le attività che vengono svolte per ottenere risultati sotto forma di ricompense. In questo caso, la decisione di giocare è guidata da ricompense, come denaro, premi, riconoscimenti e status.

La seconda, invece, dipende dai bisogni e dagli interessi specifici di ogni utente, ovvero la soddisfazione, la gratificazione, il bisogno di socializzare e il desiderio di avere successo in una comunità. Gli utenti si impegnano maggiormente in un'attività quando sono intrinsecamente motivati.

Il benessere e la motivazione degli utenti derivano dalla soddisfazione di tre bisogni: autonomia, competenza e relazione, che influenzano il divertimento e l'impegno degli utenti. I giocatori sono completamente immersi nel mondo virtuale e questo flusso contribuisce al loro divertimento e alla loro soddisfazione, generando comportamenti di benessere. È essenziale progettare applicazioni gamificate che tengano conto delle caratteristiche degli utenti.

Inoltre, l'uso di ricompense estrinseche può avere effetti negativi sulla motivazione degli utenti, se questi si trovano a dover svolgere compiti difficili in relazione al loro livello di conoscenza. Gli utenti intensamente motivati cadono in uno "stato di flusso" che favorisce il loro impegno, portandoli a concentrarsi in modo mirato e a perdere la consapevolezza di sé.

Grazie all'uso delle dinamiche di gamification, le organizzazioni possono aumentare il coinvolgimento e la fedeltà dei clienti, la disponibilità a pagare, nonché migliorare l'impegno di altri stakeholder, come i dipendenti.

Sia l'obiettivo della gamification che la sua efficacia si basano sulla volontà di motivare e guidare il comportamento degli utenti verso un obiettivo specifico, coinvolgendoli attraverso l'applicazione di meccaniche e dinamiche di gioco.

3.GAMIFICATION E TURISMO SOSTENIBILE

La gamification può essere applicata in qualsiasi settore, ma il settore turistico non la sta sfruttando appieno come altri settori. Molte aziende famose hanno già adottato la gamification per aumentare il coinvolgimento dei clienti, fidelizzarli, migliorare le prestazioni dei dipendenti o ottenere un vantaggio competitivo.

Alcune delle tecnologie che hanno influenzato lo sviluppo della gamification sono le tecnologie mobili (applicazioni mobili, servizi basati sulla localizzazione), il cloud computing, il Web 2.0 e la realtà aumentata. Sapendo che entro il 2030 metà della popolazione mondiale sarà online e mobile, diventa essenziale per l'industria del turismo e dell'ospitalità integrare le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) nei propri servizi.

Le TIC forniscono strumenti strategici per lo sviluppo del turismo sostenibile, creando opportunità per potenziare gli effetti positivi del

turismo e ridurre i suoi impatti negativi sulla destinazione.

3.1.Turismo sostenibile

Il rapporto tra turismo e ambiente rappresenta uno dei temi principali nell'agenda degli operatori turistici, tutti consapevoli della sua importanza.

Grazie alle sue caratteristiche, il turismo è percepito come una soluzione adeguata per perseguire una crescita economica sostenibile. Secondo il Programma Ambientale delle Nazioni Unite e l'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), lo sviluppo sostenibile rappresenta "un processo volto a soddisfare i bisogni del presente senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri".

Questo approccio può essere spiegato utilizzando i tre pilastri della sostenibilità: economico, sociale e ambientale. La sostenibilità economica è legata all'efficienza delle attività delle imprese nel lungo periodo; la sostenibilità sociale si riferisce all'offerta di pari opportunità, al rispetto delle diverse culture, alla riduzione delle discriminazioni e della povertà, mentre la sostenibilità ambientale è legata alla corretta gestione delle risorse scarse, soprattutto quelle non rinnovabili.

Un processo turistico sostenibile dovrebbe tenere "pienamente conto dei suoi impatti economici, sociali e ambientali attuali e futuri, rispondendo alle esigenze dei visitatori, dell'industria, dell'ambiente e delle comunità ospitanti".

Sebbene quasi tutti i turisti dichiarino di sostenere l'idea del turismo sostenibile, solo una piccola parte di essi adotta un comportamento sostenibile durante le proprie vacanze. Di solito, le aziende e le istituzioni pubbliche sono più attente all'ambiente e si concentrano sull'implementazione di metodi e tecniche per rendere il turismo più sostenibile. Durante le vacanze, l'attenzione dei turisti si concentra sull'esperienza di un livello di comfort elevato, o almeno superiore a

quello della vita quotidiana. In questa situazione, è difficile convincerli ad adottare un comportamento più sostenibile, perché potrebbe essere percepito come un fattore che influisce negativamente sul loro livello di comfort. Pertanto, i turisti hanno bisogno di un forte incentivo per scegliere tipi di trasporto a basso impatto ambientale, per scegliere alloggi sostenibili, per consumare meno acqua e per acquistare prodotti domestici.

Fortunatamente, i turisti non adottano deliberatamente comportamenti che potrebbero rivelarsi dannosi per l'ambiente, quindi incentivi e tecniche adeguate potrebbero influenzare positivamente i comportamenti sostenibili, una transizione verso uno stile di vita più sostenibile durante le loro vacanze. Una soluzione potrebbe essere l'uso di Internet e delle tecnologie basate su Internet. L'UNWTO considera il turismo e Internet un partner ideale, perché quest'ultimo rappresenta un modo efficiente per fornire servizi e informazioni, per rivolgersi a un gran numero di turisti a costi inferiori e, soprattutto, per sviluppare canali di comunicazione adeguati che promuovano uno stile di vita sostenibile durante le vacanze.

3.2.Gamification e sostenibilità

Ultimamente, l'implementazione del meccanismo della gamification ha portato a un approccio più sostenibile allo sviluppo del turismo. Si tratta di una tecnica che prevede l'assegnazione di premi e l'offerta di intrattenimento come incentivi a diversi soggetti interessati, al fine di suscitare un comportamento specifico da parte loro. Questa tecnica ha la capacità di migliorare l'esperienza turistica in modo innovativo, combinando servizi turistici con elementi di gioco. Grazie alle sue caratteristiche, aumenta il valore aggiunto del prodotto turistico in modo sostenibile e diversifica le esperienze dei turisti nella destinazione.

Esiste una sinergia tra gamification e sostenibilità, basata sul fatto che entrambe si concentrano sulle risposte emotive. Secondo l'UNWTO, i

meccanismi ludici hanno la capacità di creare esperienze positive nel turismo - divertimento, piacere, senso di realizzazione - e di fornire ai turisti sia intrattenimento che informazioni. Inoltre, ci sono buone probabilità che il turista adotti un comportamento più sostenibile se gli viene fornito un modo per misurare i propri progressi e motivi per andare avanti (raccolta punti per buoni sconto, obiettivi da raggiungere, nuovi livelli per nuove strutture) e l'opportunità di competere con altri turisti (classifiche e premi speciali per i migliori punteggi).

Nel settore turistico, oggi possiamo individuare diversi soggetti coinvolti nelle meccaniche gamificate: turisti, fornitori di servizi e fornitori di piattaforme. Pertanto, il nuovo ecosistema di servizi che ne deriva è un contesto con un potenziale per l'applicazione della gamification.

Dal punto di vista dell'utente, l'utilizzo della gamification dipende da motivazioni utilitaristiche ed edoniche. Infatti, curiosità, divertimento e socializzazione sono le motivazioni principali per i turisti, insieme alla possibilità di vivere esperienze piacevoli e di affrontare sfide e obiettivi.

Il concetto di gamification affonda le sue radici nei programmi di fidelizzazione o di ricompensa dei clienti (ad esempio, abbonamenti e

carte punti), in cui i consumatori ottengono punti da riscattare in cambio di prodotti. I turisti sono alla ricerca di esperienze uniche e memorabili, e l'uso strategico delle ITC e la diffusione delle piattaforme digitali aiutano a generare coinvolgimento e a creare valore per l'azienda e per i turisti. Nel contesto turistico, le piattaforme digitali dispongono di tecnologie orientate al consumatore e le possibilità di gamification sono state implementate per attirare gli utenti e aumentare il loro coinvolgimento.

Le app turistiche gamificate oggi si distinguono tra giochi che promuovono e forniscono informazioni turistiche sulla visita e quelli basati sulla localizzazione, che mirano ad aumentare il coinvolgimento nell'esplorazione del luogo. L'uso della gamification coinvolge i turisti attraverso l'immaginazione e il divertimento, migliorando l'esperienza del turista e immergendolo in un mondo di viaggio simulato, con esperienze più coinvolgenti. Questo strumento può cambiare il comportamento e influenzare i bisogni psicologici integrando divertimento, dinamismo e coinvolgimento per migliorare la fedeltà dei clienti.

La gamification permette ai turisti di co-creare esperienze generando emozioni positive (ad esempio il benessere) e coinvolgimento facendo leva sui bisogni psicologici: autonomia, competenza e relazione, come il desiderio di far parte della comunità. Inoltre, le meccaniche gamificate incoraggiano i turisti a utilizzare le piattaforme digitali generando contenuti (ad esempio, recensioni) o motivandoli attraverso badge. Di conseguenza, essi co-creano valore migliorando le prestazioni dei fornitori e garantendo la qualità del servizio offerto.

Dal punto di vista dei fornitori di servizi, la gamification contribuisce alla formazione dei dipendenti e consente di educare i consumatori.

Attraverso la gamification, le aziende turistiche creano esperienze turistiche divertenti e coinvolgenti, generando soddisfazione e profitto e contribuendo ad aumentare la fedeltà dei clienti. Nonostante i potenziali benefici, l'adozione della gamification tra i fornitori di servizi turistici è molto limitata. È emerso che i fornitori di servizi turistici si trovano ad affrontare sfide nella pianificazione di iniziative o servizi gamificati a causa

dei costi del progetto e delle difficoltà di misurazione dei risultati.

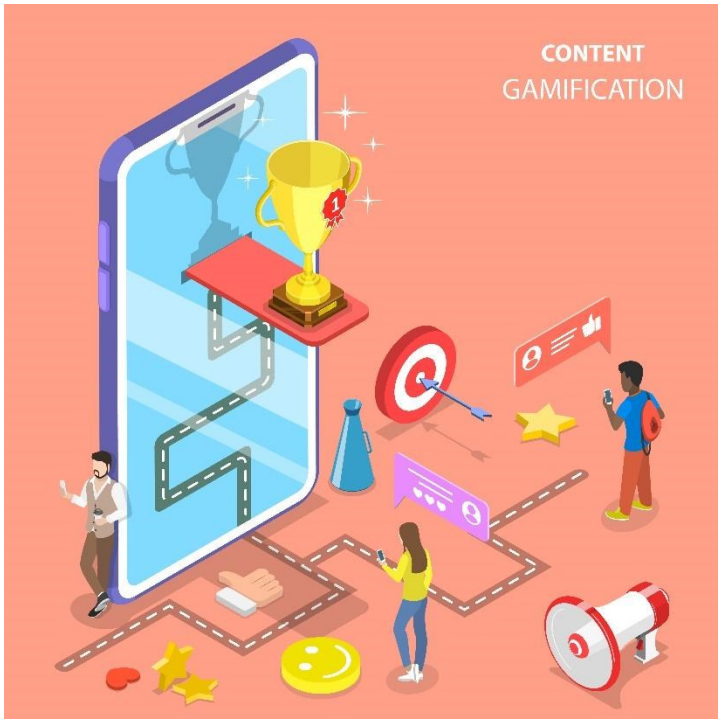
Tuttavia, i fornitori di servizi turistici devono impegnarsi costantemente per migliorare l'esperienza turistica. Ad esempio, la piattaforma Airbnb guida il comportamento degli host (fornitori di servizi) e crea un rapporto di fiducia tra host e ospiti attraverso meccaniche di gamification, ovvero fornendo badge e punti agli host quando forniscono servizi di qualità. Il programma "Superhost", infatti, mira a creare incentivi che garantiscano il coinvolgimento degli host e il miglioramento della qualità del servizio, soddisfacendo le esigenze degli ospiti. Lo scopo del badge è quello di garantire che gli host si impegnino a fornire prestazioni che soddisfino elevati standard di servizio.

Tutte queste dinamiche sono possibili grazie alla crescente diffusione dei sistemi ICT che ha favorito la distribuzione e l'integrazione di elementi

di gioco su piattaforme digitali. Con questo strumento, le aziende turistiche migliorano il coinvolgimento durante l'esperienza di visita e la conoscenza della destinazione, rendendola più consapevole delle risorse locali. L'implementazione di meccaniche di gioco sulle piattaforme digitali consente di attrarre e trattenere un maggior numero di visitatori sulla piattaforma e fornisce ai fornitori di servizi una grande quantità di dati sulle preferenze, le percezioni, i feedback e i percorsi di visita dei turisti. I fornitori di servizi sono motivati a partecipare per fidelizzare i turisti, che vengono coinvolti nella destinazione ricevendo informazioni sul sito turistico.

Ci sono diverse ragioni che influenzano gli utenti a utilizzare le applicazioni gamificate, come il desiderio di relazione, amicizia e supporto tra i membri della comunità sociale. Altri elementi che contribuiscono al coinvolgimento degli utenti nelle meccaniche gamificate sono:

- Il desiderio di immergersi e di evadere in un mondo di fantasia
- Il desiderio di dolore, usando gli altri giocatori per i propri scopi, uccidendo o ingannando gli altri.
- Il desiderio di successo e di potere, raggiungendo gli obiettivi definiti dal gioco
- Il desiderio di leadership
- Il desiderio di vivere un'esperienza condivisa, sentendosi parte di una comunità di giocatori e acquisendo una reputazione al suo interno.



Nel contesto turistico, la gamification viene utilizzata per sensibilizzare i turisti sui temi della sostenibilità economica, sociale e ambientale, promuovendo pratiche di turismo sostenibile. Queste meccaniche di gioco generano informazioni che incoraggiano i turisti a utilizzare le risorse in modo efficiente e a migliorare la reputazione della destinazione turistica creando un'interazione sociale con le comunità locali. Al contrario, gli utenti possono resistere a modificare il proprio comportamento per promuovere la sostenibilità, soprattutto durante le vacanze.

Tuttavia, attraverso le meccaniche di gioco, è possibile raggiungere gli obiettivi di sostenibilità economica, sociale e ambientale sensibilizzando gli utenti. La percezione dell'utilità, della facilità d'uso e del divertimento dell'applicazione sono essenziali per influenzare i turisti e guidare il loro comportamento. La gamification migliora l'uso efficiente delle risorse e promuove comportamenti sostenibili come la raccolta differenziata. Queste meccaniche rafforzano la sostenibilità economica aumentando la fedeltà dei clienti e la consapevolezza del marchio e creando interazioni che coinvolgono gli utenti in atti caritatevoli.

Gli studi relativi al tema del comportamento sostenibile hanno

evidenziato un cambiamento positivo nel comportamento degli utenti, dimostrando che l'uso della gamification genera benefici utilitaristici ed edonici. Le meccaniche di gioco migliorano il processo di visita delle attrazioni turistiche, forniscono ai turisti informazioni su come riciclare, li educano a queste pratiche sostenibili e li incoraggiano a diffondere queste abitudini/comportamenti nella loro comunità.

Le ITC sono considerate un potente strumento utilizzato per migliorare la sostenibilità nel caso di aziende pubbliche e private. Tra tutti i tipi di applicazioni ICT, i servizi basati sulla localizzazione sono riconosciuti come una delle principali fonti di sostenibilità turistica. Questo tipo di applicazioni, compresi gli strumenti di gamification che le utilizzano, genereranno importanti benefici per la comunità di destinazione:

- Aumentare l'efficienza del consumo di risorse fornendo informazioni ai turisti.

- Migliorare la gestione dei flussi turistici (ad esempio, ridurre la lunghezza delle code di attesa, la congestione del traffico).

- Sostenere un'adeguata interazione tra i membri delle comunità locali e i turisti.

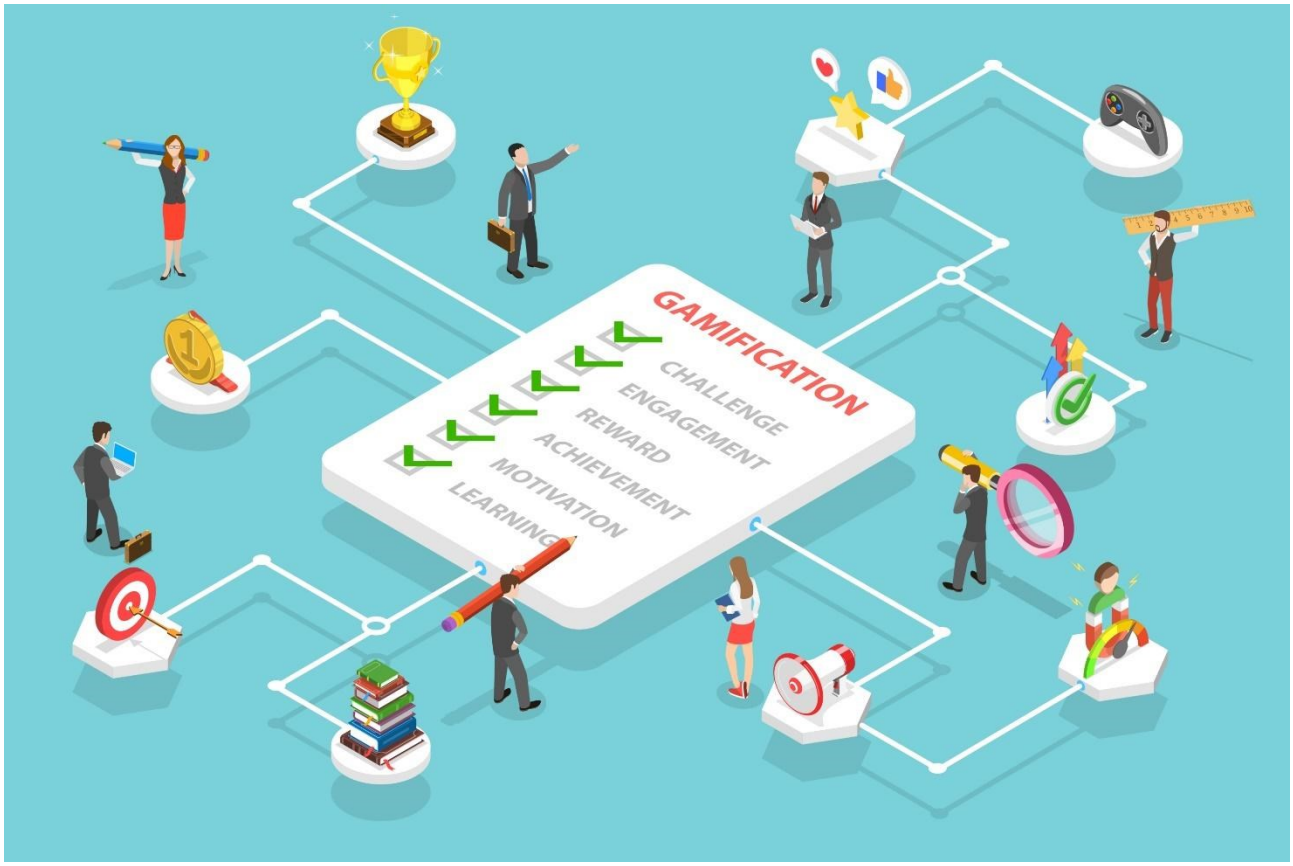
- Ridurre il degrado fisico dell'ambiente e sostenere la diversità biologica.

Il rapporto tra ITC e turismo sostenibile è simbiotico, in quanto gli strumenti ITC contribuiscono in modo significativo a migliorare gli impatti negativi del turismo.

In questo senso, le ITC rappresentano un modo per migliorare la gestione e il controllo dell'organizzazione, facilitare l'identificazione di aree sensibili dal punto di vista ambientale e fornire informazioni ai decisori, offrendo alla comunità l'opportunità di proteggere e promuovere le proprie risorse endogene.

La gamification rappresenta l'uso intenzionale di elementi di gioco per un'esperienza ludica di compiti e contesti non ludici. Mettendo in relazione i concetti di sostenibilità e gamification, si ritiene che le applicazioni di sostenibilità cerchino di sostenere e incoraggiare comportamenti sostenibili, come la riduzione della quantità di risorse utilizzate, l'investimento in iniziative di riciclaggio e in forme di energia rinnovabile e il riutilizzo dei materiali, ove possibile.

Pertanto, la gamification può concentrarsi su processi o risultati aziendali con l'obiettivo di modificare o coinvolgere comportamenti specifici di dipendenti, clienti o comunità di interesse. Le aziende del turismo e dell'ospitalità possono combinare elementi di gioco e utilizzarli per indurre determinati comportamenti. Hanno la possibilità di indurre i turisti a ridurre il livello di spreco di energia e di acqua, a utilizzare i trasporti pubblici o a valutare i servizi, ecc.



Gli obiettivi principali della gamification sono la promozione, lo sviluppo e la formazione di un quadro turistico sostenibile per l'intera comunità. Dato che lo sviluppo sostenibile non può essere raggiunto senza il coinvolgimento di un maggior numero di membri della società: turisti, residenti e dipendenti sono diventati il gruppo target che le autorità locali o le istituzioni culturali hanno cercato di coinvolgere in diverse azioni attraverso la gamification.

L'interazione virtuale e il meccanismo del gioco rappresentano un ambiente perfetto per coinvolgere tutti gli attori del turismo in un comportamento responsabile.

I principali cambiamenti comportamentali mirati attraverso la gamification sono stati:

- Sensibilizzare i turisti e i residenti locali sulla necessità di un consumo sostenibile. residenti locali;
- Consumo responsabile durante le vacanze;
- Risparmiare energia e ridurre i rifiuti;
- Coinvolgere in azioni di beneficenza.

4.GAMIFICATION E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Il viaggio si evolve attraverso nuovi concetti, poiché l'economia condivisa e i social media producono cambiamenti sistemici nel modo di intendere le relazioni tra ambiente e turisti. Inoltre, molti turisti utilizzano le tecnologie digitali e sono più ricettivi alle raccomandazioni di altri viaggiatori, parenti e amici. Chiedono anche prodotti e servizi turistici sostenibili ed esperienze personalizzate. Inoltre, la riduzione del potere d'acquisto ha portato le persone a considerare la condivisione delle risorse, con conseguente aumento dell'economia collaborativa.

La percezione negativa dei residenti nelle destinazioni con sovraffollamento turistico si manifesta in preoccupazioni di natura diversa, tra cui la paura della perdita di identità, l'aumento dei prezzi e l'incremento delle infrastrutture dedicate al turismo a scapito di quelle per i residenti. Inoltre, si teme la mancanza di alloggi accessibili a causa della crescita delle piattaforme collaborative e la congestione da parte dei viaggiatori giornalieri, come l'impatto del turismo crocieristico sull'ambiente.

Inoltre, sebbene il turismo generi ricchezza, ha anche effetti negativi sull'economia locale, aumentando l'inflazione e offrendo un tipo di lavoro generalmente non qualificato. D'altra parte, se a volte è un segno di prosperità, altre volte provoca un impoverimento indotto dall'iniqua distribuzione dei benefici e dalla mancanza di riconoscimento delle qualifiche dei lavoratori.

Alcune destinazioni stanno già adottando misure per controllare il sovraffollamento. Dubrovnik e Santorini stanno limitando l'accesso dei passeggeri delle crociere. Amsterdam e Venezia utilizzano la tecnologia per evitare la congestione in tempo reale, informando i turisti del sovraffollamento che si sta verificando in alcuni luoghi e fornendo informazioni su visite alternative meno sature. Secondo gli esperti, i prezzi possono essere un'altra misura per bilanciare la domanda e l'offerta. Un metodo proposto prevede la segmentazione delle tariffe in base al tipo di visitatore o all'ora del giorno.

Alcune destinazioni fissano addirittura un importo per garantire la loro sostenibilità. Tra i problemi che i comuni delle destinazioni turistiche sovraccariche hanno incontrato c'è l'integrazione dei visitatori nell'ecosistema del riciclaggio.

La preoccupazione di mantenere un'adeguata sostenibilità rende l'idea di promuovere comportamenti pro-ambiente un canale rilevante per raggiungere questo obiettivo. La mobilità turistica pone un problema pressante nelle città con una popolazione fluttuante significativamente superiore a quella permanente.

Gli obiettivi finali della gamification del rapporto tra organizzazioni turistiche e turisti sono legati soprattutto alla dimensione economica della sostenibilità: clienti più fedeli, maggiore frequenza di consumo, maggiore consapevolezza del marchio o sviluppo di nuovi prodotti. I turisti e i clienti delle strutture ricettive rappresentano il gruppo target dei giocatori, in quanto le aziende sono interessate a determinare specifici cambiamenti comportamentali che porteranno a un aumento della redditività. La gamification aumenta la soddisfazione del turista, in quanto facilita l'accesso a ulteriori opportunità e servizi nella destinazione: prodotti personalizzati, maggiori informazioni, riconoscimento sociale, modi migliori per utilizzare il tempo di viaggio, maggiore interazione virtuale con altri turisti di quella destinazione, ecc.

Le esternalità positive nella dimensione sociale della sostenibilità possono derivare dai cambiamenti comportamentali dei turisti o dalle strutture create per loro:

- Effetti di apprendimento per turisti e residenti
- Coinvolgimento dei turisti in azioni di beneficenza o in attività turistiche volte a ridurre la povertà e ad apportare cambiamenti positivi nei luoghi in cui vivono i residenti
- Miglioramento delle infrastrutture ITC della destinazione, con la possibilità per i residenti di usufruirne per uso personale.
- Le strutture per i turisti disabili saranno disponibili per i residenti disabili, ecc.

Inoltre, esiste un'esternalità ambientale positiva, perché, in generale, i media digitali riducono l'uso di risorse fisiche per la produzione e la distribuzione rispetto alla stampa, ma, d'altra parte, a livello di consumatori, comportano un aumento di energia dovuto all'uso di dispositivi elettronici.

Alcune applicazioni di gamification hanno l'obiettivo di influenzare il

comportamento dei visitatori o dei turisti e di promuovere il consumo sostenibile. L'uso di meccaniche di gioco può incoraggiare l'interesse per la sostenibilità e la sostenibilità del turismo. Gli studi che confrontano il consumo di risorse (acqua, energia, cibo, gas, ecc.) durante le vacanze con la vita di tutti i giorni sottolineano un livello accentuato di consumo e di spreco durante le vacanze. Pertanto, la sensibilizzazione al consumo sostenibile durante le vacanze e la creazione di strumenti per migliorare o modificare il comportamento di consumo dei turisti potrebbero rappresentare un importante contributo della gamification allo sviluppo del turismo sostenibile.

A questo proposito, un ottimo esempio è il concetto di piattaforma cittadina di Eindhoven (Paesi Bassi) per la riduzione delle emissioni di carbonio in una destinazione. Ciò richiede il coinvolgimento della comunità locale, delle imprese e dei turisti.

Il sistema prevede un'interazione sociale attraverso giochi e punti incentivanti. L'idea è molto semplice: i visitatori che utilizzano i trasporti pubblici guadagnano punti e li usano per ottenere sconti in ristoranti, bar, musei o una tassa di soggiorno ridotta, ecc. La piattaforma offre ai visitatori e ai cittadini soluzioni di servizio superiori per un turismo sostenibile e, allo stesso tempo, agisce come strumento per connettere le persone e consentire loro di agire in modo virtuoso come comunità sociale.

Questo concetto può essere applicato anche a questioni delicate come il consumo di acqua, la riduzione dei rifiuti o il risparmio energetico.

4.1.Wasteapp

Uno dei problemi principali delle città turistiche è la mancanza di informazioni sui cestini e sulle aree di riciclaggio. Le persone sembrano essere ben consapevoli della necessità di riciclare e generalmente lo fanno se sanno come farlo. Il riciclaggio di denaro è ben accettato dai cittadini

come un'attività che vale la pena intraprendere, a patto che esistano i mezzi per farlo.

Il comportamento di riciclaggio dei turisti è un problema affrontato da alcune città europee che soffrono di un turismo stagionale che fa sì che la popolazione fluttuante aumenti di molto rispetto a quella permanente. Questo problema incide sulla qualità della vita, non solo dei visitatori ma anche degli abitanti abituali di queste zone.

Tra le questioni rilevate c'è la mancanza di informazioni sui punti di riciclaggio, unita al fatto che i turisti si sentono esenti dalle norme sociali quando sono in vacanza e fuori dal loro ambiente abituale, creando problemi in aree specifiche come l'accumulo e la mescolanza indiscriminata di rifiuti.

Il progetto UrbanWaste, tra le altre iniziative, intende correggere questa cattiva immagine della destinazione e contribuire a far sì che i viaggiatori utilizzino i mezzi che la città mette a loro disposizione e che, di conseguenza, promuovono la reputazione della città. Attraverso l'uso efficiente delle risorse, il turismo intelligente dovrebbe avere un effetto positivo sulla sostenibilità della destinazione. A tal fine, sfrutta l'uso persistente che i viaggiatori fanno degli smartphone durante la loro visita. Sfrutta questa circostanza come alleanza per promuovere un comportamento pro-ambiente.

L'applicazione WasteApp, basata sulla gamification, mira a incoraggiare e attivare meccanismi che producano un'abitudine al comportamento di riciclo nei visitatori.

Visual from: www.urban-waste.eu

Questo lavoro è stato inquadrato nel contesto del turismo sostenibile attraverso comportamenti di riciclo, nell'ambito dell'iniziativa di ricerca H2020 guidata da un consorzio di 11 città (Nicosia, Siracusa, Santander, Ponta Delgada, Lisbona, Tenerife, Dubrovnik, Nizza, Copenaghen, Kavala e Firenze), denominato UrbanWaste.

Una delle proposte di ricerca prevedeva lo sviluppo di un'applicazione gamificata, WasteApp, basata sulla geolocalizzazione per promuovere il comportamento di riciclo dei turisti attraverso una serie di premi.

Questa sezione del progetto è stata suddivisa in tre fasi principali. In primo luogo, l'applicazione è stata definita e perfezionata con il feedback di un focus group tecnico. Successivamente, una serie di quattro città pilota selezionate sono state utilizzate per testare l'intenzione di utilizzare l'applicazione da parte di un gruppo di potenziali utenti. Questi risultati sono stati utilizzati per perfezionare l'applicazione prima di implementare la versione finale, testata con i turisti che hanno partecipato a un esperimento sul campo condotto nelle città pilota selezionate.

L'applicazione è rivolta ai turisti che perseguono un triplice obiettivo: da un lato, si intende sensibilizzare i turisti all'uso corretto delle infrastrutture per la raccolta differenziata dei rifiuti; dall'altro, si tratta di

utilizzare l'applicazione come piattaforma per una vasta raccolta di dati per ulteriori analisi sul comportamento dei turisti nella raccolta differenziata. Inoltre, questa applicazione fornisce informazioni sui turisti e raccoglie i reclami degli utenti. Infine, cerca di informare l'utente sulle politiche e sui metodi di riciclaggio in ogni città, indicando i punti di raccolta dei rifiuti, gli orari di raccolta e altri dati di interesse per il turista.

L'applicazione segue un paradigma basato sulla gamification per raggiungere gli obiettivi indicati. La gamification proposta si basa sull'ottenimento di punti che possono essere scambiati con premi nelle città pilota del consorzio UrbanWaste. I meccanismi per ottenere i punti sono la lettura dei codici QR (Quick Response) situati nei cestini dei rifiuti delle città e la pubblicazione di commenti sui social network utilizzando l'hashtag del progetto. Questi cestini appaiono su una mappa fornita dall'applicazione. Inoltre, ogni città ha un'offerta di premi che i turisti possono scambiare con i punti corrispondenti.

L'applicazione gamificata è stata sviluppata utilizzando il paradigma MDA (meccanica, dinamica, estetica). Il progetto è stato suddiviso in livelli. In primo luogo, un livello meccanico si è occupato delle relazioni algoritmiche e delle strutture di dati. In secondo luogo, un livello dinamico si occupava dell'uso della meccanica da parte dell'utente e delle interazioni con le strutture interne del gioco stesso. Infine, un livello "sensazioni" era direttamente collegato all'obiettivo finale del gioco: evocare una risposta emotiva da parte dell'utente. In questo caso, l'obiettivo è direttamente collegato a tre meccanismi primari: la ricompensa implicita di sapere di contribuire alla sostenibilità del luogo visitato, l'ottenimento di punti e, infine, la ricompensa ricevuta.

Il gioco funziona sui più diffusi sistemi operativi per telefoni cellulari e ogni città è stata studiata in modo indipendente. La filosofia del gioco si basa su una strategia di punti-ricompensa in cui gli utenti ottengono punti leggendo i codici QR situati sui cestini dei rifiuti.

Le sensazioni da evocare sull'utente sono le seguenti: utilità, sfida (per gli utenti in cerca di ricompense) e coscienza sociale/ecologica. La

meccanica proposta prevedeva di fornire agli utenti informazioni sulle strutture di raccolta dei rifiuti su una mappa interattiva, codici QR sui cassonetti per accedere ai punti di raccolta, un elenco di premi per ogni città e alcuni eco-tips (consigli ecologici relativi ai rifiuti) visualizzati sullo schermo degli utenti dopo la lettura dei codici QR.

Affinché un'applicazione gamificata aumenti la probabilità di ottenere un cambiamento nel comportamento, è essenziale garantire che vi sia un'influenza normativa tra i membri di una comunità digitale. In altre parole, un membro può iniziare a riciclare per assecondare il comportamento pro-ambiente del resto dei membri in modo da produrre un sentimento di accettazione. D'altra parte, gli elementi del gioco creano opportunità per la diffusione sociale di idee e comportamenti, rendendo visibili ad amici e colleghi azioni che sono intrinsecamente private.

Un altro vantaggio che le applicazioni gamificate possono fornire al giocatore è rappresentato da informazioni concrete su come sviluppare il proprio comportamento consapevole nei confronti dell'ambiente. I turisti spesso non hanno informazioni sugli standard e sugli orari della raccolta differenziata dei rifiuti nell'area che visitano. L'intervento può essere più efficace se ai turisti vengono fornite istruzioni specifiche e di facile comprensione che consentano loro di sapere come, quando e dove agire.

Come indicato in precedenza, un'applicazione gamificata della sostenibilità cerca di sostenere e incoraggiare i comportamenti sostenibili,

come ad esempio aiutare i comportamenti di riciclo, ridurre i rifiuti o risparmiare energia.

Le iniziative sviluppate per promuovere i comportamenti a favore dell'ambiente, in particolare il riciclaggio, sono state progettate come esperimenti isolati (collocando un contenitore separato che produce stimoli sonori e luminosi quando si verifica un'azione). Tuttavia, la proposta in cui è inquadrato il progetto cerca di raggiungere un numero maggiore di cittadini attraverso l'applicazione WasteApp, che incoraggia questi comportamenti e informa sui vicini quartieri di riciclaggio, utilizzando strumenti di gamification.

Gli strumenti di gioco utilizzati dalle strategie di gamification producono nell'utente uno stato che motiva intrinsecamente il cittadino a ripetere le azioni sostenibili; in altre parole, grazie alla gamification si forma un'abitudine. Questo stato di flusso può corrispondere alla soddisfazione dell'utente.

Inoltre, è possibile trovare studi sulla salute che hanno dimostrato che un nuovo comportamento diventa un'abitudine attraverso la ripetizione. Ciò implica che la frequenza di questo nuovo comportamento è significativa e finisce per coinvolgere le persone nella pratica. Ancora più importante, la formazione di questa abitudine porta le persone a mantenere l'azione a lungo termine, anche senza la necessità di utilizzare la gamification come motivazione.

Il cambiamento del comportamento a lungo termine si verifica solo se le persone eseguono ripetutamente un comportamento sostenibile e finiscono per interiorizzarlo. Recenti ricerche suggeriscono che la gamification riesce a mantenere il comportamento a favore dell'ambiente nel tempo e a produrre un cambiamento a lungo termine nel comportamento.

Il rinforzo del comportamento è uno degli effetti della gamification, un risultato che sembra essere più efficace della punizione. Come conseguenza di ciò, si produce un effetto causale: la gamification aumenta

la soddisfazione dell'utente quando viene regolarmente informato dei suoi progressi e gli viene offerto un feedback continuo sugli obiettivi che sta raggiungendo. Questo fatto consente di provare una sensazione di alto rendimento individuale che rafforza il comportamento promosso dall'applicazione.

I benefici psicologici, tra cui la soddisfazione per l'applicazione, si traducono in un impegno a utilizzarla. Sulla base della teoria del comportamento pianificato, ci si aspetta che la soddisfazione dell'utente abbia un'influenza positiva sul contributo all'azione di riciclaggio.

4.2.Water Ark e Ocean Limited

La conservazione dell'acqua è un altro contesto in cui i ricercatori hanno testato se la sostenibilità può essere promossa attraverso giochi e applicazioni gamificate. In uno studio che esaminava come aumentare l'impegno con un dashboard della comunità per prepararsi a eventi legati all'acqua (ad esempio, la pianificazione della conservazione dell'acqua durante una siccità), i ricercatori hanno confrontato il modo in cui diversi elementi di gamification influivano sulla frequenza con cui i partecipanti accedevano alla piattaforma.

I partecipanti, in particolare quelli interessati ad aiutare gli altri e a sostenere la propria comunità, hanno riferito di essere motivati a prepararsi per eventi legati all'acqua in risposta all'uso di elementi di gamification, come l'accumulo di punti per la lettura di articoli forniti sul dashboard. Allo stesso modo, l'aggiunta di una componente di visualizzazione del contatore dell'acqua tramite un'app che contemporaneamente fissava obiettivi di conservazione dell'acqua, incentivava le conversazioni sull'acqua e consentiva il confronto sociale con altri utenti ha portato a una riduzione del consumo di acqua.

È stato riscontrato che giochi da tavolo come "Water Ark" aumentano la conoscenza e la percezione della responsabilità personale nei confronti delle risorse idriche. Allo stesso modo, gli adolescenti che hanno giocato a "Ocean Limited", un altro gioco da tavolo, hanno dimostrato una maggiore capacità di risolvere problemi cooperativi legati alla sostenibilità marina (ad esempio, pianificare una risposta o prevenire future fuoriuscite di petrolio).

4.3.Nest

Per quanto riguarda il risparmio energetico, un esempio è il termostato intelligente Nest, che cerca di controllare e gestire i sistemi di riscaldamento e raffreddamento domestici. Questa applicazione combina tre dati: i sensori di movimento e temperatura integrati, i dati meteo locali e le osservazioni degli occupanti della casa. In circa una settimana, Nest crea un programma di riscaldamento e raffreddamento personalizzato per ogni famiglia. Nest è esteticamente gradevole, utilizza un premiato meccanismo di "foglie" virtuali per impostare la temperatura a livelli di efficienza energetica e ha iniziato a influenzare anche i comportamenti.

Il comportamento di risparmio energetico è importante non solo per le case monofamiliari, ma soprattutto per le abitazioni condivise, come i residence, i dormitori per studenti o le unità abitative, perché gli abitanti stessi sono poco consapevoli del consumo di energia, mentre i gestori o i proprietari hanno un elevato interesse a controllarlo. Poiché gli occupanti non sono incentivati a risparmiare energia o a ridurre lo spreco di risorse, la gamification è un modo per aumentare la consapevolezza delle questioni ambientali.

Le meccaniche di gioco sono state utilizzate con successo per coinvolgere gli studenti dell'Oberlin College e della University of Southern California in una competizione per ridurre il consumo di risorse nelle residenze. Come risultato delle loro attività, è stato fornito un eco-feedback sul web o su display pubblici condivisi.

5. CONCLUSIONI

Il capitolo ha esaminato i benefici della gamification nel turismo e nell'ospitalità sulla base dei pilastri della sostenibilità: economica, sociale e ambientale. Il risultato è una griglia completa con le principali implicazioni delle tecniche di gamification per i diversi tipi di stakeholder.

Questo studio colloca il ruolo della gamification per il turismo e l'ospitalità in un contesto più ampio di sviluppo sostenibile.

La gamification contribuisce all'esperienza turistica complessiva e può essere utilizzata come interfaccia tra turisti, organizzazioni e comunità locali, per stimolare comportamenti responsabili ed etici. A parte alcuni approcci che considerano la gamification come un altro modo per attrarre turisti o clienti, c'è una visibile caratteristica sostenibile: infatti, anche se questa tecnica è indubbiamente molto efficace nel garantire benefici economici nelle migliori pratiche analizzate, ha mostrato anche benefici significativi. in termini di sostenibilità sociale e ambientale.

Naturalmente, il beneficio più importante della gamification è l'aumento della fedeltà al marchio. Tuttavia, i risultati non dovrebbero essere valutati solo in termini di quantità di prodotti o servizi consumati, ma anche in termini di volontà dei turisti di adottare i comportamenti sostenibili raccomandati dai fornitori di gamification. Di conseguenza, verranno implementati alcuni valori creati per ridurre l'impatto ambientale e sociale negativo, soprattutto nel caso delle generazioni più giovani.

D'altra parte, la gamification dei servizi turistici ha un impatto positivo sulla comunicazione e sull'interazione sociale, portando a una consapevolezza collettiva estremamente importante per lo sviluppo delle comunità locali. I cambiamenti che ne derivano - personale più informato e più qualificato, aumento della soddisfazione, pensiero strategico imprenditoriale più accurato, atteggiamenti più positivi dei locali verso il turismo e la sostenibilità - portano a un cliente soddisfatto, garantendo la sostenibilità dell'organizzazione turistica. Il legame diretto con i turisti aiuta le comunità locali a conoscere, promuovere e integrare la loro cultura e i loro valori culturali.

Insieme a dipendenti più qualificati, la gamification contribuisce a migliorare l'immagine complessiva della città o della località, uno sviluppo della cooperazione tra aziende che può avere un impatto positivo sul benessere dell'intera comunità. I migliori risultati in termini di

miglioramento della sostenibilità sono stati riscontrati nel caso di strumenti di gamification destinati allo sviluppo o alla creazione di nuovi prodotti, alla formazione dei dipendenti e all'educazione di turisti e residenti. Attraverso la gamification, i nuovi prodotti turistici integrano obiettivi economici con esternalità sociali e ambientali positive, l'ambiente di formazione diventa più coinvolgente e i turisti scoprono la storia, la vita e l'identità delle destinazioni, il tutto con un impatto negativo minimo. sulla comunità locale e sull'ambiente.

Per aspirare a un approccio sostenibile, la gamification non deve solo rafforzare il rapporto tra turisti e dipendenti, ma anche includere la comunità locale nell'equazione. La gamification può aiutare a passare da una prospettiva di gamification incentrata sul business a una realmente sostenibile. L'autostima, il riconoscimento sociale e l'opportunità di creare nuove amicizie hanno il potere di sensibilizzare gli attori del turismo sull'impatto delle loro vacanze e di coinvolgerli in comportamenti sostenibili.

WHITE MANAGER

White Manager è una società privata, fondata nel 2015 a Milano. La società, nata come start up dal sogno di Bassani di un e-learning innovativo, conta più di 50000 studenti da tutto il mondo. White Manager opera come provider per diverse aziende globali che si occupano principalmente di turismo, servizi e assicurazioni, ma anche per associazioni con lo scopo di sviluppare la consapevolezza dei mercati locali del vino italiano.

White Manager crea percorsi di e-learning per il pubblico giovanile e adulto, con l'obiettivo di insegnare e divulgare i contenuti attraverso l'innovazione e la gamification. La gamification aiuta l'utente a immergersi più facilmente nella spiegazione e a ricordare meglio i concetti. Tutti i corsi di formazione includono le strategie e i dispositivi di apprendimento più innovativi (es. realtà virtuale, realtà aumentata; accessibile su telefoni, tablet, computer portatili; apprendimento digitale, apprendimento a distanza, webinar...).

Il team di White Manager è giovane, multidisciplinare, internazionale e dinamico. È composto da una varietà di persone con carriere e qualifiche diverse, che determinano la qualità e la diversità dei progetti che creiamo.

Specializzata nell'apprendimento e nello sviluppo di videogiochi, White Manager ha sviluppato e venduto il videogioco "The Way of

Life" in collaborazione con CyberCoconut, un'altra startup milanese. "The Way of Life" affronta temi come il bullismo, l'eutanasia, le molestie e la guerra, per coinvolgere il giocatore. Lo scopo del gioco è quello di risvegliare e sviluppare il pensiero critico e la coscienza sociale dei giocatori.

Nel corso dell'anno White Manager ha sviluppato diversi corsi di e-learning sui temi delle esigenze alimentari specifiche, dei rischi alimentari e dell'abuso di cibo, droghe e alcol. Questi corsi erano composti da un mix

di indicazioni, misure di prevenzione, soluzioni alternative e buone pratiche mirate ai diversi argomenti. Un'altra serie di corsi ha affrontato le possibili molestie dovute, tra l'altro, a problemi e disturbi alimentari.

Un altro ramo del progetto rilevante per l'applicazione è una serie di corsi pratici di e-learning incentrati sull'approccio OJT - On the Job Training. Questi corsi hanno guidato il personale di cucina di grandi aziende turistiche nella comprensione e nella messa a fuoco degli ingredienti e delle procedure da utilizzare per preparare pasti sani.

White Manager ha inoltre un'esperienza pluriennale nella scelta di diversi motori e soluzioni e-learning per sviluppare i propri corsi multimediali, che vanno dai video in loco e su misura, ai corsi di Realtà Virtuale, ai corsi a 360°, ai corsi 3D e 2D, ai corsi di gamification.

FONTI

- Aguiar-Castillo, L.; Rufo-Torres, J.; De Saa-Perea, P.; Perez-Jimenez, R. How to Encourage Recycling Behaviour? The Case ofWaste App: A Gamified Mobile Application. Sustainability 2018, 10, 1544.

- Anagnostopolou et al., 2018; Hamari et al., 2014°.

- Carli, D. Print vs. Digital Media: False Dilemmas and Forced Choices.

- Huotari, K. and Hamari, J. (2012), "Defining gamification: a service marketing perspective", Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference, ACM, Tampere.

- Koroleva, K., & Novak, J. (2020). How to Engage with Sustainability Issues We Rarely Experience? A Gamification Model for Collective Awareness Platforms in Water-Related Sustainability. Sustainability, 12, 712.

- UNEP; UNWTO. Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers, 2005..

- Uskov, A.; Sekar, B. Serious games, gamification and game engines to support framework activities in engineering: Case studies, analysis, classifications and outcomes. In Proceedings of the 2014 IEEE International ConferenceElectro/Information Technology (EIT), Milwaukee, WI, USA, 5–7 June 2014.

ISTO

8. Come incoraggiare comportamenti pro-ambiente tra i membri dello staff

Rivensco Consulting Ltd

1.INTRODUZIONE

Il turismo costituisce un settore dinamico che ha un grande impatto sull'economia mondiale, creando l'ambiente per uno sviluppo economico completo, soprattutto nei Paesi che hanno risorse limitate di materie prime. L'impatto diretto del turismo ha conosciuto una crescita massiccia dall'inizio del millennio ed è aumentato di circa il 300% in soli diciassette anni (grafico 1).

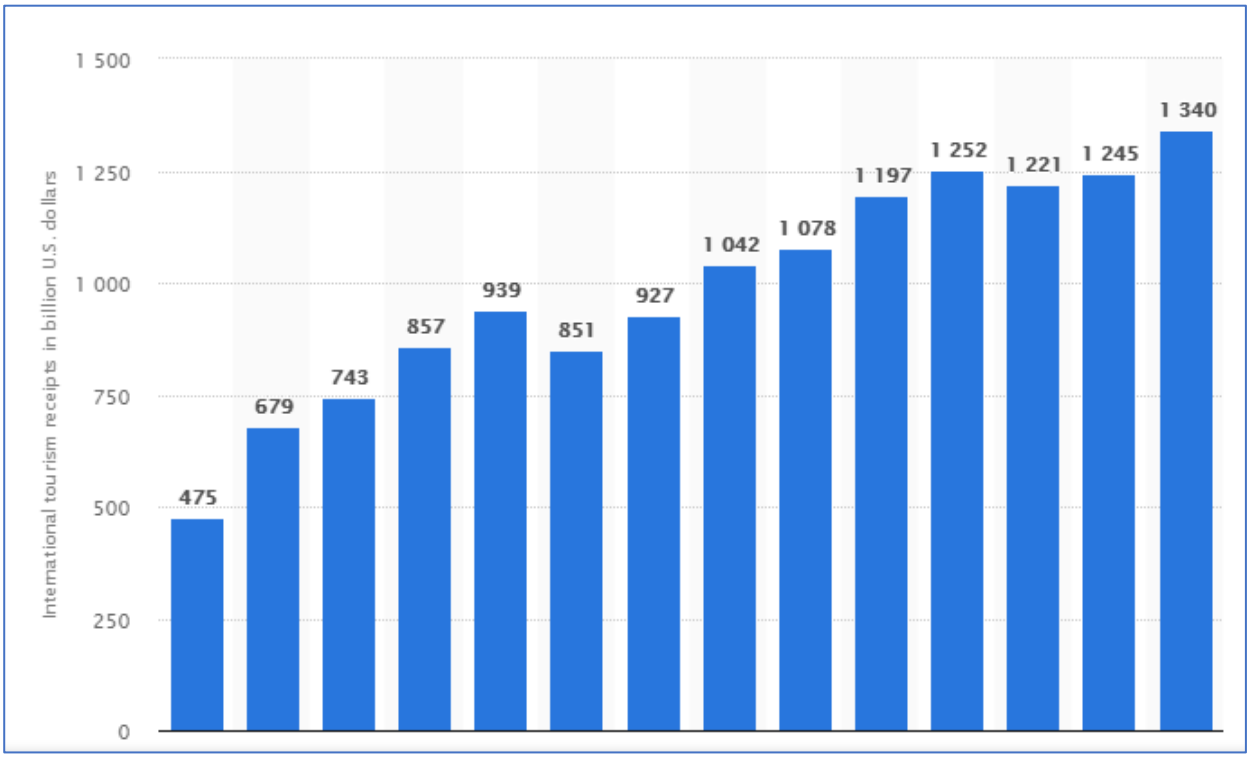


Grafico 1: Entrate turistiche internazionali globali dal 2000 al 2017 (in miliardi di dollari USA). Fonte: Statista (2018)

L'identificazione specifica fornisce una solida base su cui esaminare e valutare criticamente la comprensione complessiva della sostenibilità nell'industria del turismo. La rapida crescita delle entrate non può essere isolata dalla comprensione complessiva del turismo e, più specificamente, di come questo possa avere un impatto sull'economia della Repubblica di Cipro, che dipende in larga misura dal turismo.

L'industria dell'ospitalità è sempre stata considerata uno dei principali

motori della crescita economica a livello globale, contribuendo in modo massiccio a diversi indici importanti. Questa tendenza è aumentata rapidamente negli ultimi decenni e il 2019, l'anno appena precedente l'epidemia di Covid-19, è stato considerato il migliore in assoluto per l'industria alberghiera mondiale. È importante notare che questa tendenza è stata simile in tutte le regioni, nonostante alcune fluttuazioni per quanto riguarda il livello di questo sviluppo, evidenziando così l'importanza dell'industria dell'ospitalità a livello locale, nazionale e persino regionale, con l'Europa che è uno dei maggiori contributori. Secondo l'Organizzazione Mondiale del Turismo delle Nazioni Unite (UNWTO, 2020), alcuni di questi fatti sono i seguenti:

- Il turismo è la terza categoria di esportazione (dopo i carburanti e i prodotti chimici) e nel 2019 ha rappresentato il 7% del commercio globale.

- In diversi Paesi, il contributo del turismo al prodotto interno lordo (PIL) nazionale è molto elevato.

- Il turismo è stato massicciamente colpito dall'epidemia di Covid-19 e si prevede che sarà quello che si riprenderà per ultimo.

- Nessuna nazione è rimasta indenne dall'impatto della pandemia Covid-19, creando preoccupazioni per lo sviluppo futuro

- I ricavi delle esportazioni dal turismo potrebbero diminuire di 910 miliardi di dollari, scendendo a 1.200 miliardi di dollari nel 2020. Ciò avrà un impatto più ampio e potrebbe ridurre il PIL globale dell'1,5%-2,8%.

- Alcuni piccoli Stati insulari in via di sviluppo (SIDS) subiranno un impatto negativo fino all'80% a causa della pandemia.

Tutti gli elementi sopra citati creano serie preoccupazioni sul ruolo strategico e sull'impatto dell'industria dell'ospitalità e su come questa possa godere di uno sviluppo sano e sostenibile, dopo i recenti effetti

negativi. Si prevede che questo porterà a diversi cambiamenti in molti livelli della gerarchia organizzativa, richiedendo cambiamenti sostanziali per garantire che l'industria dell'ospitalità continui ad avere un ruolo significativo nell'economia globale. Ciò comporta una crescente importanza per i Paesi più piccoli, soprattutto quelli che dipendono fortemente dal turismo (tra cui la Repubblica di Cipro), per cui è necessario garantire che essi sviluppino strategie adeguate (FMI, 2020).

1.1.Iniziativa per il turismo sostenibile di Cipro (CSTI)

Nel 2006 la Repubblica di Cipro, in piena collaborazione con il settore privato, ha sviluppato l'Iniziativa per il Turismo Sostenibile di Cipro (CSTI), che è diventata un elemento fondamentale per lo sviluppo del turismo. In particolare, "l'obiettivo è quello di promuovere lo sviluppo di un approccio sostenibile al turismo a Cipro attraverso la salvaguardia, la conservazione e la protezione dell'ambiente, l'uso ragionevole delle risorse naturali e il miglioramento delle condizioni sociali ed economiche delle comunità rurali emarginate di Cipro" (CSTI, 2019). La collaborazione tra il CSTI, da un lato, e l'Organizzazione del Turismo di Cipro (CTO) e la Travel Foundation UK, dall'altro, ha permesso all'industria del turismo di prosperare anche in tempi di turbolenza economica.

Nel corso degli anni, il CSTI è riuscito ad attrarre e coinvolgere nella sua attività un gran numero di membri che contribuiscono efficacemente alla creazione di una cultura positiva nelle comunità locali e nelle organizzazioni private. In particolare, il CSTI comprende 64 gruppi di aziende che operano nel settore del turismo, 8 produttori di prodotti prevalentemente tradizionali, 7 comuni e 3 università. Inoltre, molte personalità di spicco si sono unite per contribuire all'iniziativa, che è

riuscita a sviluppare diversi progetti pionieristici incentrati sulla sostenibilità dell'industria turistica (grafico 3).

Graph 3: Project developed by CSTI (2019)

I progetti di cui sopra, la cui lista non è finita, forniscono lo spazio per comprendere l'impatto dell'attenzione strategica di Cipro, sia da parte del settore pubblico che di quello privato, nello sviluppo di una solida strategia sostenibile che consentirà all'industria del turismo di diventare più efficace e competitiva sul mercato internazionale.

1.2.Educazione e turismo sostenibile

L'educazione è importante per lo sviluppo della sostenibilità nell'industria del turismo. Secondo Moscardo (2015, p.1), "la crescente preoccupazione dell'opinione pubblica per le questioni ambientali sta contribuendo alla pressione su governi, imprese, gruppi e individui per trovare soluzioni che si muovano verso un rapporto più sostenibile con il pianeta. Un elemento chiave per raggiungere gli obiettivi della sostenibilità è l'educazione".

Questa identificazione è davvero importante perché è in piena sintonia con l'attenzione del Paese per lo sviluppo di una strategia di educazione

delle persone. Questa educazione si basa su tre livelli:

i. Istruzione secondaria: Preparare gli studenti a entrare nell'industria come cuochi e camerieri professionisti, fornendo loro le competenze adeguate da sviluppare nei lavori specifici, nonché la possibilità di sviluppare ulteriormente le loro competenze nell'istruzione terziaria. Questi programmi sono offerti in tutte le città nelle scuole tecniche e fanno parte del curriculum ufficiale del Ministero dell'Istruzione e della Cultura della Repubblica di Cipro;

ii. Istruzione secondaria superiore: A questo livello, gli studenti che si diplomano nei programmi offerti nell'istruzione secondaria sono preparati a entrare nell'industria del turismo in diverse professioni come il fornaio, la tecnologia dell'informazione (IT) e della comunicazione, le installazioni elettriche e industriali e la gestione delle forniture di prodotti;

iii. Istruzione terziaria: Diversi college e università hanno sviluppato programmi all'avanguardia per preparare gli studenti a entrare nel settore dei viaggi, dell'ospitalità e degli eventi (THE), in posizioni manageriali. Soprattutto organizzazioni terziarie private come il C.D.A. College, il CIM, l'UCLAN Cyprus, l'American College, il KES College, il College of Tourism and Hotel Management, l'Intercollege, l'Università di Nicosia e l'Università

Europea di Cipro, offrono un gran numero di corsi di laurea e post-laurea per preparare gli studenti a entrare nel settore, creando sostenibilità in termini di risorse umane;

Oltre ai tre livelli sopra citati, negli ultimi anni il governo della Repubblica di Cipro è riuscito a sviluppare una serie di programmi attraverso l'Autorità per lo Sviluppo delle Risorse Umane che si concentrano sulla fornitura di un supporto continuo ai professionisti di diversi settori, con l'industria del turismo in prima linea nei programmi specifici. Grazie a questi corsi di formazione, il Paese è riuscito a sviluppare un vantaggio competitivo sostenibile, in quanto può contare sulla propria forza lavoro per far progredire l'industria, considerata vitale per lo sviluppo complessivo del settore (Cooper & Shepherd, 1997; Barney & Clark, 2007).

1.3.Agriturismo sostenibile

Negli ultimi anni a Cipro l'agriturismo ha registrato una crescita massiccia grazie all'attenzione strategica del Paese nel fornire alle persone e alle imprese delle aree rurali le opportune agevolazioni, finanziarie e non, per diventare più efficaci e affrontare la crescente urbanizzazione che ha portato a un impatto negativo sullo sviluppo economico delle aree rurali.

Per consentire lo sviluppo sostenibile, il Paese ha progettato e attuato misure specifiche quali:

i. Sostegno finanziario;

ii. Formazione delle risorse umane;

iii. Supporto informatico;

iv. Supporto al marketing

v. Piattaforma comune on-line (https://www.agrotourism.com.cy).

Queste azioni hanno permesso lo sviluppo di oltre 2000 piccole e medie imprese (PMI) nelle aree rurali, creando oltre cinquemila nuovi posti di lavoro e contribuendo così allo sviluppo economico del Paese, dopo la recente crisi finanziaria. L'agriturismo costituisce un elemento importante per qualsiasi Paese e la sua sostenibilità dipende fortemente dalla capacità di ogni Paese di sostenere tali azioni (Williams, 2016).

1.4.Alternative Sustainable Forms of Tourism

La sostenibilità nel turismo richiede che i Paesi si assicurino di condurre ricerche di marketing estese per identificare le tendenze del mercato e fornire alle imprese l'opportunità di stabilire nuove forme alternative di turismo, che non solo avranno successo dal punto di vista finanziario, ma saranno anche caratterizzate da una sostenibilità a lungo termine, portando a un solido vantaggio competitivo (Triarchi & Karamanis, 2017).

Cipro è riuscita tradizionalmente a sviluppare i suoi prodotti e servizi turistici complessivi sulla base di ciò che il Paese ha in "produzione di massa": il clima soleggiato e le temperature equilibrate, anche durante i mesi invernali, caratterizzati da un clima mite e da temperature relativamente sopportabili. Questo ha fatto sì che il Paese si affermasse come una destinazione chiaramente rilassante dal punto di vista meteorologico.

Tuttavia, negli ultimi due decenni il Paese, attraverso la sua Strategia Nazionale che comprende sia il settore pubblico che quello privato, ha sviluppato diverse forme alternative di turismo. Questa strategia nazionale è riuscita a dare i suoi frutti e il Paese ha registrato una crescita relativamente positiva di altre forme di turismo come:

i. Il turismo medico, che attira migliaia di visitatori, si basa su due pilastri principali. Il primo riguarda i pazienti e attira migliaia di persone grazie all'alta qualità delle cure mediche private e ai costi più bassi degli ospedali privati rispetto agli altri Paesi sviluppati dell'UE (www.medicaltourism-cyprus.com). Il secondo pilastro si riferisce alle conferenze mediche che stanno fiorendo a Cipro, soprattutto negli ultimi anni (Med Events, 2019);

ii. Il turismo di pellegrinaggio è considerato una delle prime e più importanti forme di turismo. Cipro offre un'ottima opportunità per

visitare diversi siti legati ai primi anni del cristianesimo, attirando visitatori sia tra i cristiani ortodossi che tra quelli cattolici e protestanti. Inoltre, l'ambiente religioso tollerante ed estroverso dell'isola permette ad altre persone di visitare questi luoghi.

iii. Il turismo sportivo è considerato un'industria di massa che ha avuto un grande impatto sull'economia cipriota ed è riuscito a creare un bel marchio nel mercato sportivo internazionale. Il clima ideale, soprattutto tra settembre e maggio, consente lo sviluppo di numerosi grandi eventi come le maratone che si svolgono in ogni città, in periodi diversi dell'anno, in modo che tutti ne possano beneficiare. Inoltre, nel periodo novembre-febbraio, il Paese accoglie decine di squadre di calcio provenienti dal nord dell'Europa, dove il clima non facilita gli allenamenti. Su questa base, il Paese ha migliorato le proprie infrastrutture sia in termini quantitativi che qualitativi.

iv. Anche il turismo subacqueo attira migliaia di visitatori, poiché le acque limpide e sicure del Paese permettono di attirare persone che cercano questa forma alternativa di turismo. Inoltre, "le 64 spiagge con bandiera blu di Cipro sono riuscite a posizionare Cipro al primo posto in Europa per il rapporto tra le spiagge che hanno ricevuto la "Bandiera Blu" e il numero totale di spiagge del Paese, per il dodicesimo anno consecutivo". 8 spiagge cipriote hanno ricevuto la Bandiera Blu per la prima volta a Cipro, nel 1995". (Gojkovic, 2017). Pertanto, si ritiene che ciò si aggiunga al prodotto turistico complessivo, creando l'opportunità per le imprese legate a questo specifico settore di svilupparsi a un livello più professionale, avendo il pieno sostegno delle autorità del Paese.

Tutte queste costituiscono solo alcune delle forme alternative di turismo che sono state sviluppate. L'elenco non è esaustivo, tuttavia questi sono considerati alcuni dei modi migliori per attirare più persone e prolungare la stagione estiva, dato che la stagionalità costituisce uno degli ostacoli più importanti del settore (Duro, 2018). Oltre a tutto ciò, recentemente sono state avviate altre iniziative in settori quali il turismo enogastronomico, in quanto Cipro è uno dei primi Paesi ad aver prodotto

vino, e il cicloturismo, grazie alla formazione del Paese e al bel tempo. Tuttavia, è necessario fare di più in questi settori, che sono solo nella fase iniziale.

2. COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO E COMPORTAMENTI PRO-AMBIENTALI

Il Comportamento Organizzativo è considerato un fattore estremamente importante nello sviluppo delle organizzazioni contemporanee, che porta i team di gestione a stabilire politiche estroverse per garantire un aumento sostanziale delle prestazioni complessive, sia in ambienti interni che esterni. Il Comportamento Organizzativo è definito come "...lo studio accademico di come le persone interagiscono all'interno dei gruppi e i suoi principi sono applicati principalmente nel tentativo di far funzionare le aziende in modo più efficace" (Investopedia, 2022). Questa identificazione offre l'opportunità di esplorare una serie di altri elementi relativi alle operazioni aziendali e, soprattutto, all'industria dell'ospitalità, poiché quest'ultima sta affrontando alcuni seri problemi in relazione al comportamento organizzativo, che portano a gravi problemi, come la produttività e la tanto desiderata soddisfazione dei clienti.

Oltre a tutto ciò, si ritiene di primaria importanza identificare il concetto di Comportamenti Pro-Ambientali (PEB) e come questo concetto possa contribuire alla comprensione del suo impatto nell'Industria Alberghiera. Sono stati sviluppati diversi approcci per identificare il concetto, fornendo un'ampia gamma di riflessioni critiche. Tuttavia, uno dei più credibili è stato sviluppato da Graves et al. (2013, p. 81), che hanno definito il PEB come "un ampio insieme di attività responsabili dal punto di vista ambientale, come imparare di più sull'ambiente, sviluppare e applicare idee per ridurre l'impatto ambientale dell'azienda, sviluppare processi e prodotti verdi, riciclare e riutilizzare, e mettere in discussione le pratiche che danneggiano l'ambiente".

Oltre a tutto ciò, il PEB può potenzialmente:

- Allineare l'organizzazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) che rifletteranno l'intera direzione, specialmente quando ciò è correlato alla definizione della strategia e costituisce una dimensione fondamentale.

- Può migliorare in modo sostanziale i risultati positivi attesi della performance organizzativa complessiva delle organizzazioni e stabilire ulteriori transizioni sostenibili verso una produzione a basse emissioni di carbonio. Quest'ultima può essere vista come una protezione dell'ambiente e come la capacità delle organizzazioni di garantire una politica sostenibile di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) (Mouro & Duarte, 2021).

-

Tutte le identificazioni e le argomentazioni di cui sopra possono aiutare le organizzazioni a diventare più estroverse e quindi a identificare i benefici a lungo termine che il PEB può avere sugli aspetti ambientali interni ed esterni. Questo può fornire ulteriori incentivi sia ai leader/dirigenti delle organizzazioni che ai dipendenti, portando a evidenti benefici che possono contribuire a uno sviluppo sostenibile.

Negli ultimi anni i Paesi in via di sviluppo hanno sfruttato appieno tali azioni per raggiungere diversi obiettivi, quali:

- Proteggere il loro ambiente, sentendosi vulnerabili rispetto alle condizioni ambientali complessive che esistono nel lavoro, porta a un impatto negativo in questi Paesi, che è ben lungi dall'essere proporzionato rispetto a ciò che stanno effettivamente producendo in termini di emissioni. Ciò è più evidente nelle aree altamente sensibili in cui la protezione è importante.

- Proteggere le imprese del Paese, soprattutto quelle piccole, che sono esposte alle sfide interne ed esterne del PEB, mettendo a

rischio la loro sopravvivenza complessiva. Ciò può essere visibile nelle piccole imprese che operano in aree remote e/o svantaggiate, con conseguenti gravi preoccupazioni per il loro sviluppo sostenibile.

- Creare sinergie tra il settore pubblico e quello privato che possano aggiungere valore all'HI. I membri del personale possono trarre vantaggio dall'attenzione strategica rivolta ai partenariati pubblico-privati (PPP) e possono potenzialmente aumentare la loro consapevolezza sul PEB, sulla protezione dell'ambiente esterno e, naturalmente, sullo sviluppo dell'ambiente interno.

- Formare le risorse umane di HI in aree quali la tutela dell'ambiente attraverso le operazioni di business. La formazione in aree come la necessità di riciclare ha portato a risultati positivi soprattutto nelle piccole città che si basano sull'attrazione del turismo, per cui lo sviluppo sostenibile è un requisito fondamentale. In queste piccole città, la partecipazione della maggior parte della popolazione crea nuove opportunità e aiuta le imprese locali a sviluppare le loro attività PEB, sia internamente che esternamente.

Queste attività di riciclaggio dei PEB possono avere importanti benefici, quali:

i. Riduzione dei rifiuti inviati alle discariche e agli inceneritori - La Commissione Europea (2019) dedica un'attenzione eccezionale a questa direzione, al fine di identificare il problema e aumentare la consapevolezza, innescando così un maggiore PEB da parte dei dipendenti dell'HI, affermando che "i costi di smaltimento dei rifiuti sono probabilmente destinati ad aumentare costantemente in futuro a causa della diminuzione dello spazio in discarica e dell'aumento dei costi di raccolta e smaltimento. Una cattiva gestione dei rifiuti ha implicazioni per l'igiene e la salute, la qualità ambientale, le risorse e la sostenibilità economica. La gestione e il trattamento dei rifiuti sono disciplinati da una

moltitudine di norme, tra cui quelle locali, nazionali ed europee in materia di rifiuti, le norme sulla salute e sulla sicurezza in relazione alla gestione dei rifiuti, le norme sul rumore in relazione alle operazioni di compattazione e di raccolta". Tali rapporti e identificazioni da parte degli organi ufficiali dell'UE non possono essere sottovalutati, poiché forniscono indicazioni chiare sull'impatto negativo del Turismo e, soprattutto, su come tutte queste conseguenze negative possano essere affrontate grazie a un approccio strategico. È ovvio che il ruolo dei dipendenti del PEB può contribuire a questa direzione, invitando sia il settore pubblico che quello privato (partnership pubblico-privato - PPP) a sviluppare azioni che contribuiscano in modo sostanziale alla protezione dell'ambiente. Tali azioni di PPP estroverse e innovative sono già state avviate da tempo nell'HI in diverse parti del mondo, come ad esempio in Asia con l'assistenza della Cooperazione Economica Asia-Pacifico (APEC, 2002), che ha portato alla definizione delle famose 5 P e ha gradualmente condotto alla protezione e allo sviluppo ambientale sostenibile:

1. Policy e pianificazione
2. Modellazione predittiva
3. Monitoraggio delle prestazioni
4. Miglioramento delle prestazioni
5. Rendicontazione delle prestazioni

ii. Prevenzione dell'inquinamento - Il livello di inquinamento dovuto all'attività turistica in tutto il mondo si è sviluppato in modo drammatico negli ultimi decenni, poiché sia le nazioni che le singole imprese del settore turistico non sono riuscite ad affrontare efficacemente il problema e quindi a fornire le migliori soluzioni possibili. Questa situazione è aumentata nel corso dei decenni, nonostante i continui sforzi degli scienziati di tutto il mondo che hanno chiesto di intraprendere azioni immediate ed efficaci per (i) proteggere l'ambiente e (ii) garantire lo sviluppo sostenibile del settore, soprattutto nelle aree

sensibili dal punto di vista ambientale che richiedono una protezione immediata. Problemi come i rifiuti, l'uso eccessivo di cibo nonostante non sia necessario, le emissioni prodotte dai trasporti del settore (aerei, navi da crociera, autobus, ecc.) sono solo alcuni degli elementi legati all'industria e all'inquinamento generale. Nello specifico, il turismo è responsabile di circa l'8% delle emissioni di carbonio a livello mondiale, il che richiede l'adozione di azioni immediate (STI, 2020). Nonostante si tratti di una questione più ampia legata allo sviluppo della Strategia a livello nazionale e internazionale, il ruolo dei dipendenti nell'ambito della definizione del PEB può essere considerato di vitale importanza, poiché attraverso le loro azioni possono:

- Informare il turismo dell'impatto negativo delle sue azioni e aiutarlo a capire che la protezione dell'ambiente nei luoghi che visita non è solo un beneficio per le aree specifiche, ma può portare a un beneficio cumulativo, che si ripercuote sulle sue stesse aree di vita.

- Sviluppare azioni insieme alle imprese per aumentare la consapevolezza, soprattutto nelle generazioni più giovani che sono più propense a partecipare a tali azioni. Queste azioni del PEB possono essere considerate fondamentali per l'impatto positivo a lungo termine.

iii. Conservazione delle risorse naturali - La necessità di conservare le risorse naturali sta vivendo una crescita massiccia a causa dei rapidi cambiamenti ambientali in tutto il mondo che richiedono un'attenzione specializzata, con gli scienziati che devono prestare un'attenzione eccezionale in questa direzione. Inoltre, diverse organizzazioni come il National Geographic (2022) sottolineano l'importanza di preservare le risorse naturali e affermano che "la conservazione è la cura e la protezione di queste risorse in modo che possano persistere per le generazioni future. Comprende il mantenimento della diversità delle specie, dei geni e degli ecosistemi, nonché delle funzioni dell'ambiente, come il ciclo dei nutrienti". La questione che si pone in relazione al turismo e al PEB è fino a che punto la risorsa umana è istruita e pronta per consentire la creazione

di attività legate al tema del sottoesame. La risorsa umana dell'industria turistica può sviluppare azioni di PEB e può aiutare le aree rurali e altre aree svantaggiate a superare problemi come il "turismo spazzatura" che minaccia diverse aree in tutto il mondo, con alcune delle città più rappresentative (come Venezia, Amsterdam e Barcellona) che devono affrontare questi gravi problemi. Pertanto, la risorsa umana, attraverso l'interazione quotidiana con i turisti, può aiutare questi ultimi a diventare più educati e a creare uno sviluppo più sostenibile. L'ecoturismo ha subito un impatto negativo a causa dell'ampio sviluppo del "turismo spazzatura" e la risorsa umana può contribuire alla conservazione delle risorse naturali attraverso specifici PEB. Questi includono la distribuzione di materiale scritto che viene sviluppato dalle autorità nazionali e regionali e che spiega l'impatto del "turismo spazzatura". Inoltre, diversi ricercatori hanno identificato che il PEB nell'ecoturismo è importante per la gestione dei conflitti nell'ecoturismo e il degrado dell'ambiente nelle aree ecoturistiche è fortemente influenzato dai comportamenti di deprezzamento dei visitatori.

iv. Risparmio energetico - Il concetto di risparmio energetico è definito come "per risparmio energetico si intende una quantità di energia risparmiata determinata misurando e/o stimando il consumo prima e dopo l'attuazione di una misura di miglioramento dell'efficienza energetica, garantendo al contempo la normalizzazione per le condizioni esterne che influenzano il consumo di energia". Le risorse umane dell'industria turistica possono avere un impatto positivo su questo tentativo attraverso il PEB, che può essere basato su azioni strategiche specifiche quali:

- Sviluppare un programma di gestione dell'energia - Questo può fornire indicazioni specifiche che possono essere applicate in diverse azioni, come l'uso delle unità di condizionamento dell'aria. Questo è importante, soprattutto durante il periodo estivo, quando l'utilizzo di energia raggiunge i punti massimi. Pertanto, il PEB da parte dei dipendenti dell'industria alberghiera è di vitale importanza.

- Sviluppare sensori e controlli - Le risorse umane, in particolare quelle che lavorano nei reparti di meccanica, ingegneria e manutenzione, possono fornire suggerimenti su soluzioni pratiche che contribuiscano al risparmio energetico, con il ruolo della tecnologia, come sensori e controlli, come azione pratica di PEB.

- Sistemi di energia rinnovabile - Proprio come l'attività PEB precedente, l'implementazione di sistemi di energia rinnovabile può contribuire alla protezione dell'ambiente, soprattutto in aree turistiche altamente sensibili. I reparti di manutenzione, soprattutto nelle grandi aziende, possono contribuire a questo obiettivo spiegando ai dirigenti i vantaggi a lungo termine.

- Serbatoi di acqua calda e caldaie ad alta efficienza - Sebbene queste due azioni siano separate, a livello pratico possono essere unite. Le risorse umane di HI possono applicare queste soluzioni nel loro programma strategico. La richiesta di un budget relativo a questi due aspetti può avere diversi vantaggi. In primo luogo, l'azienda risparmierà molto denaro nel lungo periodo e, in secondo luogo, i turisti potranno diventare più consapevoli. Queste attività di PEB sono davvero importanti e, dato il problema della scarsità d'acqua, la necessità di concentrarsi sul risparmio idrico è più grande che mai.

v. Creazione di posti di lavoro - La creazione di posti di lavoro rimane una sfida importante per il settore turistico e per l'intera economia. Uno dei principali problemi attuali, nonostante le economie globali siano colpite da un'inflazione elevata e da alti tassi di disoccupazione, è l'incapacità di trovare risorse umane qualificate. Ciò è chiaramente visibile nel settore del turismo, che è stato duramente colpito dalle conseguenze negative dell'epidemia di Covid-19, che ha messo in luce i problemi strutturali dell'HI. Ciò richiede un'efficace pianificazione strategica da parte delle autorità nazionali per affrontare efficacemente il problema. Per quanto riguarda il PEB e la creazione di

posti di lavoro, sia le aziende che i lavoratori sono chiamati a sviluppare azioni specifiche e ben mirate che portino ad attrarre un numero adeguato di forza lavoro qualificata per equipaggiare l'HI. Alcune di queste azioni riguardano:

- Lo sviluppo dell'ecoturismo ha la capacità non solo di creare posti di lavoro nell'HI, ma soprattutto di consentire ai dipendenti di diversificare le proprie competenze e, di conseguenza, di diventare più produttivi. L'ecoturismo si è sviluppato rapidamente in tutto il mondo, consentendo la creazione di posti di lavoro per milioni di persone. L'aspetto più importante è che i nuovi posti di lavoro nel settore dell'ecoturismo vengono assegnati alle comunità locali, per cui è necessario che HI si faccia carico di una chiara direzione di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI). I dipendenti di HI possono educare i giovani attraverso attività di PEB per attirarli. Alcune delle aree in cui queste attività potrebbero essere sviluppate sono: "tour della natura, osservazione della flora e della fauna, turismo culturale e del patrimonio locale, turismo dei vulcani; turismo della pesca, turismo in bicicletta, turismo del birdwatching, turismo in kayak, passeggiate nel bush, turismo escursionistico, turismo delle acque fredde, caccia; visita dei parchi, guida panoramica, turismo fotografico, campeggio; esperienze in spiaggia, relax, viaggi di auto-miglioramento" (CBI, 2020).

Se si considera in modo critico il PEB e le definizioni sopra citate, nonché tutte le altre questioni che sono state sviluppate, nell'ambito delle potenzialità dei dipendenti di diventare un attore importante nelle attività del PEB, si può affermare con sicurezza che questo concetto:

- Incoraggia lo sviluppo di un ambiente di apprendimento all'interno delle organizzazioni per aumentare le conoscenze accumulate e, di conseguenza, fornire l'opportunità di un contributo sostanziale all'interno dell'organizzazione. Le organizzazioni che apprendono in HI hanno maggiori probabilità di diventare più estroverse, di sviluppare attività più redditizie e di mantenere i propri dipendenti più a lungo

rispetto alle altre organizzazioni. Le organizzazioni che apprendono sono considerate quelle organizzazioni che utilizzano un approccio sistematico e strategie per sviluppare una cultura interna che si concentri sull'acquisizione di nuove conoscenze, poiché queste ultime sono considerate uno degli aspetti più critici che le aiuteranno a svilupparsi in modo sostenibile. Le organizzazioni di apprendimento in HI sono in rapida crescita e offrono ai propri dipendenti l'opportunità di sviluppare le proprie competenze e il PEB, sulla base delle proprie capacità ed esperienze uniche, tutte fondamentali per il successo a lungo termine. Le Organizzazioni di Apprendimento in HI possono, attraverso il PEB, ottenere benefici specifici quali:

- Dipendenti più preparati e produttivi - Quando i dipendenti di HI sono attivamente impegnati nelle attività di PEB è più probabile che producano risultati migliori e creino un ambiente positivo in grado di attrarre dipendenti più qualificati, oltre a coinvolgere i turisti nelle attività di PEB, che è considerato un elemento essenziale

- Identificazione di nuove opportunità - Le organizzazioni che apprendono hanno maggiori probabilità, attraverso la pianificazione strategica del PEB, di identificare nuove opportunità e creare l'ambiente adatto per l'innovazione, la creatività e, di conseguenza, lo sviluppo sostenibile. Questo impegno dei dipendenti porta a benefici nelle aree remote e/o svantaggiate.

- Sviluppo della leadership - Le organizzazioni di apprendimento che applicano il PEB come parte dei loro programmi SHRM si sono dimostrate più flessibili nello sviluppo di nuovi leader. Tali programmi consentono all'intera HI di diventare più estroversa e al suo patrimonio umano di impegnarsi più attivamente e di sviluppare competenze critiche di leadership.

- Si pone l'esigenza per i manager di creare un ambiente positivo che valorizzi tali attività, attraverso la creazione di un piano strategico che tenga conto di tutte le considerazioni dei dipendenti. Le attività di PEB richiedono ai manager di sviluppare specifiche capacità di leadership che li aiutino a suscitare l'interesse

dei dipendenti e a far capire loro che la loro partecipazione all'HI può avere maggiori benefici per l'intera società. Alcune delle capacità di leadership che i dipendenti di HI possono applicare durante le attività del PEB e aiutare gli altri a partecipare alle loro azioni sono:

- Creazione di relazioni tra i dipendenti e l'organizzazione, tra i dipendenti e i turisti e, soprattutto, collegamento di tutti questi elementi con le società locali.
- Agilità e adattabilità, in quanto entrambi gli elementi consentono ai dipendenti di HI di diventare più flessibili nel loro PEB, adattandosi alle esigenze e ai requisiti unici di ciascun gruppo.
- Innovazione e creatività, in quanto i dipendenti HI possono essere chiamati a sviluppare azioni considerate fuori dagli schemi. L'innovazione è un fattore critico sia per l'HI che per il concetto di leadership.
- Motivazione, per migliorare l'efficienza e l'efficacia. L'HI è caratterizzato da tali requisiti nelle attività del PEB, in quanto sono legati alla disponibilità di risorse e alla loro efficiente allocazione e utilizzo.
- processo decisionale nei casi in cui l'HI deve prendere decisioni critiche. Il PEB nelle attività di HI si basa sui fatti, pertanto i dipendenti possono applicare tali competenze attraverso lo sviluppo della loro leadership.

- sensibilizzare l'organizzazione sulla necessità di sviluppare attività di autovalutazione e autosviluppo, fondamentali per un efficace sviluppo a livello personale e organizzativo. L'autovalutazione è considerata uno strumento importante, utilizzato da un numero crescente di organizzazioni HI in tutto il mondo, che consente ai dipendenti di valutare le proprie prestazioni in base a criteri specifici. Questo può aiutarli a migliorare, poiché l'autovalutazione è solitamente utilizzata solo per motivi personali. Pertanto, questo strumento può essere utilizzato nelle attività del PEB, sia per motivi interni che esterni.

Il Comportamento Organizzativo e il PEB all'interno dell'HI altamente sensibile si basano entrambi su specifici elementi costitutivi che devono essere sviluppati all'interno dell'organizzazione per garantire che lo sviluppo organizzativo sia effettivamente basato su una struttura scientifica piuttosto che su un semplice approccio empirico, nonostante quest'ultimo sia considerato di importanza critica per un sano sviluppo dell'HI. Ci si aspetta che questo porti a risultati positivi e crei un senso di

inclusione lavorativa per tutte le risorse umane, aumentando così la capacità complessiva dell'organizzazione di far crescere il proprio capitale umano, sia in termini numerici (quantità) che di competenze e conoscenze accumulate (qualità). Pertanto, entrambi devono coesistere nelle attività di HI PEB. Questi elementi costitutivi sono:

- Persone - La risorsa umana e, di conseguenza, il capitale umano costituiscono un fattore insostituibile che deve essere al centro di qualsiasi attività organizzativa aziendale. Questo aspetto assume un'importanza crescente nell'industria dell'ospitalità, poiché le persone che vi lavorano entrano in contatto con ospiti provenienti da contesti diversi, il che rende il loro ruolo vitale.

- Struttura - La struttura di tutte le organizzazioni è un elemento chiave per ottenere risultati positivi. Inoltre, una struttura chiara consente alle risorse umane di identificare le sfide in termini di comportamento organizzativo e di comportamento ambientale. Dato che quest'ultimo può essere correlato sia agli ambienti operativi interni, sia all'impatto sull'ambiente fisico che l'industria alberghiera ha, la struttura è valutata come un elemento che può aumentare la produttività e la sensibilità ambientale.

- Tecnologia dell'informazione - Il rapido sviluppo della tecnologia dell'informazione in tutti i settori dell'attività economica offre alle organizzazioni l'opportunità di ottenere dati sulle offerte, analizzarli e quindi creare un'ampia base di dati che può essere utilizzata per motivi sia interni che esterni. La banca dati dell'industria alberghiera può aiutare le organizzazioni a identificare le principali sfide e tendenze in termini di comportamento organizzativo e, di conseguenza, a informare e influenzare le risorse umane in relazione ai comportamenti pro-ambientali. Un numero crescente di aziende del settore alberghiero ha orientato le proprie strategie verso questa direzione specifica, soprattutto da quando le fluttuazioni economiche consecutive hanno creato nuove realtà nel settore.

- Ambiente - Il concetto di ambiente nell'industria dell'ospitalità è considerato complesso e negli ultimi decenni sono stati sviluppati diversi approcci, sia nella ricerca accademica che nell'approccio professionale, in quanto influenzano la qualità complessiva (Goetsch & Davis, 2016). Il primo approccio è legato al comportamento organizzativo interno e all'ambiente aziendale interno, che si rivolge principalmente al concetto di marketing, in quanto l'ambiente fisico costituisce un elemento integrante dell'approccio Marketing Mix in cui interagiscono il cliente e le risorse umane, pertanto il comportamento organizzativo può influenzare l'esperienza del cliente. Tuttavia, nel settore dell'ospitalità, il concetto di ambiente sta assumendo un'importanza diversa, poiché l'interazione avviene in diversi ambienti, come quello naturale. Tutto ciò crea la necessità di considerare l'ambiente da un punto di vista completamente diverso, soprattutto perché le forme alternative di turismo possono aggiungere alla Value Proposition complessiva, con i comportamenti pro-ambientali da considerare una priorità per l'intera industria dell'ospitalità.

L'esame di tutti e quattro i principali blocchi di Comportamento Organizzativo e PEB porta a conclusioni specifiche che l'industria dell'ospitalità deve prendere in seria considerazione per riuscire a influenzare efficacemente il patrimonio umano verso il miglioramento in relazione agli argomenti esaminati.

Pertanto, queste conclusioni si riferiscono principalmente a:

- La necessità di investire nel patrimonio umano per diventare uno degli attori principali di questo processo. Questo obiettivo può essere raggiunto solo attraverso un approccio strategico chiaro che influenzerà i comportamenti pro-ambientali.

- Come risultato di quanto sopra, le strutture dell'industria alberghiera devono essere semplificate, in quanto rischiano di

essere percepite come burocratiche e quindi di diventare un fattore negativo (Nurdaulet, 2022).

- Un'attenzione particolare deve essere rivolta agli investimenti legati all'Information Technology, in quanto quest'ultima può offrire enormi opportunità sia alle organizzazioni che ai loro dipendenti. Può anche contribuire alla diffusione di conoscenze sui comportamenti pro-ambientali.

Alcune delle sfide che riguardano il PEB nei membri del personale dell'HI e che possono potenzialmente danneggiare l'intera organizzazione, e quindi la sua capacità di svilupparsi sulla base di principi etici e legali, sono le seguenti:

- Costruire relazioni - Le relazioni interne tra la direzione e i reparti hanno incontrato seri problemi che hanno portato a bassi tassi di fidelizzazione, soprattutto nelle piccole e medie imprese (PMI). Dato l'impatto strategico delle PMI nell'economia globale e, naturalmente, nell'economia dell'UE e del Regno Unito, dove le PMI rappresentano ben il 67% del contributo complessivo al Prodotto Interno Lordo (PIL), il loro ruolo di PEB sta vivendo una crescita massiccia, in quanto possono contribuire alla riduzione dell'impatto ambientale negativo e a un futuro più sostenibile (GOV. UK. 2022). Inoltre, ciò ha avuto un impatto negativo sulle relazioni tra i responsabili dei reparti e la direzione, i responsabili dei reparti e i loro subordinati e, cosa peggiore, sull'ambiente tossico e sulle relazioni tra i dipendenti dello stesso reparto.

- Motivare i dipendenti - La motivazione dei dipendenti ha conosciuto una crescita massiccia negli ultimi decenni sia a livello accademico che professionale, accrescendo l'importanza delle Risorse Umane nelle aziende e nelle società contemporanee. Ci si aspetta che le Risorse Umane partecipino non solo alle operazioni convenzionali delle organizzazioni, ma anche a molte altre, e che la Responsabilità Sociale d'Impresa

(RSI) sia parte integrante di questa procedura. Il PEB può essere considerato un elemento importante della RSI e la partecipazione dei dipendenti deve essere valutata come di primaria importanza per le società contemporanee. Negli ultimi anni diversi Paesi (tra cui la Repubblica di Cipro) hanno prestato un'attenzione eccezionale al concetto di motivazione dei dipendenti al fine di partecipare al PEB nell'HI. L'Autorità cipriota per lo Sviluppo delle Risorse Umane (HRDA) si rende conto dell'importanza di queste azioni di PEB nell'HI e, in piena collaborazione con il Vice Ministero del Turismo, ha sviluppato programmi che si concentrano sulle piccole e grandi imprese per informare i loro dipendenti sulla necessità di attività di PEB attraverso azioni specifiche che saranno vantaggiose per loro stessi, per le loro società locali e per l'industria in generale.

Pertanto, tutti i PEB di sopra sono direttamente collegati a:

- La capacità delle organizzazioni di espandere le proprie operazioni e di impegnarsi in una serie di attività non convenzionali che possono avere un impatto positivo sulla società nel suo complesso e stabilire una migliore immagine del marchio, essenziale per garantire uno sviluppo sostenibile, soprattutto alla luce delle nuove realtà dei mercati globalizzati.

- garantire che i dipendenti rimangano motivati partecipando ad azioni che porteranno a un beneficio sociale più ampio. I PEB sono chiaramente associati alle teorie e alle pratiche di motivazione e negli ultimi anni sono stati sviluppati da diverse organizzazioni in tutto il mondo per contribuire alla tutela dell'ambiente e alla crescita organizzativa (Starbucks, 2020).

- Garantire un tasso di fidelizzazione dei dipendenti più elevato, in quanto i lavoratori di tutto il mondo sono molto più istruiti e sensibili alle questioni ambientali, sia per quanto riguarda l'ambiente fisico che quello interno all'organizzazione. È quindi necessario aiutare i dipendenti a partecipare attivamente a

queste azioni estroverse.

- Capire quali sono i fattori che influenzano la motivazione dei dipendenti e, di conseguenza, quali azioni per i dipendenti devono essere progettate come parte delle azioni di gestione strategica delle risorse umane (SHRM) dell'organizzazione. Questo è essenziale perché le azioni PEB devono essere ben progettate e implementate per portare ai migliori risultati possibili.

- motivare il PEB dei dipendenti in settori specifici come quello del turismo, in quanto i dipendenti possono trasferire le conoscenze accumulate grazie all'interazione con i turisti nelle loro società locali e nelle loro famiglie. Questo può portare alla creazione di un ambiente sostenibile, soprattutto nelle aree remote/svantaggiate.

- la collaborazione con altre organizzazioni al di fuori del loro Paese per acquisire e condividere conoscenze e competenze nel loro campo di attività. Considerando il ruolo e i progetti dell'UE, la collaborazione tra i dipendenti di HI e le imprese di diversi Paesi non può che essere considerata un importante vantaggio da sviluppare.

Costruisce un luogo di lavoro sicuro dal punto di vista psicologico - I PEB nei HI richiedono ai dipendenti di essere di buon umore per lavorare al meglio. I dipendenti possono anche aiutare i loro colleghi attraverso la creazione di progetti di squadra per diventare attivi e coinvolgere gli altri nelle loro attività. La costruzione di un luogo di lavoro sicuro porterà a benefici psicologici che devono essere trasferiti ai partecipanti ai progetti che intraprendono e che hanno un impatto sugli altri.

Lo sviluppo di attività PEB in HI può portare a benefici specifici sia per l'organizzazione che per i turisti, che possono essere i seguenti:

- Spirito di squadra tra i dipendenti di HI e i partecipanti, poiché le

attività di PEB richiedono l'impegno effettivo di tutte le persone. Questo aspetto è ancora più importante quando le attività di PEB si svolgono tra persone di culture diverse, il che richiede ai dipendenti dell'HI di prestare attenzione al processo di team-building.

- La comprensione richiede un ascolto efficace; pertanto, è importante che i dipendenti HI ascoltino i punti di vista degli altri, soprattutto quando sono coinvolti team di culture e provenienze diverse. I dipendenti dell'HI possono contribuire allo sviluppo di attività di PEB efficaci grazie alle loro capacità di comprensione e di ascolto che attireranno l'attenzione dei partecipanti.

- L'inclusione dei partecipanti e degli altri membri del team è essenziale nel PEB. I dipendenti dell'HI non devono trascurare il fatto che i turisti che cercano forme di turismo alternativo non solo vogliono partecipare all'esperienza, ma soprattutto vogliono partecipare alla progettazione dell'esperienza, in quanto possono avere opinioni diverse.

- Comprendere le varie esigenze degli ospiti che hanno un background diverso, poiché il PEB richiede la comprensione di bisogni unici. La formazione dell'HI su questi temi di gestione può aiutarli a identificare le differenze in termini di:

  ✓ Età

  ✓ Etnia

  ✓ Lingua

  ✓ Istruzione

  ✓ Reddito

3.CONCLUSIONE

L'esame di tutti i suddetti elementi in relazione al PEB dei dipendenti dell'HI ha portato ad alcune importanti conclusioni che devono essere prese in considerazione, al fine di fornire una comprensione più approfondita di come i dipendenti contemporanei dell'HI possano effettivamente influenzare gli altri a proteggere l'ambiente. Le conclusioni si riferiscono a quanto segue:

L'inquinamento ambientale è uno dei maggiori problemi che l'umanità si trova ad affrontare e il suo impatto negativo è in continuo aumento. Sono state sviluppate diverse politiche per affrontare il problema; tuttavia, questo rimane sul tavolo, portando a serie preoccupazioni sulla qualità della vita delle persone in tutto il mondo, chiedendo l'applicazione di misure più severe su scala globale.

In base alle conclusioni di cui sopra, il turismo è considerato una delle principali industrie che contribuiscono all'inquinamento ambientale e, di conseguenza, al degrado ambientale. Questo fenomeno non è limitato a una sola area geografica, ma è piuttosto globale e richiede quindi che l'industria turistica mondiale prenda misure drastiche al riguardo.

La creazione di sinergie come risultato di partenariati pubblici e privati (PPP) può portare a risultati efficaci in termini di attività PEB nell'HI. La collaborazione tra i due settori può essere considerata uno strumento importante e dovrebbe fornire ai dipendenti dell'HI molti più incentivi per diventare parte integrante delle attività PEB a lungo termine.

Le attività di PEB non si limitano al ruolo dei dipendenti dell'HI, ma sono piuttosto un tema di importanza nazionale. Si conclude quindi che qualsiasi azione di PEB dovrebbe essere progettata e sviluppata dalle autorità nazionali dei Paesi. Questo darà l'opportunità a tali azioni di avere un più alto livello di credibilità, che si rifletterà sia sull'HI che sui turisti.

Il ruolo dell'UE è essenziale per educare i dipendenti delle HI sul PEB nel settore turistico in generale. Il fatto che i Paesi dell'UE stiano

affrontando sfide simili in relazione al degrado ambientale richiede che l'UE, in quanto organizzazione di massa, fornisca il quadro giuridico che consentirà alle imprese e ai dipendenti di impegnarsi attivamente in tali attività di PEB.

Il PEB è un requisito fondamentale per le organizzazioni HI contemporanee, in quanto esse hanno un grande ruolo da svolgere per la tutela dell'ambiente. Dato che il degrado ambientale costituisce un grave problema globale e che il turismo vi ha contribuito, la partecipazione delle organizzazioni HI è considerata un requisito fondamentale da sviluppare.

I dipendenti delle HI sono una parte importante del PEB, in quanto la loro esperienza accumulata e la loro capacità di influenzare gli altri, in particolare i turisti, possono essere considerate un bene prezioso che deve essere sfruttato. Ciò richiede un approccio olistico per garantire che i dipendenti dell'HI abbiano un ruolo attivo in queste attività estroverse, che devono essere a lungo termine.

I dipendenti dell'HI devono essere motivati se vogliono essere parte integrante di queste potenti attività del PEB. Queste motivazioni possono essere sia finanziarie che non finanziarie, poiché sono entrambe importanti. È quindi importante che le imprese HI si assicurino che i loro dipendenti ricevano tali motivazioni attraverso programmi specifici.

La collaborazione tra le imprese HI e i dipendenti di diversi Paesi dell'UE può diventare un importante incentivo per i dipendenti, che potranno così condividere l'esperienza accumulata e trasferirla nel proprio ambiente di lavoro. Ciò può aumentare il valore complessivo dei servizi forniti nelle attività di HI e del PEB.

La creazione di un ambiente sicuro è un requisito fondamentale per la partecipazione dei dipendenti dell'HI alle attività del PEB. Un ambiente di lavoro sicuro aumenta la fiducia dei dipendenti e quindi può portare a un miglioramento delle prestazioni, di cui gli ospiti sono i destinatari finali. Pertanto, le aziende devono offrire questo ambiente attraverso una serie di azioni.

L'educazione dei turisti deve essere al centro di qualsiasi azione PEB, in quanto può portare alla creazione di una migliore comprensione e quindi al trasferimento di questa comprensione ad altri nei loro Paesi. Il fatto che le persone in tutto il mondo viaggino come mai prima d'ora, può essere visto come un'opportunità unica da parte di HI per educare tutte queste persone alla necessità di proteggere l'ambiente attraverso la loro partecipazione alle attività di PEB.

RIVENSCO CONSULTING LTD

Rivensco Consulting Ltd è una società innovativa che mira ad affermarsi come un importante collegamento tra il mondo accademico e quello imprenditoriale. Rivensco ha uffici in tutte le principali città di Cipro e fornisce formazione in diverse aree tematiche, quali business, imprese sociali, tecnologia dell'informazione e ospitalità. Grazie alla nostra esperienza nei progetti dell'UE, supportiamo le imprese locali a partecipare a progetti di finanziamento europei e nazionali, tra cui la Camera di Commercio locale, gli istituti superiori, le università, i ministeri, i comuni e altri soggetti interessati. L'efficacia delle nostre operazioni richiede la collaborazione con diverse piccole imprese e stakeholder locali, compresi i media locali. Prestiamo particolare attenzione al ruolo centrale delle nuove tecnologie e al vantaggio competitivo che offrono. La collaborazione quotidiana con diverse imprese rende la nostra azienda ideale per l'inserimento lavorativo, poiché si trova in una posizione privilegiata per fornire un'esperienza concreta in diversi settori. Lo staff professionale altamente specializzato comprende psicologi, insegnanti/formatori e consulenti aziendali in grado di fornire formazione in diversi ambiti. Nel 2014, Rivensco ha unito le forze con un particolare Centro di Formazione Professionale e Tecnologica, al fine di migliorare la propria capacità formativa, espandere la propria rete ed erogare più corsi. Rivensco Consulting offre corsi specializzati per la preparazione ai colloqui, per la preparazione del CV, mentre abitua i propri corsisti a test di personalità e a diversi test nazionali. Questo ha permesso a Rivensco di concentrarsi sulla formazione di giovani imprenditori.

I corsi includono esempi di vita reale che coinvolgono attivamente i partecipanti e li spingono a pensare in modo critico, imparando così ad adattarsi alle circostanze specifiche del mondo degli affari. Mirano a sviluppare un pensiero fuori dagli schemi, ponendo l'accento su idee imprenditoriali, innovazione e creatività. Sottolineiamo l'importanza delle qualità personali, come la sete di formazione continua, lo slancio e la motivazione personale, obiettivi e ambizioni forti, una visione chiara e, sempre, una grande passione in qualsiasi cosa si faccia. Rivensco Consulting ha rappresentato il programma COSME di Erasmus per giovani imprenditori a Cipro, fornendo informazioni e sostegno finanziario ai nuovi imprenditori ciprioti che si recano da imprenditori ospitanti in altri Paesi per acquisire competenze manageriali. Abbiamo una solida esperienza nei progetti di mobilità Erasmus KA1 nell'ospitare scuole per la formazione a Cipro e partecipiamo anche a progetti di partenariato strategico KA 2 sull'imprenditorialità e sui moduli di formazione. Abbiamo ospitato formatori e ispettori dalla Romania in corsi di formazione.

Infine, forniamo supporto nei progetti UE alla Camera di Commercio locale, ai Comuni e ad altri stakeholder locali. Rivensco Consulting è gestita da formatori e consulenti che forniscono supporto alle esigenze di formazione di professionisti e persone in cerca di lavoro in un ampio spettro di settori. Forniamo seminari di preparazione a diversi gruppi target per colloqui professionali, comunicazione e capacità relazionali. Abbiamo una solida collaborazione con stakeholder locali, media e aziende digitali. Siamo quindi in una posizione privilegiata per offrire tirocini agli apprendisti e abbiamo una solida esperienza in diversi programmi di mobilità. Inoltre, la nostra azienda ha gestito il progetto COSME di Erasmus per giovani imprenditori nel 2015-17, fungendo da punto di riferimento a Cipro. Grazie alla nostra esperienza, siamo riusciti ad avere una solida collaborazione con tutti i principali stakeholder, come la camera di commercio locale, le università, i media locali e nazionali, i comuni, le comunità locali e altri attori locali.

Negli ultimi anni Rivensco Consulting ha partecipato attivamente allo sviluppo dei giovani imprenditori, come il "Progetto EIBI", che si è

concentrato sulla fornitura di importanti informazioni ai giovani imprenditori e ad altri individui, consentendo loro di aumentare sia l'occupabilità che le competenze e le capacità manageriali.

FONTI

- Agrotourism (2019). Agrotourism: Discover Real Cyprus https://www.agrotourism.com.cy (Ret: 23/04/2019)
- American College (2019). http://www.ac.ac.cy (Ret: 22/04/2019)
- Asia Pacific Economic Cooperation (2002). Public / Private Partnerships for Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy for Tourism Destinations. https://bit.ly/3fkRjBe
- Barney, J. and Clark, D. (2007). Resource-based Theory. Creating and Sustaining Competitive Advantage. Oxford. Oxford University Press.
- Baum, T. (1994). The development and implementation of national tourism policies Tourism Management Volume 15, Issue 3, June 1994, Pages 185-192 https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90103-1 (Ret: 23/04/2019)
- C.D.A. College (2019). http://www.cdacollege.com/ (Ret: 22/04/2019)
- Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development Tourism Management 31 (2010) 871–880 doi:10.1016/j.tourman.2009.10.001
- CBI (2020). The European market potential for nature and ecotourism. https://bit.ly/3sJkEs7

- City of Sheboygan (2022). Five Benefits of Recycling. https://sheboygandpw.com/news-updates/five-benefits-of-recycling-2020-01-14

- College of Tourism and Hotel Management (2019). https://www.cothm.ac.cy/ (Ret: 22/04/2019)

- Cooper, C. and Shepherd, R. (1997). The Relationship Between Tourism Education and the Tourism Industry: Implications for Tourism Education. Tourism Recreation Research 22(1): 34–47.

- Cyprus Chamber of Commerce and Industry (CCCI) (2019). http://www.ccci.org.cy/

- Cyprus Institute of Management (2019). https://cima.ac.cy/ (Ret: 22/04/2019)

- Cyprus Private Health Direct (2019). Welcome to Medical Treatment &Tourism in Cyprus! https://www.medicaltourism-cyprus.com/ (Ret: 24/04/2018)

- Cyprus Statistical Service (2019). Arrivals in the Republic of Cyprus (2001 – 2018) http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=1 (Ret: 22/04/2019)

- Cyprus Sustainable Tourism Initiative (CSTI) (2019). http://csti-cyprus.org/ (Ret: 22/04/2019)

- de Sherpinin, A., Carr, D., Cassels, S., & Jiang, L. (2009). Population and Environment Annu Rev Environ Resour. 2007; 32: 345–373. doi: 10.1146/annurev.energy.32.041306.100243

- Deputy Ministry of Tourism (2022). Responsibilities https://www.tourism.gov.cy

- Duro, J.A. (2018). Seasonality of tourism: A new decomposition Tourism Economics Vol 24, Issue 5, https://doi.org/10.1177/1354816618768319 (Ret: 24/04/2019)

- European Commission (2019). Best Environmental Management Practice in THE TOURISM SECTOR. https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/pdf/BEMP-6.2-FINAL.pdf

- European Commission (2019). Environment: Natura 2000 http://ec.europa.eu/environment/index_en.htm (Ret: 23/04/2019)

- European University Cyprus (2019). https://www.uclancyprus.ac.cy (Ret: 22/04/2019)

- Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2016). Quality Management for Organisational Excellence (8th ed.) Pearson

- Gojkovic, M. (2017). The 64 Blue flag beaches in Cyprus. Cyprus Beat https://www.cyprusbeat.com/64-blue-flag-beaches-cyprus/ (Ret: 24/04/2019)

- GOV.UK (2021). Small and Medium-sized Enterprises (SMEs): understanding and promoting pro-environmental behaviour change. https://bit.ly/3zqUkH1

- Graves, L. M., Sarkis, J. & Zhu, Q. (2013). How transformational leadership and employee motivation combine to predict employee proenvironmental behaviors in China. Journal of Environmental Psychology, 35, 81-91. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.05.002

- Gupta, D. (2022). What Is a Learning Organization? +Benefits, Core Principles. https://bit.ly/3WmbKhy

- Hall, C.M. (1999). Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective. Journal of Sustainable Tourism Review, 7(3-4): 274-289.

- Human Resource Development Authority (2019). http://www.hrdauth.org.cy/ (Ret: 23/04/2019)

- Human Resource Development Authority (2022). Welcome! https://www.anad.org.cy

- IMF (2020). Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic. https://bit.ly/3W6DYgu

- Intercollege (2019). https://www.intercollege.ac.cy (22/04/2019)

- International Institute for Sustainable Development (2017). Sustainable Development https://www.iisd.org/Topic/Sustainable-Development (Ret: 22/04/2019)

- Investopedia (2022). What Is Organizational Behavior (OB)? https://www.investopedia.com/terms/o/organizational-behavior.asp

- KES College (2019). https://www.kescollege.ac.cy (22/04/2019)

- Law Insider (2022). Energy Saving Definition. https://www.lawinsider.com/dictionary/energy-saving

- Loizou, A. (2017). CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF SUSTAINABLE TOURISM CONFERENCE ON SUSTAINABLE TOURISM - MALTA 8TH OF MAY 2017 http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/STC/2.%20Angelos%20Loizou%20presentation%20CTO_HL%20Conference_080517.pdf (Ret: 23/04/2019)

- McDonald, M. (2007). Marketing Plans, How to Prepare Them, How to Use Them Oxford UK: ELSEVIER

- Med Events (2019). Medical Conferences in Cyprus https://www.emedevents.com/cyprus-medical-conferences (Ret: 24/04/2019)

- MIEEK (2019) Upper Secondary Institutes of Professional Training http://www.mieek.ac.cy/index.php/el/ (Ret: 22/04/2019)

- Ministry of Education and Culture (2019) http://www.moec.gov.cy/mtee/ (Ret: 22/04/2019)

- Ministry of Energy, Commerce, and Industry (2019). http://www.mcit.gov.cy/ (Ret: 23/04/2019)

- Ministry of Labour, Welfare, and Social Insurance (2019). http://www.mlsi.gov.cy (Ret: 23/04/2019)

- Moscardo, G. (2015). The Importance of Education for Sustainability in Tourism Education for Sustainability in Tourism: A Handbook of Processes, Resources, and Strategies (pp.1-21) DOI: 10.1007/978-3-662-47470-9_1

- Mouro, C. & Duarte, A.P. (2021) Organisational Climate and Pro-environmental Behaviours at Work: The Mediating Role of Personal Norms. Front. Psychol. 12:635739. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635739

- National Geographic (2022). Conservation. https://education.nationalgeographic.org/resource/conservation

- Nurdaulet, S. (2022). What purpose do hierarchies serve in the hospitality industry? Hospitality Net.

https://www.hospitalitynet.org/explainer/4111970.html

- Reis, L. (2022). 5 Main Organizational Behavior Challenges in the Tourism Industry. https://bit.ly/3W2bPac

- Robeco Sam (2018). Corporate Sustainability https://www.sustainability-indices.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability.html (Ret: 22/04/2019)

- Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement ascontributors to sustainable tourism development. Current Issues in Tourism, 4 (1), 3-41.

- Singh, T. V., & Singh, S. (Eds.). (1999). Tourism Development in Critical Environments. New York: Cognizant Communication Corporation.

- Soteriou, E.C. & Roberts, C. (1998). The Strategic Planning Process in National Tourism Organizations Journal of Travel Research Vol 37, Issue 1, 1998 https://doi.org/10.1177/004728759803700103 (Ret: 23/09/2019)

- Starbucks (2020). GLOBAL ENVIRONMENTAL & SOCIAL IMPACT REPORT. https://stories.starbucks.com/uploads/2021/04/Starbucks-2020-Global-Environmental-and-Social-Impact-Report.pdf

- Statista (2018). Global international tourism revenue from 2000 to 2017 (in billion U.S. dollars) https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/ (Ret: 22/04/2019)

- Sustainable Tourism (2022). Top 12 Ways to Save Energy in your Tourism Business. https://www.sustainabletourism2030.com/top-12-ways-to-

save-energy-in-your-tourism-business/

- Sustainable Travel International (2020). Tackle Waste & Pollution. https://bit.ly/3sE2KHf

- The Predictive Index (2021). People Management Report. https://bit.ly/3t5LR8F

- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20, No. 4, 445-461.

- Triarchi, E. & Karamanis, K. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background (2017). Business & Entrepreneurship Journal, vol. 6, no. 1, 2017, 39-59

- UCLAN Cyprus (2019). https://www.uclancyprus.ac.cy

- United Nations World Tourism Organisation (2020). Tourism and Covid-19 – Unprecedented Economic Impacts. https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts

- University of Nicosia (2019). https://www.unic.ac.cy (Ret: 22/04/2019)

- Williams, G. (2016). Economic impacts from development of the Coastal Town in Queensland on tourism and regional economy. Resources 2016, 5, 48.

ISTO

9. Come ridurre lo spreco di cibo nel sistema dell'ospitalità

Nacionalna profesionalna gimnaziya
po veterinarna medicina
"Profesor Doktor Dimitar Dimov"

1. INTRODUZIONE

Negli ultimi anni lo spreco alimentare è stato oggetto di grandi discussioni tra le organizzazioni, le associazioni, i canali di informazione e i social media. Dato che circa il 40% del cibo prodotto a livello globale viene perso o sprecato, è urgente capire cosa, dove, perché e quanto spreco alimentare viene generato. In questo articolo abbiamo raccolto e analizzato dati secondari provenienti da diverse fonti di letteratura e articoli, oltre a descrivere alcuni dati empirici primari raccolti dalla nostra esperienza nei ristoranti.

Lo scopo principale di questo articolo è quello di comunicare guide utili che identificano diverse proposte e pratiche per ridurre i livelli di spreco alimentare.

Aumentare e migliorare la quantificazione dei livelli di spreco alimentare è un obiettivo internazionale che mira a risparmiare cibo per il consumo umano, a risparmiare denaro e a ridurre l'impatto ambientale della produzione e del consumo di cibo.

Sprecare circa 2,5 miliardi di tonnellate di cibo per il consumo umano è considerato moralmente ed eticamente sbagliato quando un numero record di persone in tutto il mondo sta andando verso la fame. Secondo l'ultima analisi di David Beasley, responsabile del Programma alimentare mondiale delle Nazioni Unite, "un numero record di 345 milioni di persone affamate sta marciando verso l'orlo della fame".

Il cibo viene perso o sprecato a livello di vendita al dettaglio e di consumo e lungo le catene di produzione e di approvvigionamento. Ciò non solo comporta lo spreco di enormi quantità di risorse naturali e artificiali impiegate nella produzione di questi alimenti, ma rappresenta anche un'opportunità persa per la sicurezza alimentare e l'economia. Il presente documento si concentra sulla raccolta di informazioni sullo spreco alimentare nel settore dell'ospitalità (ristoranti, hotel e catering) in tutto il mondo e sulle modalità con cui gli hotel affrontano la questione.

2. COSA È LO SPRECO ALIMENTARE?

Lo spreco alimentare è un problema che si presenta a livello globale e che richiede una profonda preoccupazione.

Che cos'è esattamente lo spreco alimentare? Secondo il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP), l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO) e l'Alleanza per l'ospitalità sostenibile

"La perdita e lo spreco di cibo si riferiscono alla diminuzione della massa (quantitativa) o del valore nutrizionale (qualitativo) degli alimenti - parti commestibili - lungo tutta la catena del valore - nelle aziende agricole, nei processi di produzione, nei processi di cottura e da parte dei consumatori che li lasciano nei loro piatti". Gli alimenti originariamente destinati al consumo umano, ma che per varie ragioni vengono rimossi dalla catena di approvvigionamento, sono considerati perdite o sprechi alimentari. La produzione di cibo richiede un'enorme quantità di risorse (come terra, acqua e fertilizzanti) e se non viene consumato, tutte queste risorse vengono sprecate.

Lo spreco alimentare si riferisce agli alimenti che completano la filiera alimentare fino a diventare un prodotto finale, di buona qualità e adatto al consumo, ma che non vengono consumati perché vengono scartati, sia dopo essere stati lasciati deperire o scadere. Lo spreco alimentare avviene solitamente nelle fasi di vendita al dettaglio e di consumo della filiera alimentare.

3. SCHEDA INFORMATIVA SUI RIFIUTI ALIMENTARI

- Si stima che ogni anno venga sprecato 1/3 di tutto il cibo prodotto, il che equivale a 1,3 miliardi di tonnellate per un valore di circa 1.000 miliardi di dollari.

- Secondo il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente, "quasi la metà di tutta la frutta e la verdura prodotta a livello globale viene sprecata ogni anno".

- 680 miliardi di dollari di cibo vengono sprecati ogni anno dai Paesi sviluppati.

- Si stima che fino al 50% del cibo vada perso nella sola fase di produzione.

- Nel settore dell'ospitalità e della ristorazione 1 pasto su 6 viene sprecato nel Regno Unito.

- Il settore alimentare è responsabile del 30% del consumo energetico globale e del 22% delle emissioni totali di gas serra, causate dalla produzione e dalla decomposizione degli alimenti.

- Il miliardo di persone che soffrono la fame nel mondo potrebbe essere sfamato con meno di un quarto del cibo che viene sprecato negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Europa.

- Un'area più grande della Cina viene utilizzata per coltivare cibo che non viene mai mangiato

- Il 25% delle riserve di acqua dolce del mondo è utilizzato per coltivare cibo che non viene mai consumato.

3.1.Effetti dannosi dei rifiuti alimentari

- Il 10% delle emissioni di gas serra dei Paesi ricchi deriva dalla coltivazione di cibo che non viene mai consumato.

- L'acqua di irrigazione utilizzata a livello globale per coltivare il cibo che viene sprecato sarebbe sufficiente per il fabbisogno domestico (a 200 litri per persona al giorno) di 9 miliardi di

persone - il numero previsto sul pianeta entro il 2050.

- Se piantassimo alberi sui terreni attualmente utilizzati per coltivare inutili eccedenze e sprechi di cibo, compenseremmo un massimo teorico del 100% delle emissioni di gas serra prodotte dalla combustione di combustibili fossili.

- Con meno di un quarto del cibo sprecato negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Europa, si potrebbe sottrarre alla malnutrizione tutto il miliardo di persone che soffrono la fame nel mondo.

4. LO SPRECO ALIMENTARE IN EUROPA NEL SETTORE DELL'OSPITALITÀ

4.1.Europa

In Europa, uno scioccante 20% del cibo prodotto - circa 173 kg a persona - viene sprecato. L'industria dell'ospitalità e i servizi di ristorazione generano circa il 12% dei rifiuti alimentari europei.

Il Regno Unito, i Paesi Bassi, la Francia e l'Italia sono tra i Paesi con il maggior numero di sprechi alimentari.

Il Dipartimento di Scienze Agrarie e Alimentari (DISTAL) dell'Università di Bologna ha condotto il PROGETTO "REDUCE", secondo il quale su 534 g di pasti preparati, 120 g vengono sprecati nei servizi di ristorazione, soprattutto nelle mense.

Secondo il Wrap (Waste Reduction & Recycling Awards Program), l'industria alberghiera del Regno Unito genera ogni anno due milioni di tonnellate di rifiuti.

Alcuni dati sull'industria dell'ospitalità nel Regno Unito

- **Alberghi -** producono 289.700 tonnellate di rifiuti ogni anno, di cui 79.000 tonnellate di rifiuti alimentari (9% di rifiuti alimentari totali del settore).

- **Pub -** producono 873.800 tonnellate di rifiuti all'anno, di cui 173.000 tonnellate di rifiuti alimentari (19% di rifiuti alimentari totali del settore).

- **Ristoranti -** producono 915.400 tonnellate di rifiuti all'anno, di cui 199.100 tonnellate di rifiuti alimentari (22% di rifiuti alimentari totali del settore).

- **Contributi ai rifiuti alimentari di altri settori dell'ospitalità:** ristoranti a servizio rapido (8,3%), catering per il personale (2%), tempo libero (7%), servizi (3%), sanità (13%) e istruzione (13%).

L'industria dell'ospitalità è responsabile della produzione di un'enorme quantità di rifiuti alimentari. Alcuni dei motivi sono il deterioramento degli alimenti, i menu con abbondanza di ingredienti, la cui produzione richiede enormi quantità di energia e acqua. Di conseguenza, l'industria dell'ospitalità è colpevole di sprecare l'energia utilizzata per la coltivazione, la raccolta, il trasporto, la lavorazione, l'imballaggio e la distribuzione, che viene gettata in discarica..

4.2.Situazione dello spreco alimentare in Bulgaria

Secondo il rapporto UNEP Food Waste Index 2021, la quantità annuale di rifiuti alimentari nelle famiglie bulgare è di circa 68 kg a persona. Ciò equivale a circa 500.000 tonnellate di rifiuti alimentari generati ogni anno dalle sole famiglie bulgare. Si tratta di una quantità quasi doppia rispetto alla vicina Grecia. Lo spreco di cibo causato dall'industria alimentare è

ancora più elevato.
Tuttavia, il problema continua a sfuggire alle lacune legali, poiché il governo bulgaro attualmente non si concentra sulla regolamentazione per tracciare e misurare gli sprechi alimentari. Ma lo spreco alimentare è un problema globale. Un terzo del cibo consumato nel mondo viene sprecato. Si tratta di una quantità più che sufficiente per sfamare tutti coloro che si trovano al di sotto della soglia di povertà.

La sostenibilità sta entrando nell'idea di proteggere l'ambiente, il che impone un uso più efficiente delle risorse nel settore del turismo e dell'ospitalità. Per questo motivo, molte aziende stanno orientando le loro strategie verso uno sviluppo più verde, con una maggiore preoccupazione per l'ambiente.

Secondo una ricerca condotta in Bulgaria, esistono alcune lacune nel comportamento pro-ambientale dell'industria turistica.

Attraverso un questionario online e interviste distribuite via e-mail a tutte le aziende del turismo e dell'ospitalità, le cui e-mail sono state trovate nei registri nazionali delle strutture ricettive, dei punti di ristoro, delle agenzie di viaggio e dei musei in Bulgaria, è stato chiesto ai dirigenti e ai dipendenti di valutare il livello di comportamento e di competenze pro-ambientali.

I risultati mostrano che il divario maggiore riguarda la capacità di gestire i rifiuti, le acque reflue, il riciclaggio e il compostaggio.

Tuttavia, i gestori di punti vendita F&B hanno riferito un livello più alto di capacità di minimizzare l'uso e massimizzare l'efficienza del consumo di energia e acqua. Allo stesso modo, i gestori di F&B hanno riferito un livello più alto di capacità di conservazione della biodiversità, probabilmente perché il F&B è direttamente collegato alla lavorazione di prodotti vegetali e animali.

L'analisi mostra che i professionisti bulgari del turismo non classificano ancora i comportamenti pro-ambientali come

particolarmente essenziali. Tutti gli intervistati hanno riconosciuto che la gestione e la tutela dell'ambiente sono importanti e dovrebbero essere al centro dello sviluppo delle competenze future, ma per ora non sono una priorità e quindi viene fornita solo una formazione specializzata limitata. Le aziende considerano le competenze relative al riciclaggio, alla riduzione dei rifiuti e al risparmio di acqua, elettricità e altre risorse come le più importanti, probabilmente a causa dell'impatto finanziario diretto di questi risparmi sui profitti delle aziende.

Qui potete vedere le domande che sono state poste alle persone:

- Capacità di minimizzare l'uso e massimizzare l'efficienza dei consumi energetici e idrici.
- Capacità di gestire i rifiuti, le acque reflue, il riciclaggio e il compostaggio
- Conservazione della biodiversità
- Promozione di forme di trasporto sostenibili (ad es. trasporto pubblico)
- Promozione di attività e prodotti ecologici
- Conoscenza del cambiamento climatico

5. DA DOVE PROVENGONO GLI SPRECHI ALIMENTARI? PERCHÉ SPRECHIAMO IL CIBO?

Il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente ha pubblicato un rapporto con una scala allarmante di sprechi alimentari a livello mondiale. Gli sprechi alimentari si collocano in diverse fasi della catena alimentare, compresa quella del consumo.

A livello di consumo, gli sprechi si riferiscono alle famiglie e al settore alberghiero, dove lo spreco di cibo sta diventando una preoccupazione fondamentale.

I rifiuti domestici ammontano a 569 milioni di tonnellate. I rifiuti della distribuzione derivano da quantità significative di cibo smaltito da supermercati e altre aziende. Il rapporto dell'UNEP stima che 244 milioni di tonnellate vengono sprecate ogni anno dall'industria della ristorazione, mentre la vendita al dettaglio ne scarta 118 milioni di tonnellate.

6. LA SFIDA DELLO SPRECO ALIMENTARE NEL TURISMO E NELLA RISTORAZIONE

Il turismo, in quanto industria globale della ristorazione, è coinvolto nel consumo di cibo e nella produzione di rifiuti. I servizi di ristorazione al consumo comprendono ristoranti, catene di fast food, caffè, mense e sale da pranzo, nonché catering per eventi. Questo settore impiega più persone di qualsiasi altra attività di vendita al dettaglio, tra cui 14 milioni negli Stati Uniti e 8 milioni in Europa (Euromonitor International) e serve miliardi di pasti ogni anno.

I rifiuti alimentari del settore alberghiero e della ristorazione provengono da diverse fonti. Questi materiali diventano rifiuti a causa di alimenti avariati o scaduti, bucce e ritagli, sottoprodotti non commestibili (ossa, fondi di caffè, foglie di tè), errori di cucina e rifiuti di piatti.

6.1.Perché nel settore dell'ospitalità si spreca così tanto cibo?

Purtroppo, l'industria dell'ospitalità è responsabile di un'enorme quantità di cibo sprecato. Alcune ragioni alla base dello spreco di cibo nell'industria dell'ospitalità:

- **Cattiva gestione della cella frigorifera**

Una gestione e una pulizia inadeguate delle celle frigorifere sono una delle principali cause di spreco alimentare nel settore alberghiero. Uno dei requisiti più importanti per la conservazione del freddo è la corretta gestione della temperatura. Una gestione inadeguata delle celle frigorifere fa sì che batteri, muffe e ogni altro tipo di sostanza indesiderabile possano crescere sugli alimenti o in prossimità di essi, facendoli marcire.

- **Scarsa gestione dei menu**

La cattiva pianificazione del menu è un punto cruciale dello spreco alimentare. Se un menu è mal pianificato, si spreca molto cibo. Ad esempio, se un ristorante offre molti piatti ai suoi clienti, questo porta a un numero eccessivo di ingredienti che devono essere immagazzinati. Inoltre, la maggior parte di questi ingredienti non viene utilizzata spesso e di conseguenza viene sprecata.

- **Eccesso di scorte**

Questo motivo è collegato al precedente. Se i ristoranti hanno scorte inutili di cibo solo per avere tutte le basi coperte, alla fine il cibo viene sprecato.

La dimensione delle porzioni è un altro aspetto da considerare. Spesso si riferisce ai buffet offerti agli ospiti, perché di solito sono la causa di molti

sprechi di cibo.

“The National” ha parlato del problema dello spreco di cibo a Dubai, riconoscendo il problema degli hotel e dei ristoranti che sprecano gli ingredienti per porzioni eccessive. Le offerte a buffet possono riutilizzare e riciclare il cibo non consumato, ma molti clienti "hanno l'abitudine di riempire i piatti", afferma il direttore generale della Banca alimentare egiziana, Moez El Shohdi. Tutto ciò che non viene consumato nel piatto finisce nel cestino.

In un dibattito a Dubai si è anche sostenuto che gli hotel e i ristoranti aumentano gli sprechi alimentari esponendo quantità sontuose di cibo per gli ospiti, ammassando il cibo per cene a buffet e brunch, e facendo scorte eccessive per gli eventi aziendali. Poiché se gli hotel finiscono il cibo si riflette negativamente su di loro, il personale di servizio è sotto pressione per fornire grandi quantità di cibo.

7. AZIONI CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

La produzione, la lavorazione e la distribuzione degli alimenti sono inevitabilmente legate al nostro ambiente: trasformazione del territorio, biodiversità, consumo di energia ed emissioni di gas serra, utilizzo di acqua e pesticidi. Il cibo commestibile viene scartato in ogni fase della catena alimentare: nelle fattorie e sui pescherecci, durante la lavorazione e la distribuzione, nei negozi al dettaglio, nei ristoranti e a casa. Alla fine della catena del valore alimentare, il consumo finale rappresenta fino al 40% delle perdite alimentari totali. La riduzione dello spreco alimentare è quindi diventata una sfida multidimensionale legata all'evitare, ridurre o riciclare i rifiuti.

L'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura ha organizzato una Giornata internazionale di sensibilizzazione sulle perdite e gli sprechi alimentari. Si è trattato di una buona occasione per sottolineare l'importanza della riduzione degli sprechi alimentari come

sfida fondamentale per la sostenibilità dell'industria dell'ospitalità e della ristorazione. L'obiettivo era anche quello di chiamare all'azione sia il settore pubblico (autorità nazionali o locali) sia quello privato (imprese e singoli individui), per intraprendere azioni e procedere con l'innovazione al fine di ridurre la perdita e lo spreco di cibo per ripristinare e costruire nuovamente sistemi alimentari migliori e pronti alla resilienza.

"STOP ALLO SPRECO ALIMENTARE" è stato lo slogan scelto per la 9a Giornata nazionale di prevenzione dello spreco alimentare, che si è tenuta il 5 febbraio 2022.

L'evento è stato istituito nel 2014 dalla campagna di sensibilizzazione Spreco Zero di Last Minute Market in collaborazione con l'Università di Bologna - Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agroalimentari e il Ministero dell'Ambiente.

La Giornata Nazionale per la Prevenzione dello Spreco Alimentare nasce con l'obiettivo di sensibilizzare cittadini e imprese sull'importanza dello spreco alimentare, diffondendo i nuovi dati dell'Osservatorio Internazionale Waste Watcher, fondato da Last Minute Market.

La Settimana Europea per la Riduzione dei Rifiuti (SERR) è la più grande campagna di sensibilizzazione sulla prevenzione dei rifiuti in Europa, che incoraggia tutti gli europei a realizzare azioni per una gestione sostenibile dei rifiuti durante un'unica settimana. I messaggi portati avanti da questo evento sono:

- RIDURRE i consumi - se le persone hanno davvero bisogno di tutti i beni, li comprano;
- Riutilizzare prodotti e materiali - le persone possono sostituire gli articoli monouso con quelli riutilizzabili;
- RICICLARE i rifiuti - è la decisione migliore rispetto all'interramento;

- PULIZIA - per evitare il littering, la EWWR incoraggia le persone a prevenire i rifiuti ripulendo le aree dove il littering ostacola il buon funzionamento degli habitat naturali e umani.

7.1.Azioni contro lo spreco alimentare in Bulgaria

Zero Waste Bulgaria è un'associazione fondata nel 2018. L'obiettivo di questa organizzazione è quello di proteggere l'ambiente diffondendo la filosofia del vivere senza rifiuti. Zero Waste Bulgaria è composta da volontari che sono determinati a far conoscere agli studenti i principi dei rifiuti zero. L'associazione conduce diversi eventi e iniziative, come **seminari, corsi di formazione nelle aziende, workshop nelle scuole e nelle università**.

La startup bulgara "**foodObox**" è un'applicazione con la missione di salvare il cibo commestibile dalla spazzatura e offrirlo a un prezzo ragionevole. Il servizio è disponibile in alcune grandi città della Bulgaria e l'app è adatta sia agli utenti Android che Apple. Con FoodObox, le aziende possono vendere le loro eccedenze alimentari ed evitare gli sprechi, così da non sprecare tutte le risorse investite nella produzione e nella preparazione. Inoltre, con FoodObox si ottiene un'immagine più "verde" ed ecologica senza dover sostenere ulteriori costi di marketing. Allo stesso tempo, aiuta l'utente finale a ridurre le proprie emissioni di CO2 in modo sostenibile. FoodObox è una piattaforma di marketplace per B2B e B2C, che funge da intermediario tra ristoranti e clienti. Tutti i ristoranti che utilizzano questa applicazione sono consapevoli delle linee guida rigorose riguardanti ciò che può o non può essere venduto attraverso la piattaforma. Gli articoli scaduti, ammuffiti o dannosi per la salute non sono accettati. La maggior parte dei ristoranti sa che la vendita di cibo scaduto o di scarsa qualità può avere un impatto negativo sulla loro immagine pubblica. L'anno scorso, Bosch Bulgaria, in qualità di nostro partner, ha donato circa 100 kg di cibo a un'organizzazione locale per

persone con disabilità.

Fino a poco tempo fa, era paradossale che le aziende bulgare dovessero pagare il 20% di IVA sulle donazioni di cibo. Nel 2017 l'IVA sulle donazioni alimentari è stata azzerata, ma purtroppo si applicava solo allo 0,5% del fatturato annuo dell'azienda. Il nuovo governo ha annunciato che si batterà per alzare questa soglia, ma ancora non si sa.

Un altro cambiamento recente in Bulgaria è un'ordinanza emessa dall'Agenzia bulgara per la sicurezza alimentare nel 2021, secondo la quale anche gli alimenti scaduti "best by" che sono sicuri da mangiare possono essere donati. Si tratta di una **svolta importante** per le persone bisognose e di una grande opportunità per molte aziende.

7.2. Come gli hotel sfidano lo spreco alimentare come passo verso la sostenibilità? Come rispondono le aziende del settore alberghiero al problema globale dello spreco alimentare?

Secondo Caitrin O'Brien, senior manager per la sostenibilità aziendale di Hilton, "la produzione di cibo è la principale responsabile della deforestazione globale, della perdita di biodiversità e dell'estrazione di acqua. E con un terzo del cibo sprecato a livello globale, ciò significa che abbiamo sprecato una quantità significativa di terra e risorse".

Fondata nel 2013, Winnow è uno dei tanti nuovi innovatori che cercano di affrontare il problema dello spreco alimentare. L'ultima tecnologia dell'azienda, Winnow Vision, utilizza telecamere e intelligenza artificiale per valutare il cibo scartato, quindi analizza e attribuisce un costo al cibo sprecato, consentendo agli chef di pianificare meglio il

futuro. Winnow è presente in circa 1.300 cucine in tutto il mondo, tra cui alcune delle più famose catene alberghiere: Accor, InterContinental Hotels Group e Hilton. Per queste grandi organizzazioni gli sprechi alimentari sono diventati un obiettivo.

Tra i leader del settore che hanno intrapreso questa iniziativa c'è Marriott International, che ha fissato l'obiettivo di ridurre gli sprechi alimentari del 50% entro il 2025. L'azienda ha iniziato a implementare diverse procedure per la riduzione dei rifiuti alimentari. Il Ritz-Carlton, Pentagon City, che fa parte del marchio globale Marriott, ha monitorato gli sprechi alimentari con la tecnologia Leanpath, che permette di vedere gli sprechi e capire dove concentrare gli sforzi per ridurli. In base ai dati di Leanpath, circa il 53% degli sprechi alimentari di una tipica cucina alberghiera è generato dalla sovrapproduzione. Un altro programma utilizzato è la creazione di partnership con organizzazioni in grado di donare il cibo non consumato ai bisognosi o di trasformare gli scarti alimentari in mangime per animali.

Un poster interno di Marriott International illustra l'approccio dell'azienda alla gestione dei rifiuti alimentari.

Denise Naguib, vicepresidente per la sostenibilità e la diversità dei fornitori di Marriott International, ha dichiarato che nessuno vuole buttare via cibo perfettamente buono e che questo concetto interessa anche alle aziende clienti che vorrebbero davvero aiutare il settore ad avanzare in questa tendenza.

Accor è un altro marchio leader dell'ospitalità che compie passi significativi verso il riutilizzo degli alimenti. Secondo Amir Nahai, CEO di Accor per il settore food and beverage e lifestyle, l'azienda è riuscita a ridurre gli sprechi alimentari del 52% in 92 hotel nel 2017 e del 31% in 282 hotel nel 2018. Accor ha anche introdotto un'iniziativa interna Love Food Not Waste, che offre alle proprietà Accor consigli personalizzati per la gestione degli sprechi alimentari. Il gruppo ha anche stretto una partnership con Too Good to Go, un'app progettata per aiutare le cucine a risparmiare il cibo che altrimenti verrebbe gettato via. I proprietari

riconoscono il ruolo dell'industria alberghiera nella gestione di questa sfida e anche gli ospiti sono coinvolti nelle nostre iniziative di riduzione degli sprechi alimentari con messaggi positivi sulle dimensioni delle porzioni, come il lancio della campagna "Clear Your Plate" in Asia.

A sostenere ulteriormente gli sforzi degli albergatori per ridurre gli sprechi alimentari è l'AHLA (American Hotel and Lodging Association), che nel 2017 ha collaborato con il World Wildlife Fund e la Rockefeller Foundation per lanciare il programma Hotel Kitchen, un kit di strumenti che offre agli hotel una tabella di marcia per la riduzione degli sprechi alimentari. Uno dei maggiori problemi che la piattaforma Hotel Kitchen affronta è quello dei rifiuti alimentari generati dai buffet. Hotel Kitchen raccomanda di utilizzare recipienti più piccoli per i buffet e di rifornirli quando necessario. Per i ristoranti tradizionali, il toolkit raccomanda di offrire una maggiore varietà nelle dimensioni delle porzioni, offrendo agli ospiti la possibilità di scegliere una versione più piccola di un piatto o una selezione di piatti condivisibili.

Altre opportunità per ridurre gli sprechi sono quelle di vietare il cestino del pane in omaggio o di far pagare agli ospiti una tariffa nominale per il pane.

Il toolkit Hotel Kitchen è stato implementato in tutte le 250 proprietà gestite da Hilton nelle Americhe come parte dell'obiettivo dell'azienda di dimezzare gli sprechi alimentari entro il 2030.

8. I BENEFICI DELLA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI

- **Benefici sociali:**

Purtroppo, lo spreco di cibo è un problema in un numero sempre maggiore di Paesi a basso reddito, soprattutto nelle comunità agricole durante il raccolto. Le persone non sono in grado di permettersi e procurarsi cibo nutriente a sufficienza. Le donazioni di cibo non consumato alle aree in cui esiste un problema di sicurezza alimentare forniranno cibo sufficiente a soddisfare le esigenze dietetiche e avranno quindi un impatto sociale significativo.

I benefici sociali possono essere riassunti come segue:

- Aiutare gli affamati
- Meno cibo sprecato
- Orgoglio dei dipendenti per gli sforzi di diversione degli alimenti - Ad esempio, la diversione degli scarti alimentari in mangimi per animali è un processo sostenibile con diversi vantaggi.

- **Vantaggi ambientali:**

La riduzione dell'impronta di carbonio inizia non appena si inizia a sprecare meno risorse, soprattutto il cibo.

- Meno cibo mandato in discarica
- Ridurre gli sprechi alimentari alla fonte
- Costruire terreni sani con il compost
- Meno metano generato dal cibo nelle discariche

- Conservazione di terra e acqua

- **Benefci economici:**

Prendere iniziative per lo spreco di cibo ogni settimana può farvi risparmiare denaro nel lungo periodo. Acquistare meno generi alimentari significa ridurre gli sprechi, ma anche risparmiare molto tempo.

- Possibilità di ridurre i costi di smaltimento
- Diminuzione degli acquisti in eccesso
- Detrazione fiscale per la donazione di alimenti
- Immagine e impegno ambientale positivi

9. COME RIDURRE GLI SPRECHI ALIMENTARI NELL'INDUSTRIA DELL'OSPITALITÀ

La prevenzione degli sprechi alimentari nell'industria dell'ospitalità richiede una migliore pianificazione e gestione del fabbisogno alimentare, al fine di acquistare gli alimenti di conseguenza.

Per la natura del loro lavoro, alberghi e ristoranti generano inevitabilmente grandi quantità di rifiuti alimentari. Questo problema è certamente fonte di grande preoccupazione per gli imprenditori e per le autorità competenti, come i governi. È necessario adottare alcune misure di controllo per garantire che alberghi e ristoranti riescano a gestire questo problema. I rifiuti alimentari possono verificarsi in varie fasi delle attività di hotel e ristoranti. Le attività legate alla manipolazione e alla preparazione degli alimenti possono causare una scarsa qualità del cibo a causa di una domanda sconosciuta, di un eccesso di scorte, di una

produzione inefficiente, di una scarsa comunicazione, di un comportamento del personale, di un taglio inesperto, di una commercializzazione eccessiva, di un deperimento e di altri motivi.

Una volta consumato, il cibo può essere sprecato anche a causa di grandi porzioni ordinate, metodi di servizio inefficienti e accettazione dei menu da parte dei consumatori. Il tipo di rifiuti generati da alberghi e ristoranti dipende dagli ingredienti utilizzati. Tra gli esempi vi sono gusci d'uovo, bucce di patate e di frutta, ossa, avanzi di cibo e materiali di imballaggio.

9.1.Pratiche di gestione dei rifiuti negli hotel

Le pratiche di gestione dei rifiuti alimentari negli alberghi variano da un Paese all'altro e da un'organizzazione all'altra. In genere, l'ordine di priorità va dalla prevenzione, al riutilizzo, al riciclaggio e quindi alle discariche. Altri, se la prevenzione non funziona, preferiscono ottimizzarla. Ciò significa che i rifiuti vengono reindirizzati per nutrire persone e animali. Altrimenti, i rifiuti possono essere compostati o utilizzati per la produzione di energia rinnovabile.

In generale, le pratiche di gestione dei rifiuti negli hotel includono la prevenzione e la riduzione, il riciclaggio, la donazione, il compostaggio, la tracciabilità, il miglioramento dell'acquisto e della conservazione degli ingredienti, il merchandising intelligente degli alimenti, la progettazione dei menu, la formazione dei dipendenti, il coinvolgimento dei clienti, il controllo delle porzioni e le modifiche al modello di servizio.

9.2.Modi per ridurre gli sprechi alimentari in hotel e ristoranti

La priorità per la gestione di alberghi e ristoranti è quella di ridurre gli sprechi alimentari utilizzando metodi quali:

- L'organizzazione Sustainable Hospitality Alliance presenta alcuni consigli per ridurre gli sprechi alimentari

    - Formare ed educare i vostri team - È importante che i dipendenti ricevano una formazione e un'educazione adeguate sulle migliori pratiche di gestione dei rifiuti alimentari e che vengano coinvolti nel processo. In questo modo potranno avere una migliore visione del problema degli sprechi alimentari negli hotel e nei ristoranti. Il team può scegliere un leader che sarà responsabile del coordinamento del programma di gestione dei rifiuti alimentari.

    - Pianificare una politica e analizzare le operazioni - Sviluppare una politica di gestione degli sprechi alimentari con obiettivi, procedure e finalità chiare (tra cui l'acquisto della giusta quantità di cibo da utilizzare, l'ispezione del cibo alla consegna e la progettazione di un menu con le giuste porzioni). Gli sprechi alimentari si possono creare in ogni fase delle operazioni, quindi è necessario rivedere i processi di consegna e conservazione, nonché le modalità di preparazione e di servizio degli alimenti. La cosa più importante è decidere cosa fare con gli eventuali avanzi, per assicurarsi di sfruttare al meglio il cibo acquistato. Ad esempio, IHG Hotels & Resorts in Australia ha collaborato con una ONG locale per sottrarre il cibo alle discariche donando 7.260 pasti a persone vulnerabili nel 2020.

- Misurare e monitorare l'impatto: La creazione di un team di audit interno e di un sistema di verifica degli sprechi alimentari è un modo per monitorare da dove proviene la maggior parte degli sprechi alimentari: tracciare e misurare la quantità di rifiuti generati quotidianamente influenzerà rapidamente qualsiasi misura di riduzione. La conduzione di audit sui rifiuti alimentari comporta l'analisi e il monitoraggio dei rifiuti alimentari dal punto di origine al punto di smaltimento. Due sono i fattori importanti da considerare quando si effettua il monitoraggio: la quantità di cibo sprecato e il numero di persone che frequentano il ristorante. Questi dati aiutano i gestori a capire quali sono le principali fonti di spreco alimentare.

Lo spreco alimentare può essere rintracciato con due metodi. In primo luogo, si possono applicare sistemi di registrazione degli alimenti che monitorano il tipo di cibo sprecato, il motivo per cui quel particolare tipo di cibo viene sprecato e la quantità di cibo sprecato.

Il secondo è un sistema di registrazione del traffico che può essere utilizzato per pianificare i visitatori futuri e gli ordini di cibo, tenendo conto del traffico ricevuto dal ristorante, dei cambiamenti meteorologici e di altre informazioni. Gli sprechi alimentari nei ristoranti si dividono in due categorie: quelli che si verificano prima che il cliente venga servito e quelli che si verificano dopo che il cliente ha finito di mangiare. I tipi di rifiuti che i ristoranti generano durante la preparazione del cibo includono bucce di patate, radici di foglie verdi, ossa, cibo cotto in modo improprio e fuoriuscite di cibo. Si stima che il 4-10% del cibo crudo dei ristoranti rientri in questa categoria. Il cibo non consumato dagli ospiti genera rifiuti insieme ai materiali di imballaggio.

- Coinvolgere gli altri nel viaggio: la sensibilizzazione può essere fatta con gli ospiti o con le aziende. Ad esempio, il Park Hyatt di Zurigo ha sensibilizzato l'opinione pubblica sul fatto di cucinare con tutte le parti di un animale,

preparando piatti con parti tipicamente meno desiderate e presentandoli nel suo ristorante. L'executive chef è anche intervenuto a una conferenza per coinvolgere altri chef su questo tema.

Secondo il Bureau of Labor Statistics, la famiglia americana media spende più di 3.000 dollari all'anno per mangiare fuori casa. Questo non solo richiede un'incredibile quantità di imballaggi e utensili di plastica, ma produce anche una grande quantità di cibo sprecato. Si stima che l'industria della ristorazione spenda 162 miliardi di dollari all'anno in costi legati allo spreco di cibo.

Il problema è riconoscere le dimensioni delle porzioni. È necessario educare le persone a ordinare solo ciò che mangeranno. Spesso capita di ritrovarsi con avanzi di cibo, soprattutto con le enormi porzioni di oggi, che i clienti possono portare a casa per un altro pasto.

La sfida per affrontare lo spreco non è produrre meno cibo, ma sprecarne meno nel processo.

Altri suggerimenti sono:

- **Etichette di scadenza su alimenti che sono perfettamente buoni da mangiare.**

La Grocery Manufacturers Association, il Food Marketing Institute e l'Università di Harvard hanno unito gli sforzi per aggiornare le etichette di scadenza sulla qualità e la sicurezza degli alimenti. Sono state proposte due frasi per semplificare il modo in cui si può capire cosa è ancora buono da consumare:

MEGLIO SE:

- USED BY descrive la qualità "in cui il prodotto può non avere il sapore o le prestazioni attese, ma è sicuro da consumare";

- USE BY si applica ai "pochi prodotti altamente deperibili e/o che

presentano problemi di sicurezza alimentare nel tempo".

- **Selezione e pesatura dei rifiuti alimentari**

I rifiuti alimentari possono essere facilmente differenziati con bidoni diversi per tipi specifici di rifiuti alimentari. Gli elementi riciclabili come gli imballaggi alimentari, il vetro, la carta e le bottiglie di plastica possono essere raccolti separatamente dai rifiuti organici come gli avanzi di cibo e gli ingredienti alimentari compostabili. Queste categorie principali possono essere suddivise in carni, frutta fresca, verdura, plastica, vetro, ecc. La determinazione delle quantità per ogni categoria o sottocategoria può essere utile anche per la pianificazione dello smaltimento.

- **Compostaggio -** Il compostaggio degli scarti alimentari per evitare che finiscano in discarica riduce la quantità di gas serra. Gli hotel e i ristoranti possono pianificare il compostaggio di tutti gli scarti alimentari compostabili presenti nei loro locali. Il compostaggio può essere fatto da soli o con un partner adatto. La decomposizione dei rifiuti alimentari organici può avvenire ad opera di microrganismi. Il compost viene prodotto lasciando che i rifiuti alimentari si accumulino in una fossa per un certo periodo di tempo o utilizzando una macchina per il compostaggio e poi utilizzato come fertilizzante per le piante.

- **Riciclaggio dei rifiuti alimentari dei ristoranti -** Sviluppare un sistema che garantisca che tutti i tipi di rifiuti alimentari riciclabili siano sempre riciclati. I rifiuti alimentari organici possono essere compostati per ottenere concime nutriente per le colture e possono anche servire come ammendante del terreno. I rifiuti inorganici, come la plastica e il vetro, possono essere riutilizzati o riciclati.

- **Incenerimento -** Consiste nella combustione dei rifiuti alimentari. Questo metodo è utilizzato principalmente per lo smaltimento di rifiuti alimentari pericolosi e tossici. Le ceneri che si formano come sottoprodotto possono fornire preziosi nutrienti alle colture.

- **Conservare correttamente gli alimenti -** Assicurarsi che gli alimenti siano gestiti e conservati correttamente. Il congelamento degli alimenti che non possono essere consumati immediatamente è un modo per conservare gli alimenti che possono essere consumati in un secondo momento. La conservazione degli ingredienti richiede alcune azioni come: il controllo delle consegne, la comunicazione con i fornitori, il buon uso del foglio di inventario, lo stoccaggio nel posto giusto, le condizioni di conservazione, la comunicazione con il personale di cucina, il controllo regolare delle condizioni degli alimenti.

- **Donare il cibo alle mense o consegnare gli avanzi alle persone che ne hanno bisogno.** Diversi Paesi del mondo sono all'avanguardia nella gestione degli sprechi alimentari. In Francia, ad esempio, è obbligatorio donare il cibo che rischia di essere scartato ma che è sicuro da mangiare. Le città svedesi utilizzano i rifiuti alimentari per produrre carburante per il trasporto pubblico in autobus. In Danimarca, è possibile utilizzare un'applicazione per trovare ristoranti e panetterie che stanno per chiudere e acquistare il cibo rimanente a una frazione del costo.

9.3.Riutilizzo

Il riutilizzo degli alimenti sta diventando popolare tra le aziende del settore alberghiero. Gli avanzi possono essere raccolti per essere ridistribuiti. Il Real Junk Food Project è un movimento globale con sede nel Regno Unito che ha l'obiettivo di "fermare" le eccedenze alimentari. Questo obiettivo viene raggiunto intercettando i rifiuti alimentari provenienti da diversi luoghi, come alberghi e ristoranti, e utilizzandoli come ingredienti da preparare e servire nei suoi numerosi caffè e chioschi pop-up in tutto il Paese. Il Real Junk Food Project gestisce anche un programma "Pay As You Feel": in pratica, si paga quello che si vuole. Potete mettere a disposizione il vostro denaro o il vostro tempo aiutando come volontari, se lo desiderate. L'obiettivo è fare in modo che tutti

abbiano accesso a un pasto, e tutti potrebbero farlo, se questo cibo utilizzabile non finisse in discarica.

Inoltre, sta diventando un programma sempre più popolare in tutto il mondo, con Paesi come la Nuova Zelanda e l'Australia che hanno adottato l'iniziativa. Nic Loosely ha aperto Everybody Eats e gli ospiti possono gustare un pasto di tre portate con alimenti che sarebbero finiti in discarica. Il cibo, che altrimenti sarebbe andato sprecato, viene utilizzato per aiutare a sfamare coloro che altrimenti non potrebbero godersi un pasto.

9.4.Produzione a ciclo chiuso

L'hotel può coltivare i propri prodotti per la cucina. L'orto può essere fertilizzato con gli avanzi di cibo e irrigato con acqua riciclata. Tutti gli hotel o i ristoranti che ne hanno la possibilità dovrebbero pensare a piantare un orto per la propria cucina, anche se si tratta solo di un piccolo giardino di erbe aromatiche: ogni piccolo cambiamento può ridurre la necessità di acquisti potenzialmente eccessivi da parte di un fornitore.

9.5.Pianificare i pasti e fare la lista della spesa

La progettazione del menu è un passo fondamentale nella politica di riduzione dei rifiuti. Il menu definisce i piatti che verranno presentati ai clienti. Pertanto, il menu può influire notevolmente sulla quantità di rifiuti alimentari generati. Pertanto, il menu deve essere mirato a ridurre al minimo gli sprechi alimentari sia in cucina che dopo il servizio. Gli aspetti che dovrebbero essere presi in considerazione nella pianificazione del menu per ridurre gli sprechi alimentari sono: previsioni accurate, massimizzazione degli ingredienti, dimensioni delle porzioni, incorporazione di ingredienti stagionali, riduzione delle scelte dei piatti nel menu. È innegabile che la progettazione di un menu di questo tipo

richieda aggiustamenti in base ai cambiamenti delle preferenze dei clienti e della stagionalità.

9.6.Rifiuti: foglie e cime

Incorporare il menu con ricette a base di scarti alimentari - bucce, foglie e cime, gambi - è una soluzione meravigliosa per combattere lo spreco di cibo.

La nostra esperienza in Italia ci ha mostrato come un ristorante possa creare qualcosa di bello da ingredienti che spesso vengono buttati via.

La visione di molti ristoranti è quella di utilizzare ogni singola parte del prodotto.

Le idee che seguono descrivono come le parti di scarto di un prodotto possano essere cucinate e quindi mangiate.

- Le chips di verdure fatte in casa sono ottime per ottenere patatine fritte croccanti e facili da preparare. Sono molto meglio di quelle preconfezionate acquistate in negozio, che spesso contengono additivi. Si possono preparare con ortaggi a radice avanzati tritati, ma anche con le foglie esterne dei cavoletti di Bruxelles, le estremità delle patate dolci, la polpa delle barbabietole, le bucce delle carote o delle patate.

- Il "riso" di cavolfiore è un ottimo contorno per chi vuole limitare l'apporto di carboidrati. È un'alternativa perfetta che crea una deliziosa guarnizione priva di carboidrati. I gambi di cavolfiore crudi, che spesso vengono scartati, sono ottimi per grigliare i fagioli messicani, insieme alle cimette.

- Le banane troppo mature che stanno diventando nere possono essere utilizzate per preparare dei deliziosi muffin vegani alla banana.

- Le bucce di arancia e limone candite, dolci e deliziose, sono sorprendentemente facili da preparare e perfette per i regali di Natale. Le bucce degli agrumi contengono anche più vitamina C del frutto stesso, il che le rende estremamente salutari. Immergetele nel cioccolato fondente per un'elegante delizia, oppure tritatele per biscotti, torte, muffin e dolcetti veloci. Si possono anche aggiungere al pane e ad altri prodotti da forno.

- Tutti sanno quanto sia salutare un brodo di ossa. Raccogliete le ossa di manzo di costate, bistecche con l'osso e costolette e conservatele in freezer per ottenere un nutriente brodo di ossa. È un'ottima base per le zuppe.

- I bambini tagliano spesso le croste dei loro panini. Invece di buttarle via, conservatele nel congelatore e usatele come ingrediente per un dessert. Un budino al cioccolato bianco cremoso e ricco di uova, con una decadente salsa al cioccolato bianco come guarnizione, è un ottimo modo per creare un dessert con ingredienti a portata di mano.

- Il pangrattato è un ottimo ingrediente in cucina e un ottimo modo per consumare il pane decomposto. In soli 20 minuti, con un po' di olio d'oliva, sale, un robot da cucina e un forno, si possono preparare fette di pane. Si può trasformare in una versatile mollica di pane.

- Un'altra idea è quella di preparare una deliziosa gelatina di mele utilizzando i semi e la buccia delle mele. Con soli quattro ingredienti e qualche barattolo, si può preparare questa deliziosa gelatina di mele aromatizzata al fuoco.

In conclusione, per affrontare la sfida della gestione dei rifiuti alimentari, è opportuno intraprendere alcune azioni per identificare la quantità dei diversi tipi di rifiuti alimentari negli alberghi e nei ristoranti:

- Coinvolgere il personale in conversazioni

- Predisporre contenitori specifici per lo smaltimento di diversi tipi di

rifiuti alimentari.

- Mantenere un registro dei diversi tipi e quantità di rifiuti alimentari.
- Esaminare le fatture e altri documenti pertinenti

Per riassumere le idee per la riduzione degli sprechi alimentari applicabili negli hotel e nei ristoranti:

- Cambiare il menu
- Cambiare la strategia di acquisto dei materiali alimentari
- Formazione del personale sulle politiche e le procedure operative
- Investire in attrezzature da cucina di alta qualità
- Cambiare i piatti, in modo da ridurre le porzioni servite.
- Conservazione corretta di frutta e verdura, in modo da ridurre le perdite dovute alla deperibilità.
- Utilizzo della strategia "first in first out" per l'emissione di materie prime alimentari
- Effettuare un regolare inventario delle materie prime alimentari, in modo da evitare un eccesso di scorte.

10. CONCLUSIONI

Lo smaltimento dei rifiuti alimentari rimane una questione complessa, poiché sono coinvolti molteplici fattori. I dati disponibili sullo spreco di cibo nei ristoranti dimostrano che ha molti impatti gravi sull'ambiente, sulle vendite e sulla qualità della vita nella società. È chiaro che il problema dello smaltimento dei rifiuti negli hotel e nei ristoranti non è ancora stato affrontato con una soluzione ottimale. Tuttavia, si evince che le parti interessate stanno compiendo sforzi significativi per affrontare efficacemente il problema dei rifiuti alimentari negli alberghi e nei ristoranti.

Un dato fondamentale emerso dalla ricerca accademica è l'importanza di sviluppare partnership tra i fornitori di servizi alberghieri e altre imprese, soggetti non profit e istituzionali. Una più stretta collaborazione evidenzia l'importanza di riunire diversi (e talvolta concorrenti) stakeholder, di combinare i tipi di innovazione e la generazione di innovazione e di essere più efficacemente accolti tra loro. Ciò richiede più ricerca, strumenti e concetti per progettare pratiche innovative a sostegno del sistema di gestione dei rifiuti alimentari che dovrebbe migliorare le condizioni. Essendo un'attività ad alta intensità di manodopera e spesso lenta nell'innovare, l'industria dell'ospitalità può aiutare altre aziende e istituzioni a condividere le proprie conoscenze, intuizioni ed esperienze per aiutare il settore a raggiungere l'obiettivo di dimezzare gli sprechi alimentari entro il 2030.

NACIONALNA PROFESIONALNA GIMNAZIYA PO VETERINARNA MEDICINA “PROFESOR DOKTOR DIMITAR DIMITROV”

La Scuola Nazionale Professionale Superiore di Medicina Veterinaria "Prof. Dr. Dimitar Dimov" è la più antica scuola veterinaria della Bulgaria. La Scuola veterinaria di Lovech è stata fondata nel 1946 ed è la più antica della Bulgaria. Gli studenti che vi studiano provengono da 13 distretti - dal fiume Timok al Mar Nero, principalmente dalla Bulgaria settentrionale. In totale, la scuola ha 13 classi, suddivise rispettivamente in 7 - medicina veterinaria e 6 - tecnologia alimentare. Nell'ultimo anno la scuola ha ricevuto il prestigioso riconoscimento di scuola innovativa con il progetto "INTRODUZIONE DI TECNOLOGIE PEDAGOGICHE MODERNE NELL'INSEGNAMENTO DELLA PARASSITOLOGIA E DELL'UBICAZIONE ANIMALE".

Il Liceo Agrario attira studenti da tutta la Bulgaria settentrionale. L'alta qualità della formazione professionale e la forte politica sociale della scuola sono le caratteristiche principali che la rendono un luogo privilegiato per la formazione in medicina veterinaria e tecnologia alimentare.

La scuola collabora con le università e partecipa a conferenze scientifiche giovanili. Gli studenti ricevono una formazione di qualità per lo sviluppo dell'industria zootecnica e alimentare. Al momento abbiamo 288 studenti e 35 insegnanti. Le principali priorità della politica educativa della nostra scuola sono la consapevolezza degli atteggiamenti educativi e l'imprecisione del cambiamento verso una maggiore qualità dell'attività accademica, la modernizzazione dell'istruzione professionale, la comprensione più rigorosa dei diritti dei bambini e l'educazione nello spirito dei valori nazionali ed etnici.

FONTI

- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, https://www.openaccessgovernment.org/hospitality-industry-waste/51174/

- Sustainable Hospitality Alliance, Top tips for hotels on reducing food waste, https://sustainablehospitalityalliance.org/top-tips-for-hotels-on-reducing-food-waste/

- Brittany Truong, Mar 15, 2019, Food Waste: The Hospitality Industry's Role, https://www.greenhospitality.io/post/food-waste-the-hospitality-industry-s-role

- Food waste Factsheet, file:///C:/Users/user/Downloads/Food-waste-factsheet.pdf

- Food waste in hospitality and food services, 10 October 2020, https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620329061#bib30

- Definition of food loss and waste, https://www.unep.org/thinkeatsave/about/definitionfood-loss-and-waste

- 10 FOOD WASTE FACTS, https://olioex.com/food-waste/food-waste-facts/

- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations

- By Christina Jelski, Nov 03, 2019, Hotels tackling food waste as step toward sustainability, https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-

News/Hotels-tackling-food-waste-as-step-toward-sustainability

- https://www.greenhospitality.io/fbplaybook?pgid=l0gtpah9-c8f73901-5d21-42a3-a3bf-ab169b88c8a0

- NMRA, Food Waste Management in Your Restaurant, https://www.nmrestaurants.org/food-waste-management-restaurant/

- The Benefits of Reducing Food Waste, October 14, 2021, https://pela.earth/blogs/news/the-benefits-of-reducing-food-waste

- https://www.leanpath.com/

- Global Issues: Food Security, https://www.peacecorps.gov/educators/resources/global-issues-food-security/

- Adam Handling, 5 May 2020, Eggs, milk, bananas, bread: four recipes to combat food waste, https://www.greatbritishchefs.com/features/food-waste-recipes-adam-handling

- Loth Shefalee, 26 Jun 2019, Three food waste facts everyone needs to know, https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-aIHRD3H1gpEv

- Food waste in hospitality: why it matters and how to avoid it, 22 Nov 2021, https://verive.eu/en/articles/food-waste-in-the-hospitality-industry-en

- Marta Machado, 25 February 2021, Food Waste prevention in the hospitality sector – food for thought, https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-03/fw_eu-platform_20210225_sub-ai_pres-08.pdf

- Food Waste Management In Hotels & Restaurants, June 16, 2022, https://www.ecepl.com/food-waste-management/

- Cathy Jacobs, 04/21/21, 30 Recipes to Use Up Food Scraps "Waste not want not" never tasted so good!, https://www.thespruceeats.com/recipes-to-use-up-food-scraps-5179510

- https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/

- UN Environment Programme, https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste

- Zuckerman, A., 2020, 48 FOOD WASTE STATISTICS 2020/2021: CAUSES, IMPACT & Solutions, https://comparecamp.com/food-waste-statistics/

- Three food waste facts everyone needs to know, 26 Jun https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-aIHRD3H1gpEv

- UNITED NATIONS: Sustainable Development Goals, https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/

- Uncovering the Global Food Scandal (Penguin, 2009) https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed

- Food Waste in America in 2022: Statistics + Facts, https://www.rts.com/resources/guides/food-waste-america/

- REDUCE PROJECT, Ministry of the Environment, Land and Sea of Italy, https://www.sprecozero.it/wp-content/uploads/2019/07/REDUCE-FINAL_SDG-12.3-

ITALY_FOOD-WASTE-1.pdf

- LOVE FOOD HATE WASTE, https://www.lovefoodhatewaste.nsw.gov.au/

- Managing Food Waste In The Hospitality Industry, Oct. 30, 2018, https://ineedachef.com.au/managing-food-waste-hospitality-industry/

- South Africa wastes 10-million tonnes of food every year, https://www.averda.com/rsa/news/south-africa-wastes-10-million-tonnes-of-food-every-year

- International Day of Awareness of Food Loss and Waste, https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste/international-day-awareness-food-loss-and-waste_en

- Trinity Bond, Apr. 4, 2018, Reasons Behind Food Waste in the Hospitality Industry, https://www.linkedin.com/pulse/reasons-behind-food-waste-hospitality-industry-room-hygiene-expert

- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, https://www.openaccessgovernment.org/hospitality-industry-waste/51174/

- Patrick Ryan, Jun 27, 2018, Dubai's lavish hotel and restaurant displays a major source of food waste, campaigners say, https://www.thenationalnews.com/uae/dubai-s-lavish-hotel-and-restaurant-displays-a-major-source-of-food-waste-campaigners-say-1.744839

- https://www.mori2a.com/en/dont-stop/news/prodotti/stop-food-waste/

- European Week for Waste Reduction, https://ewwr.eu/

- HOW HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY REUSE AND RECOVER

FOOD WASTES, June 19, 2020, https://reurasia.com/how-hotel-and-restaurant-industry-reuse-and-recover-food-wastes/

- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations

- Food and the Environment, https://foodprint.org/the-total-footprint-of-our-food-system/issues/food-and-the-environment/

- The Food and Agriculture Organization of the United Nations, International Day of Awareness of Food Loss and Waste, https://www.fao.org/international-day-awareness-food-loss-waste/en/

- https://www.statista.com/chart/24349/estimated-annual-global-food-waste-by-sector/

- https://zerowastebulgaria.org/en/about_us-3/

- Roberta Kostadinova22. February 2022, FoodObox: Bulgarian startup saves meals and battles food waste, https://www.trendingtopics.eu/foodobox-bulgarian-startup-saves-meals-and-battles-food-waste/

- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova. https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016

- THE ASSOCIATED PRESS, July 7, 2022, Record number of people worldwide are moving toward starvation, U.N. warns, https://www.npr.org/2022/07/07/1110219180/record-number-of-people-worldwide-are-moving-toward-starvation-u-n-warns?t=1658997002055

10. Esercizi pratici per docenti da realizzare in classe

Mamak District Directorate of National Education

1.INTRODUZIONE

Con titoli diversi, come imprenditorialità, gestione di piccole imprese, crescita imprenditoriale, creazione di nuove imprese, gestione di nuove imprese o sviluppo di imprese, molti programmi di laurea e post-laurea in gestione dell'ospitalità e del turismo offrono l'educazione all'imprenditorialità (EE) come materia obbligatoria o elettiva (Ahmad, 2015). L'offerta di una materia correlata all'EE è considerata molto importante in quanto l'obiettivo è quello di fornire agli studenti le conoscenze essenziali per avviare un'attività imprenditoriale e di dotarli delle abilità e delle competenze necessarie per diventare manager efficaci nel settore dell'ospitalità e del turismo. Inoltre, gli studenti saranno esposti a una migliore comprensione del concetto di imprenditorialità e impareranno a diventare imprenditori innovativi e di successo. In altre parole, il motivo principale per cui si offre questa materia è quello di facilitare ai laureati il passaggio al lavoro autonomo e di migliorare la loro occupabilità per lavorare nel settore dell'ospitalità e del turismo, caratterizzato da un ambiente commerciale volatile, complesso e incerto. Uno dei problemi principali dell'imprenditorialità è il modo in cui la materia dovrebbe essere insegnata (Pittaway & Cope, 2006). Gli educatori stanno ancora lottando per trovare gli obiettivi educativi appropriati e si sa poco sulle tecniche di insegnamento efficaci per l'EE (Brockhaus, Hills, Klandt, & Welsch, 2001). Nonostante l'esistenza di studi in quest'area, la maggior parte di essi è stata condotta nell'ambito delle scuole di economia (Kuratko, 2005; Solomon, 2007). Gli studi sull'EE condotti al di fuori delle scuole di economia includono la gestione dello sport (Ratten, 2011), l'ingegneria e le scienze (Handscombe, Rodriguez-Falcon, & Patterson, 2008), la medicina veterinaria (Henry & Treanor, 2010), l'arte (Gose, 1997), la geografia, le scienze della terra e dell'ambiente (Maguire & Guyer, 2004), l'assistenza infermieristica (Dickerson & Nash, 1999), la laurea in medicina (Padilla, White, Bovee, & McQueen, 2011), la storia e la musica (Mangan, 2004).

Data la scarsità di studi condotti al di fuori della business school, alcuni studiosi hanno invocato un nuovo approccio all'EE (Gibb, 2005; Kirby, 2004; Volkmann et al., 2009), mentre altri sono stati più conservatori sostenendo che l'attuale pedagogia dell'EE dovrebbe essere principalmente rivista per fornire una strategia di insegnamento e apprendimento efficace ed efficiente (Mwasalwiba, 2010). Sviluppare una "mentalità imprenditoriale" all'interno dell'ambiente scolastico è una sfida per qualsiasi educatore, per non parlare della creazione di una nuova impresa (Gibb & Price, 2014). Richiede la formulazione di una strategia integrata di apprendimento e insegnamento che allinei i risultati di apprendimento previsti con la scelta efficace della pedagogia. La pedagogia o metodo di insegnamento è di fondamentale importanza nel processo di apprendimento, in quanto implica un metodo efficace, un istruttore competente e strutture didattiche sufficienti. Dato che c'è un certo consenso tra gli studiosi di EE sul fatto che l'imprenditorialità può essere insegnata (Ismail, 2010), l'enfasi si è ora spostata su cosa dovrebbe essere insegnato e come dovrebbe essere insegnato ("Chief Scientist", 2015; Fayolle, 2007; Lourenco & Jones, 2006). Tuttavia, Rideout e Gray (2013) sostengono che anche se ci sono stati alcuni progressi nell'EE, il campo è ancora in una fase iniziale di sviluppo.

L'aumento della crescita dell'industria dell'ospitalità e del turismo negli ultimi anni crea un'enorme opportunità per gli imprenditori, in particolare per i giovani imprenditori di età compresa tra i 20 e i 35 anni (Hospitalitynet, 2016). Alla luce di questo fatto, è particolarmente importante per gli educatori garantire che questa generazione di studenti si laurei con un mix di competenze che li equipaggino per questa professione, con la capacità di essere flessibili, adattivi e proattivi. Il termine imprenditorialità è sempre in evoluzione e varia tra i diversi settori e campi, rendendo difficile la sua definizione. Ad esempio, Jones e English (2004) definiscono l'imprenditorialità come "il processo che fornisce agli individui la capacità di riconoscere le opportunità commerciali e l'intuizione, l'autostima, le conoscenze e le competenze per agire su di esse". Sewell e Poll (2010) definiscono invece l'imprenditorialità come "il desiderio, la motivazione e le competenze

necessarie per avviare e gestire un'impresa di successo". Secondo Olsen e Mykletun (2012), non esiste una definizione operativa di imprenditorialità libera da controversie, come quelle definite sopra; pertanto hanno proposto l'uso di un obiettivo fondamentale come base per inquadrare l'imprenditorialità.

Uno degli obiettivi fondamentali più comunemente utilizzati per la formazione all'imprenditorialità è quello di incoraggiare gli studenti a creare le proprie imprese (Harkema & Schout, 2008). Tuttavia, la creazione di una propria impresa non è l'obiettivo principale dell'educazione all'ospitalità e al turismo; pertanto, questa definizione non è del tutto applicabile all'HTP (Olsen & Mykletun, 2012). Pertanto, hanno proposto un nuovo termine che hanno chiamato "entrepretality", una combinazione delle parole "entrepreneurship" e "hospitality". L'imprenditorialità si concentra sul processo di utilizzo delle risorse disponibili per creare valore per un cliente, mentre l'EE si concentra sull'avvio di una nuova impresa (Olsen & Mykletun, 2012). In altre parole, data la natura dell'industria dell'ospitalità e del turismo, l'EE nell'HTP dovrebbe concentrarsi sulla creazione di una proposta di servizio-valore invece di concentrarsi solo sulla creazione di nuove imprese. Gli studiosi hanno anche notato che la maggior parte dei laureati nel settore dell'ospitalità e del turismo rimarrà impiegata nelle organizzazioni e non diventerà mai un imprenditore indipendente (ad esempio Ahmad, 2015). Le competenze acquisite in EE, tuttavia, li aiuterebbero ad agire in modo imprenditoriale all'interno dell'azienda.

L'importanza di come l'EE debba essere insegnata o il metodo di insegnamento appropriato nell'HTP è ancora una questione fondamentale nell'EE che fa parte di un dibattito scientifico in corso nella letteratura sull'ospitalità e il turismo (Deale, 2016). I contenuti e i metodi di insegnamento sarebbero i fattori di successo decisivi per l'insegnamento dell'EE negli HTP nel XXI secolo ("Chief Scientist", 2015). Purtroppo, si sa molto poco sulle tecniche di insegnamento efficaci per la formazione all'imprenditorialità (Deale, 2016; Olsen & Mykletun, 2012) e la ricerca e la conoscenza su come insegnare l'imprenditorialità negli HTP

rimane relativamente poco sviluppata, nonostante la crescente domanda di laureati più orientati all'imprenditorialità ("Chief Scientist", 2015). Avendo riconosciuto questa lacuna, il presente lavoro si propone di rivedere e valutare criticamente i principali metodi di insegnamento dell'EE e di discutere l'efficacia del metodo di insegnamento specifico in relazione all'HTP a livello universitario.

2. FOCUS E AMBITO DI APPLICAZIONE

Questo articolo spera di determinare la "fonte" dell'efficacia del metodo di insegnamento nell'ambito dell'HTP. Tuttavia, questo articolo non vuole essere un compendio che fornisca tutte le possibili tecniche di insegnamento dell'imprenditorialità, ma piuttosto un'analisi della pedagogia didattica ampiamente utilizzata nell'EE. Il primo passo è stato quello di effettuare una valutazione dei metodi di insegnamento dell'EE passati e presenti in termini di punti di forza e limiti. Sebbene esistano molte definizioni diverse di metodi o pratiche di insegnamento (ad esempio, Sanders & McCutcheon, 1986), definiamo il metodo di insegnamento come i principi generali, la pedagogia e le strategie utilizzate nell'insegnamento. Una delle maggiori sfide per gli educatori è determinare l'efficacia dei metodi di insegnamento per gli studenti. Secondo Read e Kleiner (1996), per misurare l'efficacia di un metodo di insegnamento, dobbiamo capire come le persone imparano. Le persone imparano quando sono coinvolte attivamente nel processo di apprendimento e quando l'apprendimento è seguito da un rinforzo positivo, come le lodi (Read & Kleiner, 1996). È importante notare che in questo articolo ci concentriamo solo sull'efficacia del metodo di insegnamento e non sull'efficacia dell'insegnante. Tuttavia, l'efficacia dell'insegnamento può essere compresa osservando ciò che fanno gli insegnanti efficaci. Gli insegnanti efficaci hanno aspettative elevate per l'apprendimento degli studenti, forniscono istruzioni chiare, monitorano i progressi dell'apprendimento degli studenti, utilizzano incentivi e ricompense per promuovere l'apprendimento, sono molto efficienti nelle routine della classe e mantengono eccellenti interazioni personali con i

loro studenti (Hunt, 2009). Nello specifico, quando si esamina l'efficacia del metodo di insegnamento ci si concentra sugli obiettivi di apprendimento, sull'introduzione di nuove conoscenze, sulla pratica per approfondire la comprensione degli studenti, sull'impegno e la partecipazione degli studenti, sulla gestione dell'aula, sulle relazioni studente-insegnante e sulle misure multiple dei risultati ottenuti dagli studenti (Marzano, 2007). Il concetto sarà ulteriormente elaborato nelle sezioni seguenti.

3. EFFICACIA DELL'EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ NEL PROGRAMMA DI OSPITALITÀ E TURISMO

Le sfide che l'EE deve affrontare in passato si sono spostate da questioni di legittimità a questioni di qualità (Béchard & Grégoire, 2007). Il dibattito non è più se l'imprenditorialità possa o debba essere insegnata, ma piuttosto come migliorare continuamente i contenuti e i metodi di erogazione per soddisfare le esigenze degli studenti e delle industrie attuali (Fayolle, 2007; Gendron, 2004; Lourenco & Jones, 2006). Da tempo esiste un malcontento e una critica tra gli educatori di EE (ad esempio, Ronstadt, 1987) sul fatto che l'insegnamento dell'EE sia stato troppo rigido e teorico, tanto da non riuscire a raggiungere i suoi obiettivi. Ahmad (2015) ha sostenuto che il focus e il processo dell'EE sono troppo meccanicistici e non promuovono o incoraggiano il comportamento imprenditoriale e non esiste una relazione statisticamente significativa tra l'istruzione e l'intenzione imprenditoriale degli studenti di turismo (Gurel, Altinay, & Daniele, 2010).

Per quanto riguarda l'HTP, esso è ancora considerato molto orientato alla vocazione e all'azione, e molti si chiedono in che misura prepari gli studenti a pensare in modo critico e a lavorare al di fuori delle pratiche esistenti. Si sostiene che l'attuale metodo di insegnamento si occupi principalmente di creare risorse umane per lavorare per gli altri e non per

lavorare per se stessi, il che richiede un nuovo approccio nell'EE (Ahmad, 2015; Deale, 2016; Echtner, 1995). L'integrazione di un modulo di imprenditorialità nel curriculum HTP fornirà agli studenti le conoscenze e le competenze essenziali per diventare manager efficaci con competenze e capacità imprenditoriali nel settore dell'ospitalità e del turismo (Ahmad, 2015). L'HTP si differenzia dalle altre discipline economiche per la natura fortemente orientata al servizio e alla pratica del lavoro nell'industria dell'ospitalità e per la frequente interazione tra studenti e professionisti del settore (Deale, O'Halloran, Jacques, & Garger, 2010). La mancata corrispondenza tra le competenze acquisite all'università e quelle necessarie agli studenti ha influito anche sulle capacità imprenditoriali, poiché è stata poco sviluppata nell'ambito degli studi universitari e ha mostrato effetti negativi tra gli studenti nell'intraprendere l'attività imprenditoriale (Rengiah, 2013). Olsen e Mykletun (2012) hanno sostenuto che la maggior parte delle università non ha compreso la natura multiforme dell'educazione all'ospitalità e al turismo e si è concentrata principalmente sui metodi di insegnamento tradizionali come lezioni, esercitazioni ed esami. I metodi tradizionali sono stati criticati per la loro enfasi sulla teoria e sul pensiero concettuale, per l'utilizzo di stili di apprendimento incentrati sull'insegnante (Deale, 2016) e per l'eccessiva focalizzazione sulle conoscenze funzionali (Olsen & Mykletun, 2012). Anche Mwasalwiba (2010) ha attribuito le carenze esistenti nella pedagogia dell'insegnamento ai metodi tradizionali, che sono meno efficaci nell'incoraggiare gli attributi imprenditoriali e fanno sì che gli studenti diventino partecipanti inattivi. Alla luce delle argomentazioni e dei commenti sfavorevoli sull'inefficacia dell'insegnamento da parte degli istituti di istruzione superiore (IIS), è giunto il momento per gli IIS che offrono EE di riconsiderare la loro filosofia pedagogica e di adattarla per sostenere approcci più pragmatici. Secondo McKeown, Cindy, Srikanth, Kelly e Lynn (2006), l'86% dei programmi degli istituti di istruzione superiore nel Regno Unito utilizza ancora metodi di insegnamento e apprendimento tradizionali. Si tratta degli stessi metodi utilizzati in altri corsi di economia, che secondo Bennett (2006) sono passivi e meno efficaci nell'influenzare gli attributi imprenditoriali.

Nonostante le carenze dei metodi di insegnamento tradizionali e il risultato schiacciante di studi che suggeriscono che l'imprenditorialità dovrebbe essere insegnata con metodi "innovativi" (Arasti, Falavarjani, & Imanipour, 2012; Deale, 2016; Musa, 2009), i metodi di insegnamento come le lezioni, i casi di studio e le discussioni di gruppo continuano a essere le pedagogie più comunemente utilizzate in molte università del mondo (McKeachie, 2002). Lo studio di Solomon, Duffy e Tarabishy (2002) ha evidenziato che i metodi di insegnamento più diffusi nell'EE sono le lezioni, i casi di studio e la creazione di business plan. U.S. News and World Report (2004) ha rilevato che 78 delle 100 migliori università degli Stati Uniti hanno inserito il business plan nei loro programmi di insegnamento. Alcune università di tutto il mondo hanno persino inviato squadre competitive per partecipare ai concorsi di business plan che si tengono all'estero (Honig, 2004). Di conseguenza, molte università hanno incorporato il business plan come parte del loro HTP, ma solo poche sono andate oltre l'insegnamento agli studenti dell'avvio di una nuova impresa e dell'esplorazione dell'innovazione all'interno di un'impresa esistente (Olsen & Mykletun, 2012). Sebbene ci sia stato un cambiamento significativo nella struttura del curriculum dell'HTP nell'offerta di corsi relativi all'EE, il grado di efficacia del nuovo curriculum nel catturare sia le aree operative che quelle gestionali dell'industria dell'ospitalità e del turismo deve essere ulteriormente esplorato. Questo aspetto è particolarmente importante nell'HTP, poiché il settore si basa spesso sul fornire esperienze agli altri.

4. DETERMINARE I FATTORI ALLA BASE DELL'EFFICACIA DELL'INSEGNAMENTO NELLA FORMAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

I metodi di insegnamento dell'imprenditorialità sono molto diversi (Porter, 1994). Queste differenze sono dovute alle ipotesi su cosa "sia" l'EE (Olsen & Mykletun, 2012). Pertanto, prima di qualsiasi discussione sull'efficacia o sull'idoneità di un particolare metodo di insegnamento, è necessario risolvere la confusione concettuale delle varie definizioni di imprenditorialità. Questa confusione non solo ha un impatto negativo sugli sforzi per sviluppare l'EE come campo accademico, ma anche nelle menti degli studenti. Le sovrapposizioni e le distinzioni di significato possono causare confusione se non sono chiaramente definite, soprattutto perché l'imprenditorialità e altri elementi che la compongono (ad esempio l'innovazione) sono strettamente legati alla politica governativa e alla strategia aziendale in molti Paesi (Olsen & Mykletun, 2012). Il problema di questa definizione di EE è che colloca l'imprenditore in un contesto economico e commerciale ristretto (Cheng, Chan, & Mahmood, 2009). Il focus principale dell'EE nelle scuole di economia, ad esempio, è ancora sulla gestione delle nuove imprese, sulle piccole imprese e sul processo di pianificazione aziendale che si presume ne derivi.

Questo si nota anche nell'HTP, dove Brizek e Khan (2008) sostengono che nel mondo accademico dell'ospitalità "l'imprenditorialità è considerata soprattutto in termini di individui che hanno avviato nuove imprese". Così, Bosma e Levie (2010) hanno proposto che "l'intrapreneurship", che si riferisce alla creazione o alla nuova innovazione all'interno di un'organizzazione, è un fattore chiave per lo sviluppo delle aziende, in particolare quelle del settore dell'ospitalità e del turismo (Morrison, Carlsen, & Weber, 2010). Pertanto, sulla base delle differenze nella definizione di cosa sia l'imprenditorialità, sarebbe fallace sostenere che un particolare metodo di insegnamento sia efficace o

inefficace rispetto ad altri metodi quando tutti i programmi non condividono una definizione o un obiettivo simili. Pardo (2013) ha ribadito la stessa argomentazione: prima di fare qualsiasi valutazione sull'efficacia dell'educazione all'imprenditorialità, è necessario comprendere gli obiettivi didattici degli educatori all'imprenditorialità e il motivo per cui perseguono tali obiettivi. Inoltre, sarebbe errato supporre che tutti gli obiettivi dell'EE siano quelli di sviluppare la creazione di nuove imprese. In effetti, alcuni educatori sono ancora contrari all'idea che gli studenti si avventurino nell'impresa mentre stanno ancora proseguendo gli studi (Fayolle & Gailly, 2008). Nonostante questa "diagnosi", si sa poco dei risultati attesi e delle intenzioni dei formatori all'imprenditorialità (Pardo, 2013).

Sebbene i lavori precedenti sulla formazione all'imprenditorialità abbiano evidenziato l'esistenza di diversi possibili obiettivi didattici nei corsi di imprenditorialità (ad esempio, Bechard & Toulouse, 1998), la maggior parte degli articoli sull'argomento si limita a descrivere le attività svolte senza considerare ulteriormente gli obiettivi alla base delle attività didattiche (ad esempio, Rae, 2003; Rae & Craswell, 2000; Shepherd, 2004). Hytti e O'Gorman (2004) hanno sostenuto un'argomentazione secondo cui, a seconda degli obiettivi dell'EE, ci sono molti modi per offrire una formazione all'imprenditorialità. Se l'obiettivo della formazione è quello di aumentare la comprensione di cosa sia l'imprenditorialità, il modo più efficace per raggiungere l'obiettivo è quello di fornire informazioni attraverso canali pubblici come i media, i seminari o le conferenze. Questi metodi sono efficaci in termini di trasmissione delle informazioni rilevanti a una popolazione più ampia in un periodo di tempo relativamente breve, se vengono utilizzati in modo da incoraggiare il coinvolgimento del pubblico (Read & Kleiner, 1996). Se l'obiettivo è quello di dotare gli individui di competenze imprenditoriali, applicabili direttamente al lavoro, il modo migliore è quello di fornire istruzione e formazione che consentano agli individui di partecipare direttamente al processo imprenditoriale, come la formazione industriale. È importante notare che i docenti o i formatori svolgono un ruolo fondamentale nel determinare l'efficacia della presentazione o della

formazione (Read & Kleiner, 1996). Infine, se l'obiettivo della formazione è quello di preparare gli individui ad agire come imprenditori, la tecnica più efficace è quella di facilitare gli esperimenti sperimentando l'imprenditorialità in un ambiente controllato, ad esempio attraverso la simulazione d'impresa o il gioco di ruolo in cui gli studenti sono incoraggiati a usare la loro creatività (Deale, 2016) e a sperimentare gli elementi di una situazione reale (Read & Kleiner, 1996).

Considerando la questione in modo olistico, il problema sta nel determinare quali obiettivi siano adatti a una particolare fase dell'EE. Organizzare la sequenza di questa progressione di apprendimento dell'EE fornirebbe chiarezza nel determinare l'obiettivo per ogni fase dell'imprenditorialità e la corrispondente pedagogia didattica. Pertanto, l'efficacia di un metodo di insegnamento o l'approccio migliore differiscono a seconda della fase del programma di imprenditorialità che delinea la definizione e gli obiettivi dell'EE. Ai fini della coerenza nell'accesso all'efficacia del rispettivo metodo di insegnamento, l'obiettivo dell'EE può essere categorizzato come segue. L'EE può essere ampiamente suddivisa in tre obiettivi primari: l'insegnamento dell'imprenditorialità, dell'imprenditorialità e per l'imprenditorialità (Hytti & O'Gorman, 2004; Kirby, 2004). L'insegnamento sull'imprenditorialità mira a fornire agli studenti una prospettiva generale e una comprensione dell'imprenditorialità come fenomeno (Hytti & O'Gorman, 2004; Kirby, 2004). fenomeno (Hytti & O'Gorman, 2004). L'obiettivo è quello di educare le diverse parti interessate, tra cui il governo, i responsabili delle politiche, i finanziatori e il pubblico in generale sul ruolo degli imprenditori nella comunità. La formazione degli individui all'imprenditorialità mira a renderli più intraprendenti nel loro lavoro e ad aumentare la loro innovatività, abilità e creatività. Infine, l'educazione all'imprenditorialità si riferisce alla creazione di un imprenditore, l'individuo che decide di avviare le proprie iniziative commerciali (Jamieson, 1984; Olsen & Mykletun, 2012). Sulla base di questi obiettivi, l'EE può essere classificata e progettata in modo appropriato a seconda della progressione o della fase in cui si diventa imprenditori.

5. UNA REVISIONE DELL'ATTUALE PEDAGOGIA DIDATTICA NELLA FORMAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ

Sembra che la maggior parte degli autori classifichi i metodi di insegnamento in due gruppi: i "metodi tradizionali", che comprendono le normali lezioni, i seminari, le letture, i business plan, i project work e i "metodi innovativi", che sono più basati sulla pedagogia dell'azione. I primi sono noti anche come "metodi passivi" o apprendimento centrato sull'insegnante, mentre i secondi sono definiti "metodi attivi" o centrati sullo studente (Hytti e O' Gormon, 2004; Mwasalwiba, 2010; Tasnim, 2012). In questo lavoro, abbiamo proposto un'ulteriore categoria chiamata metodo esperienziale, che può essere facilmente incorporata nel curriculum alberghiero e turistico, come i corsi di design alberghiero o di gestione delle attrazioni.

L'approccio metodologico tradizionale all'insegnamento e all'apprendimento prevede un flusso diretto di informazioni dall'istruttore come saggio allo studente come destinatario. In genere si basa su materiali didattici preconfezionati, scadenze fisse, compiti di valutazione e criteri determinati dagli istruttori. I metodi di insegnamento innovativi, invece, cercano di migliorare la creatività e il pensiero analitico degli studenti. I metodi attivi prevedono che l'istruttore faciliti l'apprendimento, non lo controlli e applichi metodi che consentano agli studenti di scoprire se stessi. I metodi di insegnamento innovativi includono le simulazioni d'impresa, che possono fornire agli studenti esperienze di simulazione del processo decisionale di una nuova impresa e sviluppare le loro capacità di prendere decisioni complesse. Altri metodi

includono visite e soggiorni in aziende per acquisire esperienza pratica (Balan, 2014; Solomon, 2007). I paragrafi seguenti elaborano i metodi di insegnamento comuni applicati all'EE nell'HTP.

Questi metodi di insegnamento e apprendimento sono brevemente esaminati come segue:

5.1. Metodi passivi

5.1.1.Lezioni ed esami

Questo metodo è forse il più diffuso e il più antico per l'insegnamento dell'EE (McKeachie, 2002). L'EE viene insegnata attraverso lezioni, esami e saggi. Seguendo un libro di testo, gli insegnanti introducono diversi concetti e strumenti dell'imprenditorialità e spiegano come possono essere utilizzati nelle aziende del settore turistico e alberghiero. Sebbene questo metodo sia efficace nel fornire informazioni, presenta diversi limiti. La misura in cui gli studenti possono partecipare alla lezione è minima, il metodo è inefficace nello sviluppo delle competenze individuali ed è difficile per alcuni studenti impegnarsi in un apprendimento attivo durante le lezioni (Deale, 2016; Read & Kleiner, 1996). L'efficacia di questo approccio si basa sulle esperienze, le capacità e le conoscenze dell'istruttore. Come affermato da Hindle (2007), questo approccio potrebbe non essere adatto agli studenti che desiderano apprendere il processo EE attraverso la sperimentazione attiva. Per superare i limiti della lezione frontale, è possibile integrare con essa altri metodi di insegnamento, come il gioco di ruolo, il workshop, la serie di seminari e le discussioni di mini casi (Read & Kleiner, 1996). Con il metodo integrato, gli studenti possono partecipare attivamente alle lezioni e rispondere a domande specifiche durante o prima della lezione.

1. Casi studio

Un caso di studio è di solito una "descrizione di una situazione reale, che di solito riguarda una decisione, una sfida, un'opportunità, un problema o una questione affrontata da una o più persone in un'organizzazione" (Leenders, Mauffette-Leenders, & Erskine, 2001). Può includere scenari di una situazione complessa e anche le convinzioni, gli atteggiamenti e i pregiudizi degli individui coinvolti e le loro azioni. I casi non forniscono risposte semplici o esplicite; piuttosto, i casi provocano il pensiero critico degli studenti, illustrano come pensare in modo professionale e sollecitano gli studenti a usare i concetti teorici per evidenziare un problema pratico. Questo metodo è importante quando l'educatore cerca di sviluppare le competenze di livello superiore necessarie per il pensiero critico e il processo decisionale. I casi di studio consentono agli studenti di "sperimentare" situazioni reali con i clienti, alle quali potrebbero non avere accesso in un contesto di ospitalità e turismo. Promuovono lo sviluppo delle capacità di pensiero critico offrendo la possibilità di un'analisi diretta dei dati che include la considerazione dei risultati. Ad esempio, esponendo gli studenti di ospitalità e turismo a uno scenario pratico in classe, si offre loro un'esperienza "pratica". Possono leggere ed esaminare i dati della vita reale e cercare di risolvere la situazione, o almeno di trovare potenziali soluzioni alla situazione, senza doversi trovare nella situazione stessa. L'efficacia di un caso di studio dipende dalla partecipazione attiva degli studenti e del formatore, da soluzioni accettabili e dalle motivazioni delle azioni intraprese (Read & Kleiner, 1996). Nonostante i suoi vantaggi, questo metodo è stato anche criticato (Biagio & Mark, 2014). Le critiche includono: l'imprecisione o la rappresentazione errata del caso, la partecipazione squilibrata degli studenti durante la discussione del caso e i materiali obsoleti del caso.

2. Piano aziendale

Un piano aziendale può essere definito come un documento scritto che descrive lo stato attuale e il futuro presunto di un'organizzazione (Honig,

2004; White, Hertz, & D'Souza, 2010). La preparazione di un business plan produce un'aura di formalità e convinzione spesso necessaria prima che la creazione di una nuova impresa da parte di un individuo venga presa sul serio. Il business plan è inteso come il primo passo verso un processo specifico ampiamente conosciuto come imprenditorialità, ma a differenza dell'attività imprenditoriale, si concentra principalmente sulle idee e non sulle azioni (Honig, 2004). Un business plan ben fatto è uno degli strumenti di comunicazione più importanti per un imprenditore, che fornisce un senso di legittimità all'azienda e ai fondatori. Un piano ben scritto è conciso, ma completo e richiede una miriade di decisioni su tutti gli aspetti della creazione di una nuova impresa, dallo sfruttamento dell'opportunità alla raccolta di risorse e alla costruzione del team di gestione. La costruzione di un business plan convincente richiede una profonda comprensione del prodotto, del panorama competitivo, del modello di business e del modello finanziario prospettico. Poiché l'obiettivo principale di un business plan è insegnare agli studenti ad avviare una nuova impresa, non aggiunge molto valore agli studenti del settore turistico-alberghiero perché l'industria si basa principalmente sul fornire esperienze ad altri nell'ambito della stessa impresa e non sull'avvio di una nuova impresa (Olsen & Mykletun, 2012).

5.2. Metodi attivi

5.1.1. Giochi di simulazione aziendale

Un gioco di simulazione d'impresa può essere definito come un modello dinamico del processo imprenditoriale reale in cui un numero equilibrato di variabili decisionali richiede un'integrazione strategica (Keys & Wolfe, 1990). Il gioco di simulazione fornisce un'esperienza diretta delle interdipendenze gestionali e della concorrenza in un mercato comune. I giochi di simulazione possono aiutare a sviluppare capacità critiche e a mettere in pratica importanti comportamenti imprenditoriali, rimodellando alcuni aspetti della realtà in un ambiente sicuro e privo di rischi (Carrier, 2007; Shepherd, 2004; Smith, Kickul, & Coley, 2010). Gli

studenti hanno la possibilità di riflettere sulle proprie azioni e sui risultati che ne derivano, ma anche di reagire ai risultati adottando azioni correttive. Poiché tutte le decisioni avvengono in tempo reale, si crea un ambiente di apprendimento realistico e contestualizzato.

Carrier (2007) e Shepherd (2004) sottolineano inoltre i benefici derivanti dal fatto che gli studenti sperimentano il fallimento e le emozioni negative, che li aiuteranno a imparare a gestire il fallimento. Ogni turno di simulazione dovrebbe essere seguito da un elemento di debriefing che incoraggi i partecipanti a condividere le loro esperienze con gli altri. Ciò richiede un ambiente di apprendimento sperimentale caratterizzato da fiducia, apertura e rispetto reciproco (Smith et al., 2010). Per migliorare ulteriormente l'apprendimento attraverso i giochi di simulazione, Smith et al. (2010) hanno confrontato diversi periodi di tempo tra la simulazione e il debriefing. Hanno riscontrato che la riflessione è più efficace entro 48 ore dalla simulazione rispetto a una settimana dopo. Nonostante i suoi vantaggi, questo metodo presenta una serie di limiti (Read & Kleiner, 1996). Per esempio, le simulazioni non sono basate su aziende reali e quindi potrebbero non riflettere un'esperienza reale e realistica della vita aziendale. Inoltre, alcuni studenti potrebbero vederle come un gioco divertente e non prenderle sul serio. Il costo dei giochi di simulazione e il tempo necessario per eseguirli sono altri limiti.

5.1.2. Relatori ospiti

Il programma Entrepreneurship speaker's richiama presso l'istituto scolastico imprenditori famosi e di successo nel settore dell'ospitalità e del turismo per discutere di idee, opportunità e gestione aziendale. Questo programma espone gli studenti a un'esperienza unica, a lezioni acquisite e a problemi e sfide sperimentati dagli imprenditori in situazioni di vita reale. Gli studenti dei gruppi possono interagire direttamente con gli imprenditori per condividere esperienze e interessi (Norasmah, Othman, & et al, 2008). I modelli di ruolo sono stati riconosciuti in generale come un'importante fonte di "apprendimento vicario" (Bandura, 1986). In base alle interviste e al focus group, i docenti hanno ammesso

che questo approccio è uno dei modi più efficaci per trasmettere le conoscenze imprenditoriali.

Un'altra pratica consiste nel far trovare agli studenti un "proprio" modello imprenditoriale da intervistare sulle sue esperienze e poi riportare in classe. L'idea alla base di quest'ultimo metodo è che gli studenti saranno più propensi a scegliere modelli di ruolo con cui possono relazionarsi e quindi più realistici. In ogni caso, gli studenti hanno la possibilità di contattare i rappresentanti dell'industria e di ricevere future opportunità di lavoro (Volkmann et al., 2009). Poiché questo metodo può fornire informazioni di prima mano, può attirare l'attenzione degli studenti. Tuttavia, il costo dell'invito di un relatore ospite e la sua disponibilità a venire nelle istituzioni per tenere un seminario possono rappresentare un problema.

5.1.3. Visite aziendali e viaggi sul campo

Le visite sul campo comprendono spesso alberghi, ristoranti, agenzie di viaggio e altre imprese turistiche, solitamente organizzate dai docenti o dall'amministrazione dell'istituto scolastico. Questa pratica fornisce a studenti e docenti informazioni aggiornate sulle ultime tendenze del settore dei viaggi e dell'ospitalità. L'HTP si basa sempre sul fornire esperienze agli altri, quindi le visite sul campo consentirebbero agli studenti di ricevere preziose informazioni di prima mano su imprese specifiche, che possono utilizzare durante la preparazione dei loro piani aziendali (Sandage, Cook, Hill, Strawn, & Reimer, 2008). Allo stesso tempo, le visite sul campo potrebbero fornire un feedback da parte degli stakeholder aziendali su come il programma di insegnamento dovrebbe essere adattato per corrispondere alle esigenze del settore. Nonostante i vantaggi, l'utilizzo di questo metodo presenta alcune sfide. Trovare aziende partecipanti del settore e ottenere la piena collaborazione può essere difficile. Inoltre, un solo viaggio sul campo non è sufficiente. Per comprendere appieno l'esperienza, è necessario costruire blocchi di conoscenza che vengono appresi in un determinato periodo di tempo (Sandage et al., 2008).

5.3. Metodi esperienziali

1. Progetto di consulenza

In questo metodo, le aziende partner dell'industria del turismo e dell'ospitalità permettono a un gruppo di studenti delle istituzioni di svolgere un ruolo di consulenza per la gestione di specifiche problematiche aziendali e gestionali. Gli studenti svolgono attività di ricerca e sviluppo sia all'interno che all'esterno dell'azienda partecipante e imparano a gestire questi problemi in modo professionale. Con questo metodo si possono ottenere diversi risultati. Tra questi, una maggiore comprensione del contesto reale della vita aziendale, l'apprendimento di come applicare i concetti teorici alle azioni, il miglioramento delle capacità di problem solving, di comunicazione e interpersonali (Ardley & Taylor, 2010). Nonostante i vantaggi, questo metodo può presentare alcune difficoltà. Sviluppare contatti e relazioni con le aziende del turismo e dell'ospitalità può essere un ostacolo e richiede tempo. Le aziende potrebbero non essere disposte a collaborare a causa della riservatezza delle informazioni. Inoltre, i dirigenti possono essere occupati e non collaborare nel fornire informazioni essenziali.

2. Apprendimento basato su progetti (PBL)

Secondo Henry, Hill e Leitch (2003) e Johannisson, Halvarsson e Lövstål (2001), un approccio di apprendimento basato su progetti è più efficace nell'insegnamento dell'imprenditorialità rispetto ai casi di studio. Si ritiene che l'attenzione ai progetti degli studenti aumenti la motivazione degli stessi (Kailer, 2010; Welter & Heinemann, 2007), grazie al coinvolgimento emotivo e intellettuale e alla rilevanza personale per lo studente (Robinson & Malach, 2007). Robinson e Malach (2007) e Deale (2016) hanno sottolineato che gli studenti dovrebbero anche imparare a gestire situazioni incerte, complesse e stressanti. Uscire dalla propria zona

di comfort e lavorare sotto pressione è un'esperienza di apprendimento importante per i futuri imprenditori (Robinson & Malach, 2007). Le attività di apprendimento sperimentali e basate sull'azione, seguite da una riflessione, possono aiutare gli studenti ad acquisire fiducia nelle loro capacità individuali e di gruppo (Deale, 2016; Jones, 2010) perché lavorano su contesti aziendali reali.

3. Counselling/mentorato

Zachary (2000) descrive il mentore come una "guida al fianco" piuttosto che come un "saggio sul palco". Tuttavia, un mentore può essere definito come un consigliere di fiducia, un insegnante, un confidente, un sostenitore e un amico che può essere assegnato formalmente per motivi di lavoro o di studio. Ognuno di questi mentori porta con sé esperienze e ruoli diversi, pertanto è importante comprendere e stabilire fin dall'inizio questa relazione di mentoring unica. Il mentoring è concepito per facilitare la crescita personale e professionale del mentee, con la disponibilità del mentore a condividere intuizioni e conoscenze. Questa nozione di partnership di apprendimento o paradigma incentrato sull'apprendimento consente di concentrarsi sul mentee piuttosto che sull'insegnamento di competenze o procedure specifiche. La scelta di lavorare con un coach o un mentore esperto può aiutare gli individui a raggiungere i propri obiettivi e ad aumentare la loro efficacia nel lavoro o nel compito specifico in cui sono coinvolti (Deale, 2016). I vantaggi per il mentore includono l'opportunità di essere stimolati da una relazione stimolante, di sviluppare le competenze, le conoscenze e le attitudini necessarie per attuare con successo le procedure di qualità, comprese le revisioni dei soggetti e gli esercizi di benchmarking. Inoltre, il mentore può anche migliorare le capacità organizzative e la reputazione, imparare dal mentee e analizzare la propria base teorica attraverso l'esplorazione di questioni relative all'insegnamento, all'apprendimento, alla valutazione e all'assessment.

4. Formazione pratica e lavoro con gli imprenditori

L'obiettivo principale del tirocinio è quello di far lavorare gli studenti per un periodo di tempo in una vera azienda del settore turistico e alberghiero, in modo che possano acquisire un'esperienza lavorativa reale. Attraverso i programmi di stage, gli studenti acquisiscono consapevolezza del mondo degli affari e imparano le competenze fondamentali per avviare o gestire un'impresa (Cheung, 2008). Chen e Shen (2012) sostengono che lo stage ha più successo di altri nel preparare gli studenti a una carriera imprenditoriale. Il concetto di essere nell'ambiente di lavoro reale è noto anche come apprendimento situato, che può essere espresso come apprendistato cognitivo (Olsen & Mykletun, 2012).

L'apprendistato cognitivo offre agli studenti l'opportunità di acquisire e sviluppare conoscenze imparando da un individuo esperto. Introduce gli studenti in un contesto reale di pratica, concentrandosi sull'importanza del contesto autentico visto nel lavoro di squadra, nell'interazione e nel processo decisionale nella creazione della proposta di valore del servizio (Chan, Miller, & Monroe, 2009). L'apprendistato è un elemento naturale per l'HTP, in quanto offre un'istruzione aziendale personalizzata per un settore specifico.

Anche se l'apprendistato è considerato molto efficace per l'HTP, uno studio condotto sui proprietari di piccole imprese negli Stati Uniti ha evidenziato un certo disaccordo su quali aspetti dei programmi dovrebbero essere enfatizzati (Elmuti, Khoury, & Omran, 2012). Alcuni imprenditori hanno indicato la gestione del budget e dei flussi di cassa come i più importanti, mentre altri hanno dato la priorità alla gestione delle persone. Possiamo quindi concludere che il contenuto, la strategia e la valutazione dell'efficacia dell'apprendistato sono ancora in gran parte da studiare.

5. Avviare un'attività propria

Il metodo dell'avvio di un'attività in proprio è spesso concepito per aiutare le persone con esperienza o competenze lavorative limitate, come nel caso della maggior parte degli studenti universitari. Include attività comuni per l'avvio e la gestione di un'impresa reale, come le dimensioni del team, l'ammontare del capitale iniziale, il tempo di pianificazione, il tempo operativo e la gestione del budget (Malach & Malach, 2014). In questo programma gli studenti sono incoraggiati ad assumersi dei rischi e a provare cose nuove, riflettendo poi sui risultati dei loro sforzi per capire perché hanno raggiunto o meno i risultati desiderati (Politis & Gabrielsson, 2009). Sono poche le università e le istituzioni di apprendimento che hanno adottato questo metodo a causa dei suoi rischi e della sua complessità (Dhliwayo, 2008). Tra queste poche istituzioni vi sono il Babson College, la Stanford School of Business, la MIT Sloan School of Management, la London Business School e la National University of Singapore, dove agli studenti è stato chiesto di creare e gestire piccole imprese all'interno del campus e di lavorare a piccoli lavori di consulenza. Data l'importanza di questo metodo, Neck, Greene e Brush (2014) hanno chiesto una riforma dell'EE che includa un programma di avviamento di impresa. È tuttavia importante notare che il programma di avvio di un'attività in proprio ha un ambito di applicazione molto ristretto, in quanto si concentra sull'avviamento e sulle piccole imprese.

6. METODI DI INSEGNAMENTO PRATICO DELL'EDUCAZIONE ALL'IMPRENDITORIALITÀ NEL PROGRAMMA DI OSPITALITÀ E TURISMO

Una delle sfide più grandi nell'insegnamento consiste nell'insegnare una materia standardizzata o nel rispondere alle esigenze degli studenti (Darling-Hammond, 2012). Nell'ambito dell'EE, la materia standardizzata pone l'accento sulla teoria, sul pensiero scientifico e sull'acquisizione di conoscenze, mentre l'attenzione degli studenti si concentra sulla pratica,

sui metodi imprenditoriali, sulla creazione di valore e sull'azione. La prima è prevedibile, facile da misurare, soddisfa i "requisiti" delle procedure degli istituti di istruzione superiore e denota un apprendimento passivo (come qualsiasi altro corso), mentre la seconda è imprevedibile, difficile da misurare, non conforme alle procedure istituzionali, costosa e richiede un apprendimento attivo. Anche se impegnativo, l'obiettivo principale di un EE in HTP è quello di raggiungere un'enfasi integrata di entrambi gli approcci.

Ciò può essere spiegato dalla dichiarazione di Bill Bygrave (1993), direttore degli studi sull'imprenditorialità al Babson College, che ha affermato: "Ci sono due modi per rovinare un corso sull'imprenditorialità. Il primo è che consista interamente nell'applicazione pratica. Il secondo modo è che sia interamente teorico". Abbiamo ragionato sul fatto che l'efficacia del metodo di insegnamento dipende dall'obiettivo dell'imprenditorialità e dall'esperienza precedente dello studente. Tuttavia, non è facile trovare una combinazione perfetta di metodi di insegnamento. L'integrazione di una miriade di approcci può confondere gli istruttori e rendere difficile la somministrazione. Una possibile soluzione a questo problema è quella di combinare le esigenze della materia e di integrare l'aspetto pratico.

Concordiamo con Gedeon (2014) e Valliere, Gedeon e Wise (2014) sul fatto che nella progettazione di un programma di imprenditorialità, soprattutto nell'ambito dell'HTP, è fondamentale avere una definizione adeguata dell'obiettivo del programma. Senza una buona comprensione dell'ontologia, sarà difficile insegnare e valutare l'efficacia del corso. In generale, l'EE è concepito per spiegare cosa sia l'imprenditorialità, massimizzare il potenziale per stimolare gli attributi e l'intuizione imprenditoriale e infine dotare gli studenti di azioni. Tuttavia, nell'attuale letteratura sull'EE, c'è una forte enfasi sull'insegnamento "per" piuttosto che "su". Ciò si evince dai commenti, dalle argomentazioni e dai feedback sui metodi di insegnamento specifici, in particolare sull'approccio tradizionale che non è riuscito a stimolare gli studenti a diventare imprenditori. Olsen e Mykletun (2012) hanno chiaramente sostenuto che

nell'EE si dovrebbe porre una forte enfasi sull'insegnamento "per" piuttosto che "su".

Proponiamo che ci sia una progressione continua dello sviluppo imprenditoriale nel programma di imprenditorialità dell'HTP. Nel livello "base" di EE, è probabile che un numero maggiore di studenti si iscriva al corso. Poiché in questa fase l'accento è posto sulle conoscenze teoriche necessarie, le lezioni di massa forniscono la praticità e la "copertura" della trasmissione delle conoscenze. Le aule dovrebbero essere un mondo di idee in cui gli studenti apprendono teorie che insegnano loro cosa devono fare per avere successo (Fiet, 2001). Tuttavia, quando il tasso di "abbandono" del corso aumenta, è possibile condurre gruppi di apprendimento più piccoli che si concentrano sull'aspetto interattivo dell'apprendimento. In questa fase gli studenti sono più motivati da metodi di insegnamento più dinamici, come giochi e simulazioni aziendali, interviste con imprenditori turistici in forte crescita, lezioni di imprenditori turistici, studi di casi pratici e tecniche di gruppo e di squadra per la creazione di nuove idee imprenditoriali (Ahmad, 2015). Quando gli studenti raggiungono l'apice della fase di creazione d'impresa, questa comprende studenti altamente motivati che potrebbero voler testare ulteriormente le loro idee. I metodi esperienziali come la consulenza e la formazione pratica sono molto adatti a questo scopo.

I corsi "per" si concentrano sulla creazione di una mentalità imprenditoriale e sull'esplorazione di ciò che si prova a essere un imprenditore. I corsi "sull'imprenditorialità" tendono a basarsi su una pedagogia tradizionale di lezioni e libri di testo per esplorare le tendenze delle piccole imprese e dei settori e sono quindi valutati attraverso metodi più tradizionali di esami scritti. All'interno di questa classificazione, questi corsi sono tenuti utilizzando pedagogie distinte, oltre a essere valutati in modo diverso; l'insegnamento "per" si riferisce alla costante focalizzazione della pratica dell'apprendimento sul "sapere come", sul "sapere chi" e sul "bisogno di sapere".

Sosteniamo che studiare un singolo imprenditore (attraverso relatori e interviste) non può spiegare efficacemente le differenze di contingenze e risorse che l'imprenditore deve gestire (Fiet, 2001). Dato l'alto tasso di fallimenti tra gli imprenditori nascenti, insegnare agli studenti a modellare i loro sforzi sulla base di questa popolazione sembra irrazionale. È anche difficile concludere che possiamo imparare molto dallo studio di coloro che sopravvivono, a causa di fattori di mediazione come la fortuna e i pregiudizi. Suggeriamo cautela nell'utilizzare gli imprenditori come relatori se il nostro scopo è quello di insegnare agli studenti cosa dovrebbero fare per avere successo. Tuttavia, gli imprenditori, con un certo aiuto da parte degli studiosi, dovrebbero essere in grado di sviluppare quadri di contingenza in cui esaminano i fatti e fanno previsioni basate su intuizioni acquisite da prospettive teoriche divergenti.

Di conseguenza, è importante capire come avviene l'apprendimento, poiché è fondamentale per lo sviluppo di un'efficace strategia di apprendimento e insegnamento imprenditoriale. Una classificazione dell'apprendimento molto diffusa in ambito educativo si basa su Bloom (1956). La tassonomia di Bloom (1956) divide gli obiettivi educativi in tre "domini" sovrapposti - cognitivo (conoscenza), affettivo (atteggiamento) e

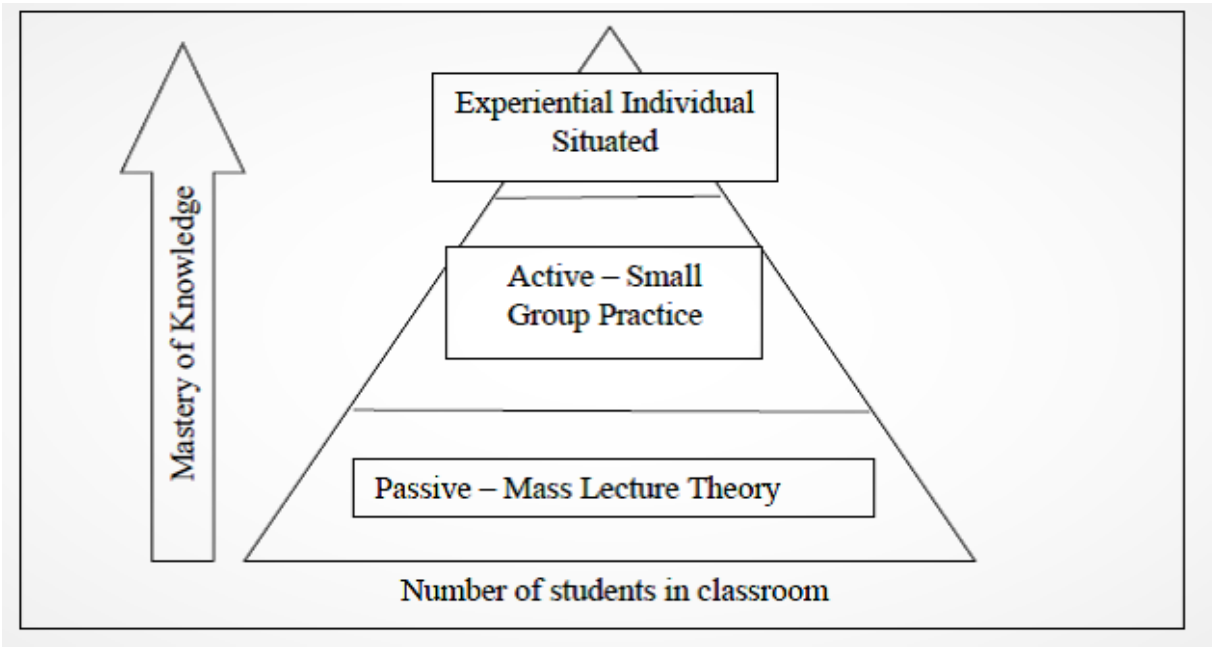


Figura 1. Gerarchia dei metodi di apprendimento.

psicomotorio (abilità). Ogni dominio viene esplorato come una gerarchia, che cresce in complessità. Per acquisire la padronanza di uno qualsiasi di questi domini, si apprendono prima le abilità di livello inferiore, poiché la padronanza si crea lavorando dai livelli inferiori a quelli superiori. La piena comprensione di questo modello ha un chiaro impatto sulla strategia di apprendimento che deve essere impiegata per sostenere un apprendimento efficace da parte degli studenti. Ad esempio, per raggiungere gli obiettivi cognitivi più bassi, come la trasmissione di fatti o conoscenze, le tecniche di istruzione di massa (principalmente l'approccio passivo come le lezioni) sono più efficaci. Per raggiungere l'obiettivo affettivo, è necessario il coinvolgimento degli studenti nel processo di apprendimento, che si ottiene più efficacemente con approcci innovativi (come le simulazioni aziendali). Infine, per raggiungere le competenze richieste nel settore specifico, gli approcci esperienziali sono i più efficaci (come il mentee e la formazione pratica).

In base alla tassonomia di Bloom, si sceglie l'approccio corrispondente, passivo, attivo o esperienziale. Per quanto riguarda il livello cognitivo, l'enfasi è sullo sviluppo della conoscenza (questioni riguardanti l'imprenditorialità). Pertanto, le tecniche di istruzione di massa, come le lezioni, sono le più efficaci per trasmettere le informazioni da ricordare. Quando il livello passa a quello affettivo, si deve scegliere un metodo più appropriato per coltivare gli attributi imprenditoriali degli studenti. Si potrebbero utilizzare metodi come le simulazioni d'impresa e i progetti di consulenza. Per quanto riguarda il livello psicomotorio, si suggerisce un metodo più pratico che enfatizzi la conoscenza esperienziale. Nel settore dell'ospitalità e del turismo, questa è una fase importante in cui vengono enfatizzati i metodi pratici ed esperienziali (apprendimento situato) (Olsen & Mykletun, 2012). In breve, riteniamo che la comprensione dell'obiettivo del programma e della tassonomia dell'apprendimento sia il fondamento di un'efficace strategia di insegnamento e apprendimento dell'EE nel settore HTP. La Fig. 1 illustra la nostra discussione sulla gerarchia dei metodi di apprendimento.

Sulla base delle discussioni elaborate e dell'analisi del problema, la Tabella 1 riassume i vari metodi pedagogici e le loro classificazioni. Si può concludere che ogni metodo di insegnamento ha i suoi punti di forza e i suoi limiti.

7. CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI

L'obiettivo principale di questo lavoro è stato quello di discutere ed evidenziare le questioni relative all'efficacia degli attuali metodi di insegnamento dell'EE negli HTP. Sulla base della nostra analisi è possibile suggerire una serie di conclusioni e raccomandazioni. Sosteniamo che le "origini" delle discussioni elaborate sull'efficacia dell'insegnamento dell'EE, in particolare le critiche verso gli approcci passivi o tradizionali, sono dovute al pregiudizio verso l'obiettivo dell'imprenditorialità "per". A peggiorare la situazione, non c'è coerenza tra gli educatori all'imprenditorialità su come dovrebbe essere un intero programma o corso. Queste argomentazioni si basano sull'analisi di 18 diversi corsi di imprenditorialità forniti dai partecipanti a un ritiro per studiosi di imprenditorialità, da cui è emerso che il corso copre 116 argomenti diversi (Fiet, 2001). Il contenuto dei corsi varia così tanto che è difficile stabilire se abbiano uno scopo comune (Fiet, 2001). Studiosi recenti (Olsen & Mykletun, 2012; Van der Sluis, Van Praag, & Vijverberg, 2008; Weaver, Dickson, & Solomon, 2005) hanno espresso la stessa preoccupazione per il fatto che gli insegnanti di imprenditorialità insegnano cose diverse sotto lo stesso ombrello dei corsi di imprenditorialità.

Il programma EE nell'HTP dovrebbe essere sviluppato sulla base di un quadro di riferimento che includa un obiettivo comune, corrispondente alla tassonomia dell'apprendimento e alla relativa metodologia di insegnamento. Ogni metodo di insegnamento ha i suoi meriti e i suoi limiti. Nonostante le numerose critiche rivolte agli approcci tradizionali, è interessante notare che il metodo di insegnamento più utilizzato in classe in molti Paesi rimane relativamente tradizionale. Questi risultati confermano quelli di Hytti e O'Gorman (2004), che hanno analizzato 50

programmi di formazione all'imprenditorialità rivolti a tutti i livelli di istruzione in Austria, Irlanda e Regno Unito, secondo cui i metodi di insegnamento utilizzati (con frequenza decrescente) sono i seguenti: metodi di insegnamento "tradizionali", simulazioni d'impresa, workshop, consulenza/mentoring, creazione di un'impresa, visite di studio, giochi e competizioni e formazione pratica. Una ragione plausibile di ciò potrebbe essere rappresentata dagli obiettivi stessi dell'EE. Uno studio su 15 programmi di educazione all'imprenditorialità leader negli Stati Uniti ha rilevato che l'obiettivo principale della maggior parte dei programmi era quello di aumentare la consapevolezza e la comprensione dell'imprenditorialità come processo (Hamidi, Wennberg, & Berglund, 2008). Il secondo obiettivo principale era quello di aumentare la consapevolezza degli studenti sull'imprenditorialità come possibilità di carriera. Ciò illustra la nostra tesi secondo cui i metodi di insegnamento appropriati dipendono in larga misura dalla fase e dall'obiettivo dell'apprendimento imprenditoriale.

Table 1
Classifications of teaching methods adopted in entrepreneurship education.

Objective	Approach	Domain	Implication	Method	Strengths	Limitations
About	Passive	Cognitive	Description	Lecture and Exam	• Can provide up-to date information • Easier to control class • Can focus on specific issues ad topics • Course materials can be easily updated • Face-to face interaction	• Potential of low students' participation • Less effective with students who prefer active learning experimentation
				Case Study	• Illustrate real business context • Effective in linking theory and practice • Improve problem solving and decision making skills • Interactive educational process • engages students' minds and enhances their learning more	• Outdated case material • No best answers/solutions • Require much time of discussions • Instructor can dominate the discussions
				Business Plan	• Create business strategy • Can improve writing skills • Involves preparation and research	• Difficult to access information • Students may seek additional guidance
In	Active	Affective	Prediction	Business Simulation Games	• Provides hands-on learning experience • Effective in developing team-work skills • Able to see the effects of decision	• Costly • Can be time-consuming • Lack of realism
				Guest Speaker	• May provide latest information from the industry • Real life examples • First-hand information	• Costly • May not connect theory to practice
				Business Visits and Field Trips	• Connect to real world • Allow students to observed real business environment	• Difficult to access to companies
For	Experiential	Psychomotor	Action	Consultancy Project	• Develops research skills • Lead to contact with business community	• Companies may not be cooperative • Not suitable for undergraduate students
				Problem-based Learning	• Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills	• Students may unable to propose meaningful recommendations • Students can lose direction
				Counselling/Mentoring	• Provides hands-on guidance • Focus discussion	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning
				Practical Training and Working with Entrepreneurs	• Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies

Derived from Ahmad (2015); Balan (2014); Biagio and Mark (2014); Fatoki (2014); Arasti et al. (2012); Darling-Hammond (2012); Smith et al. (2010); Cheng et al. (2009); Béchard, J.-P., and Grégoire, D. (2007); Carrier (2007); Okumus and Wong (2005).

Fiet (2000) spiega che gli insegnanti si affidano a metodi basati sulla lezione perché possono essere facilmente realizzati e richiedono meno

investimenti. D'altra parte, da un punto di vista pratico, la maggior parte dei metodi di insegnamento basati sull'azione sono costosi e in qualche modo non sono ben allineati con il sistema di insegnamento universitario convenzionale (Mwasalwiba, 2010). Pertanto, sarebbe controproducente continuare a sostenere che un particolare metodo di insegnamento è inefficace per "attivare" gli studenti a diventare imprenditori. Né vale la pena continuare a ricevere dagli studenti il feedback che un particolare metodo di insegnamento è "noioso" e inefficace semplicemente perché gli studenti non "vedono" o "capiscono" i benefici immediati. Ogni metodo di insegnamento serve a uno scopo particolare ed è importante che sia complementare al processo generale di imprenditorialità. Dall'analisi e dalla discussione di questo documento, risulta che gli attributi chiave per l'efficacia dell'insegnamento dell'EE dovrebbero basarsi sulle fondamenta dell'EE, costruite su una chiara definizione e sugli obiettivi, sull'approccio all'apprendimento e sulla fase imprenditoriale. Allo stesso tempo, i formatori all'imprenditorialità devono avere un ricco repertorio di strategie di insegnamento, la capacità di combinare gli approcci e la conoscenza di come e quando utilizzare determinati metodi e strategie. Trovare il giusto equilibrio è particolarmente importante nel curriculum HTP, poiché il settore è altamente pratico, più orientato ai servizi e pratico rispetto alla maggior parte dei campi.

Infine, le strutture e le "regole" e procedure didattiche degli istituti di istruzione superiore limitano la possibilità di introdurre una pedagogia didattica "innovativa". I metodi di insegnamento non tradizionali, come l'invito di relatori ospiti e modelli aziendali, le simulazioni aziendali e gli studi sul campo, sono raramente utilizzati a causa della complessità delle procedure (Fatoki, 2014). Per preparare adeguatamente gli studenti alle loro future carriere, è necessario ampliare le pedagogie e introdurre approcci innovativi, incoraggiando le attività guidate dagli studenti in classe per favorire il coinvolgimento nel processo di apprendimento e sottolineando l'importanza delle teorie sottostanti (Deale, 2016). Gli istituti di istruzione superiore devono essere più flessibili e accomodanti per consentire ai docenti di imprenditorialità di sperimentare in classe.

In definitiva, riteniamo che sia necessario condurre ulteriori studi per determinare l'efficacia dei rispettivi metodi di insegnamento. Gli studi futuri devono essere chiari sulla relazione tra i fattori rilevanti e l'efficacia della pedagogia scelta. Olsen e Mykletun (2012) hanno sostenuto che per una formazione all'imprenditorialità efficace dovrebbe esserci una relazione tra gli obiettivi del programma di imprenditorialità, i destinatari del programma, il contenuto dei corsi di imprenditorialità, il metodo di erogazione o pedagogia e infine il metodo di valutazione. Questi temi sono stati studiati in modo isolato o non sono stati discussi in studi precedenti. Ci auguriamo che la discussione di questo documento sia utile per fornire un'analisi delle direzioni della ricerca pubblicata e anche per definire l'agenda della ricerca futura.

DIREZIONE DISTRETTUALE DELL'EDUCAZIONE NAZIONALE DI MAMAK

La data di inizio dell'entrata in servizio della Direzione Distrettuale dell'Educazione Nazionale di Mamak è l'anno 1984. Le unità della nostra amministrazione sono costituite da 9 rami e 20 sezioni in parallelo con la struttura del Ministero dell'Istruzione Nazionale con 652 n. Decreti Legge . Queste unità sono l'unità di istruzione di base, l'unità di istruzione secondaria, l'unità di istruzione professionale e tecnica, l'unità di istruzione speciale e consulenza, l'unità di istruzione permanente, l'unità di costruzione e proprietà immobiliari, l'unità di elaborazione dei dati e tecnologie dell'istruzione, l'unità di sviluppo della strategia, l'unità legale, l'unità delle risorse umane, e unità dei servizi di supporto.

L'unità amministrativa è composta da 1 direttore distrettuale dell'istruzione, 9 amministratori di filiale, 20 capi di filiale e 150 dipendenti. Inoltre, all'interno della nostra amministrazione, ci sono 12 insegnanti che lavorano a tempo pieno ea tempo parziale. Ci sono oltre 300 istituzioni educative (statali e private) tra cui scuole primarie, scuole secondarie, scuole primarie-secondarie, scuole secondarie professionali

religiose, scuole superiori dell'Anatolia, scuole professionali, scuole superiori professionali religiose, centri scientifici e artistici, centri di applicazione dell'istruzione speciale, Centro di consulenza e ricerca e centri di istruzione pubblica.

C'è anche un'unità di ricerca e sviluppo fino alla sezione per lo sviluppo della strategia all'interno dell'amministrazione. L'unità di ricerca e sviluppo (R&S) è composta da un totale di 7 persone. I progetti internazionali e nazionali del distretto sono gestiti dai coordinatori dei progetti di ricerca e sviluppo.

La direzione provinciale dell'istruzione nazionale di Mamak sta cercando di preparare i bambini ei giovani alla vita con una visione della percezione dell'educazione incentrata sull'uomo, fornendo una base per alternative mirate nelle sue opere. La Direzione sta proseguendo a pieno ritmo nei suoi lavori per inquadrare la percezione che regolano i valori comuni e le convinzioni condivise dai singoli. Sta lavorando per la raccolta, l'elaborazione, la trasmissione, l'utilizzo delle informazioni e la produzione di nuove informazioni.

L'autorità locale della Direzione dell'Istruzione nazionale del distretto di Mamak sta lavorando per osservare gli sviluppi in tutte le aree dell'istruzione per fornire agli studenti le competenze necessarie per competere in un'era difficile per diventare una brava persona, un buon professionista e un buon cittadino per il paese, per il il mondo intero. Perché nel XXI secolo l'educazione è la dimensione fondamentale dello sviluppo individuale, sociale e universale.

Progetti completati e in corso nell'ambito del Progetto Erasmus+;

Erasmus+ KA1 VET Staff Mobility, 2014-1-TR01-KA102-004888

Erasmus+ KA3 Structured Dialog, 2018-2-TR01-KA347-060411

Erasmus+ KA3 VET, 609050-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-VET-NETPAR, 12 Events for Transnational and National VET networks

Erasmus+ KA1 VET, 2020-1-TR01-KA102-088189, Avrupa'da Erken Okuryazarlık Stajı

Erasmus+ KA2 Youth, 2020-3-TR01-KA205-097360, Artificial Intelligence Education for Youth

Erasmus+ KA2 School, 2020-1-ES01-KA226-SCH-095226, Motivational Meditation Techniques for Favouring Memory and Attention of Students with Visual Impairment

Erasmus+ KA2 School, 2021-1-ES01-KA210-SCH-000034294, Technological update in school mangement teams TUSIM

Erasmus+ KA2 Schol, 2021-1-IT02-KA220-SCH-000032518, QUID: Quality, Inclusion & Digitalisation

Erasmus+ KA2 School, 2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655, Inclusive and Sustainable Tourism Gamification in School Education-ISTO

Erasmus+ KA2 School, 2022-1-FR01-KA220-SCH-000087053, ENABLing School Integration of migrant and refugee children through social and Emotional learning interventions to address psychosocial trauma ENABLE

.

FONTI

- Ahmad, S. Z. (2015). Entrepreneurship education in tourism and hospitality programs. Journal of Hospitality & Tourism Education, 27(1), 20–29.

- Arasti, Z., Falavarjani, M., & Imanipour, N. (2012). A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate students. Higher Education Studies, 2(1), 2–10.

- Ardley, B., & Taylor, N. (2010). The student practitioner: Developing skills through the marketing research consultancy project. Marketing Intelligence & Planning, 28(7), 847–861.

- Balan, S. M. (2014). Methods and means used in teaching entrepreneurship in high school can improve entrepreneurial skills. International Journal of Management, 5(7), 51–61.

- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Béchard, J.-P., & Grégoire, D. (2007). Archetypes of pedagogical innovation for entrepreneurship in higher education: Model and illustrations. In A. Fayolle (Ed.). Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective (pp. 261–284). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Bechard, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 13(4), 317–332.

- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perception of the nature of entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 12(3), 165–188. https://doi.org/10.1108/13552550610667440.

- Biagio, P., & Mark, U. (2014). Is the case study method an effective pedagogical method for students to learn the fundamentals of financial accounting? Proceeding american society of business and behavioral sciences, 21st annual conference, las vegas february 20–23. Available http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich(P541-554).pdf.

- Bill Bygrave, W. D. (1993). Personal conversation quoted in Fiet, J.O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. Journal of Business Venturing, 16, 101–117.

- Bloom, B. S. (1956). (The Cognitive Domain, Longman London)Taxonomy of educational objectives, Vol. 1.

- Bosma, N., & Levie, J. (2010). Global entrepreneurship monitor: 2009 global reportBoston, MA: Global Entrepreneurship Research Association.

- Brizek, M., & Khan, M. (2008). Understanding corporate entrepreneurship theory: A literature review for culinary/food service academic practitioners. Journal of Culinary Science & Technology, 6(4), 221–255.

- Brockhaus, R. H., Hills, G. E., Klandt, H., & Welsch, H. P. (Eds.). (2001). Entrepreneurship education: A global view. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.

- Carrier, C. (2007). Strategies for teaching Entrepreneurship: What else beyond lectures, case studies and business plan? In A. Fayolle (Vol. Ed.), Handbook of research in entrepreneurship education. Vol. 1. Handbook of research in entrepreneurship education (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.

- Chan, P., Miller, R., & Monroe, E. (2009). Cognitive apprenticeship as an instructional strategy for solving corporate training challenges.

TechTrends: Linking Research and Practice to Improve Learning, 53(6), 35–41.

- Chen, T., & Shen, C. (2012). Today's intern, tomorrow's practitioner? – The influence of internship programmes on students 'career development in the hospitality industry. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 11(1), 29–40.

- Cheng, M. Y., Chan, W. S., & Mahmood, A. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. Education+Training, 1(7), 555–566.

- Cheung, C. (2008). Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum. Education+Training, 50, 500–515.

- Chief Scientist (2015). Australian government office of the chief scientist. Boosting High-impact Entrepreneurship in Australia: A Role for Universities. Available http://www.chiefscientist.gov.au/wp-content/uploads/Boosting-High-Impact-Entrepreneurship.pdf.

- Darling-Hammond, L. (2012). Creating a comprehensive system for evaluating and supporting effective teaching. Stanford, CA: Stanford Center for Opportunity Policy in Education.

- Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: Insights from entrepreneurs. Journal of Teaching in Travel & Tourism, 16(1), 20–39.

- Deale, C., O'Halloran, R., Jacques, P., & Garger, J. (2010). An examination of current hospitality and tourism teaching methods. Journal of Hospitality & Tourism Education, 22(2), 20–29.

- Dhliwayo, S. (2008). Experiential learning in entrepreneurship education: A prospective model for south african tertiary institutions. Education+Training, 50(4), 329–340.

- Dickerson, P., & Nash, B. A. (1999). Nurse entrepreneurs as educators. American Journal of Nursing, 99, 25–26.

- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries. Annals of Tourism Research, 22(1), 119–134.

- Elmuti, D., Khoury, G., & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and venture effectiveness? Journal of Entrepreneurship Education, 15, 83.

- Fatoki, O. (2014). An examination of the teaching methods for entrepreneurship at a south african university. Mediterranean Journal of Social Sciences, 5(23), 512–518.

- Fayolle, A. (2007). Essay on the nature of entrepreneurship education. [Online] Available http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC2006/Topics06/A/Rencontres_2006_Fayolle.pdf.

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning Processes in Entrepreneurship Education. Journal of European Industrial Training, 32(7), 569–593.

- Fiet, J. O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. Journal of Business Venturing, 16, 101–117.

- Fiet, J. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 16(1), 1.

- Gedeon, S. A. (2014). Application of best practices in university entrepreneurship Education: Designing a new MBA program. European Journal of Training and Development, 38(3), 231–253.

- Gendron, G. (2004). Practitioners' perspectives on entrepreneurship education. Academy of Management Learning and Education, 3(3), 302–314.

- Gibb, A. (2005). Towards the entrepreneurial university: Entrepreneurship education as a lever for change. Policy Paper No. 003Birmingham: National Council for Graduate Entrepreneurship.

- Gibb, A., & Price, A. (2014). A compendium of pedagogies for teaching entrepreneurship. International entrepreneurship educators programme. ncee.org.uk/wpcontent/uploads/2013/ … /Compendium-of-Pedagogies.pdf.

- Gose, B. (1997). A crafts program teaches students the fine art of making a living. Chronicle of Higher Education, B8–B9.

- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. Annals of Tourism Research, 37(3), 646–669.

- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. Journal of Small Business and Entrepreneurship Development, 15(2), 304–320.

- Handscombe, R. D., Rodriguez-Falcon, E., & Patterson, E. A. (2008). Embedding enterprise in science and engineering departments. Education+Training, 50, 615–625.

- Harkema, S., & Schout, H. (2008). Incorporating student-centred learning in innovation and entrepreneurship education. European Journal of Education, 43(4), 513–526. http://dx.doi.org/10.1111/j.1465-3435.2008.00372.x.

- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). Entrepreneurship education and training. Aldershot: Ashgate.

- Henry, C., & Treanor, L. (2010). Entrepreneurship education and veterinary medicine: Enhancing employable skills. Education + Training, 52(8/9), 607–623.

- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. In A. Fayolle (Vol. Ed.), Handbook of research in entrepreneurship education. Vol. 1. Handbook of research in entrepreneurship education (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.

- Honig, B. (2004). A contingency model of business planning. Academy of Management Learning and Education, 3(3), 258–273.

- Hospitalitynet (2016). Hospitality: A world of opportunities for young entrepreneurs. Available http://www.hospitalitynet.org/news/4076923.html.

- Hunt, Barbara C. (2009). Teacher effectiveness: A review of the international literature and its relevance for improving education in Latin America. Washington, DC: PREAL.

- Hytti, U., & O'Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. Education+Training, 46(1), 11–23.

- Ismail, M. Z. (2010). Developing entrepreneurship education: Empirical findings from malaysian polytechnicsUnpublished Ph.D. Thesis. University of Hullhttp://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.519234.

- Jamieson, I. (1984). Schools and enterprise. In A. G. Watts, & P. Moran (Eds.). Education for enterprise, careers research and advisory centre (CRAC) (pp. 19–27). Cambridge.

- Johannisson, B., Halvarsson, D., & Lövstål, E. (2001). stimulating and fostering entrepreneurship through university training - learning within an organizing context. In R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt, & H. P. Welsch (Eds.). Entrepreneurship education: A global view (318-340). Aldershot: Ashgate Publishing Limited.

- Jones, C. (2010). Entrepreneurship education: Revisiting our role and its purpose. Journal of Small Business and Enterprise Development, 17(4), 500–513.

- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. Education+Training, 48, 416–423.

- Kailer, N. (2010). Entrepreneurship education at universities in German-speaking countries: Empirical findings and proposals for the design of university-wide concepts. In A. Fayolle (Ed.). Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives (pp. 248–273). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Keys, B., & Wolfe, J. (1990). The role of business simulation and management games in education and research. Journal of Management, 16(2), 307–336.

- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? Education+Training, 46(8/9), 510–519.

- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(5), 577–598.

- Leenders, M. R., Mauffette-Leenders, L. A., & Erskine, J. A. (2001). Writing cases (4th ed.). Ivey Publishing, Ivey Business School.

- Lourenco, F., & Jones, O. (2006). Developing entrepreneurship Education: Comparing traditional and alternative teaching approach. International Journal of Entrepreneurship Education, 4, 111–140.

- Maguire, S., & Guyer, C. (2004). Preparing geography, earth and environmental science students for employment in the enterprise culture. Journal of Geography in Higher Education, 28, 369–379.

- Malach, R. L., & Malach, S. E. (2014). Start your own business assignment in the context of experiential entrepreneurship education. Journal of Higher Education Outreach and Engagement, 18(1), 169–186.

- Mangan, K. S. (2004). Entrepreneurs in every department. Chronicle of Higher Education, 50, A10–A11.

- Marzano, R. (2007). The art and science of teaching: A comprehensive framework for effective instruction. Alexandria: ASCD.

- McKeachie, W. J. (2002). McKeachie's teaching tips: Strategies, research, and theory for college and university teachers. Boston, MA: Houghton Mifflin.

- McKeown, J., Cindy, M., Srikanth, R. S., Kelly, S., & Lynn, M. (2006). Graduate entrepreneurship education in the United Kingdom. Education+Training, 48(8/9), 597–613 London.

- Morrison, A., Carlsen, J., & Weber, P. (2010). Small tourism business research change and evolution. International Journal of Tourism Research, 12(6), 739–749.

- Musa, M. B. (2009). Archive for the an education system worthy of Malaysia category. Assessed on 10 March 2016 from http://www.bakrimusa.com/archives/category/an-education-system-worthy-of-malaysia .

- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. Education+Training, 52(1), 20–47.

- Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2014). Teaching entrepreneurship: A practice-based approach. Northampton, MA: Edward Elgar.

- Norasmah, Othman, et al. (2008). Entrepreneurial studies in institute of higher Learning: Methods for delivering entrepreneurship education, in enhancing the quality of higher education through Research: Shaping the future. The Ministry of Higher Education, Malaysia (MoHE).

- Okumus, F., & Wong, K. F. (2005). In pursuit of contemporary content for courses on strategic management in tourism and hospitality schools. International Journal of Hospitality Management, 24(2), 259–279.

- Olsen, M. A., & Mykletun, R. J. (2012). Entrepretality: Entrepreneurship education in the hospitality industry [Electronic version]. Retrieved [10 March 2016], from

- Cornell University, School of Hospitality Administration site http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/35.

- Padilla, P. M., White, J. F., Bovee, C., & McQueen, M. E. (2011). An innovative, interdisciplinary healthcare entrepreneurship and innovation program for medical students. USASBE 2011 Proceedings (pp. 48–61). . Available from: http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/2011/PaperID110.pdf.

- Pardo, C. A. (2013). Is business creation the mean or the end of entrepreneurship education? A multiple case study exploring teaching goals in entrepreneurship education. Journal of Technology Management Innovation, 8(1), 1–10.

- Pittaway, L., & Cope, J. (2006). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. National Council for Graduate Entrepreneurship. Working Paper 002/2006. 1–33 http://www.ncge.org.uk/research.php.

- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2009). Entrepreneurs' attitudes towards failure: An experiential learning approach. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 15(4), 364–383.

- Porter, L. W. (1994). The relation of entrepreneurship education to business education. Simulation & Gaming, 25(3), 416.

- Rae, D. (2003). Opportunity centered learning: An innovation in enterprise education? Education & Training, 45(8/9), 542–549.

- Rae, D., & Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. Education & Training, 42(4/5), 220–228.

- Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. International Entrepreneurship Management, 7, 57–69.

- Read, C., & Kleiner, B. (1996). Which training methods are effective? Management Development Review, 9(2), 24–29.

- Rengiah, P. (2013). Effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among Malaysian university studentsDBA thesis. Lismore, NSW: Southern Cross University.

- Rideout, E., & Gray, D. (2013). Does entrepreneurship education really Work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. Journal of Small Business Management, 51(3), 329–351.

- Robinson, P., & Malach, S. (2007). Multi-disciplinary entrepreneurship clinic: Experiental education in theory and practice. In A. Fayolle (Ed.). Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective (pp. 173–186). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. American Journal of Small Business, 11(4), 37.

- Sandage, S., Cook, K., Hill, P., Strawn, B., & Reimer, K. (2008). Hermeneutics and psychology: A review and dialectical model. Review of General Psychology, 12(4), 344–364. http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.12.4.344.

- Sanders, D. P., & McCutcheon, G. (1986). The development of practical theories of teaching. Journal of Curriculum and Supervision, 2(1), 50–67.

- Sewell, P., & Pool, L. D. (2010). Moving from conceptual ambiguity to operational clarity: Employability, enterprise, and entrepreneurship in higher education. Education and Training, 52(1), 89–94.

- Shepherd, D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. Academy of Management Learning and Education, 3(3), 274–287.

- Smith, B. R., Kickul, J., & Coley, L. (2010). Using simulation to develop empathy and motivate agency: An innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education. In A. Fayolle (Ed.). Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives (pp. 13–24). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. Journal of Small Business and Enterprise Development, 14(2), 168–182.

- Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. International Journal of Entrepreneurship Education, 1(1), 65–86.

- Tasnim, N. (2012). Playing Entrepreneurship: Can games make a difference? Entrepreneurial Practice Review, 2(4), 4–18.

- Valliere, D., Gedeon, S. A., & Wise, S. (2014). A comprehensive framework for entrepreneurship education. Conference proceedings, EEP entrepreneurship education project conference Tampa Florida 28–29 March 2014.

- Van der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverbery, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature. Journal of Economic Surveys, 22(5), 795–841.

- Volkmann, C., Wilson, K. E., Mariotti, S., Rabuzzi, D., Vyakarnam, S., & Sepulveda, A. (2009). Educating the next wave of entrepreneurs. Retrieved Febuary 22, 2011, from World Economic Forum https://members.weforum.org/pdf/GEI/2009/Entrepreneurship_Education_Report.pdf.

- Weaver, M., Dickson, P., & Solomon, G. (2005). What is known and not known about the links between education and entrepreneurial activity. The small business economy for data year 2005: A report to the president Washington, DC.

- Welter, F., & Heinemann, D.. Gründerstudie 06/07 der Universität Siegen: Auf dem Weg zur Unternehmer-Uni. (2007). Retrieved March 25, 2011, from Universitätsbibliothek Siegen http://dokumentix.ub.uni-siegen.de/opus/volltexte/2007/293/pdf/Gruenderstudie_ cited from Kleemann, M. (2011). Insights in Entrepreneurship Education: Integrating Innovative Teaching Practices. Master Thesis in Business Administration. Jönköping International Business School. Jönköping University.

- White, R. J., Hertz, G. T., & D'Souza, R. (2010). Entrepreneurship education Pedagogy: Using technology to learn about fundable business plans in: 14th annual conference (Nciia) (San Francisco).

- Zachary, L. (2000). The Mentor's guide. San Francisco: Jossey-Bass.