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

CSR4 TOURISM

Come promuovere la Responsabilità Sociale d'Impresa

Manuale per i formatori

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

CONTENUTI

1. Introduzione

2. RSI nel settore turistico

2.1. Il ruolo della RSI nel turismo

2.2. Vantaggi della RSI nel turismo

3. Costruire competenze digitali per la RSI

3.1. Piattaforma di formazione online

4. Competenze comunicative per la RSI

4.1. Comunicazione online

4.2. Comunicazione offline

5. Casi di studio

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

1. INTRODUZIONE

DEFINIZIONE

Cos'è la RSI

Per Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) si intende il **modo di gestire un'azienda** basato sulla gestione dell'impatto che essa genera sull'ambiente, sulla società in cui svolge la propria attività e sulle relazioni di fiducia con gli attori ad essa collegati. La gestione deve, come minimo, essere conforme a quanto previsto dalla normativa vigente, avere carattere globale e trasversale rispetto all'organizzazione e **rispettare eticamente e coerentemente** le aspettative e i bisogni per cui è stata costituita. L'idea di RSI si basa su **tre aree** o pilastri, gli stessi che sostengono la nota nozione di sostenibilità: la sfera sociale, economica e ambientale, che sono interdipendenti e interconnesse.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

2. RSI NEL SETTORE TURISTICO

2.1 IL RUOLO DELLA RSI NEL TURISMO

La Responsabilità Sociale d'Impresa nel settore turistico comporta una **gestione etica e sostenibile delle operazioni turistiche**, considerando l'impatto sulle comunità locali, sull'ambiente e sul patrimonio culturale. Va oltre la ricerca del profitto, enfatizzando le pratiche commerciali responsabili.

2.2 VANTAGGI DELLA RSI NEL TURISMO

L'attuazione dei principi della RSI nel turismo comporta **numerosi vantaggi**, tra cui il miglioramento della reputazione, l'aumento della fedeltà dei clienti, la riduzione dell'impatto ambientale e la creazione di eredità sociali ed economiche positive nelle destinazioni.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

3. COSTRUIRE COMPETENZE DIGITALI PER LA RSI

L'alfabetizzazione digitale è fondamentale per un'efficace attuazione della RSI. Si tratta della capacità di utilizzare gli strumenti digitali, analizzare i dati e comunicare online. **Risorse** come corsi online, webinar e tutorial possono migliorare l'alfabetizzazione digitale dei professionisti della RSI.

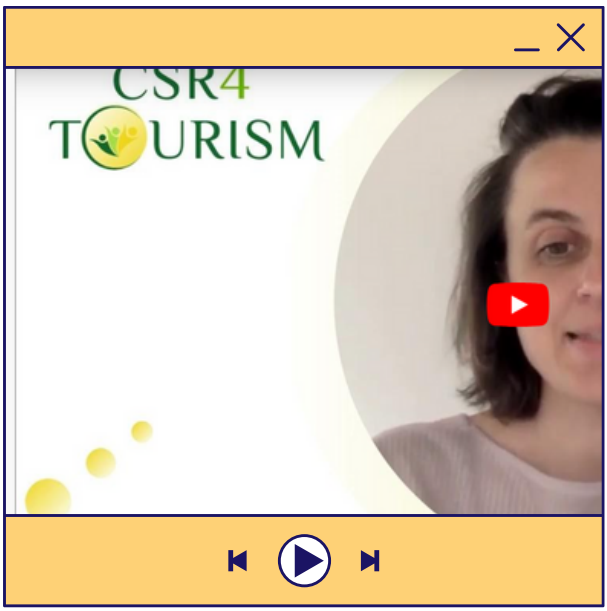
3.1. PIATTAFORMA DI FORMAZIONE ONLINE

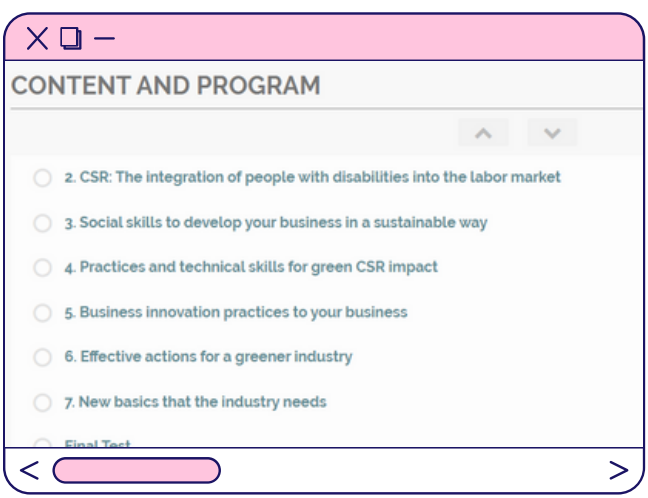
Esplorate le piattaforme di formazione online che offrono corsi di RSI. I formatori possono guidare i partecipanti nella scelta di corsi adatti alle esigenze specifiche del settore turistico. Casi di studio reali possono illustrare il successo di tali corsi. Il progetto **CSR4Tourism ha anche sviluppato un corso online** che potrebbe essere utile per i professionisti del turismo.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM





Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

4. COMPETENZE COMUNICATIVE PER LA RSI

4.1. COMUNICAZIONE ONLINE

Coinvolgimento nei social media: Identificare le piattaforme di social media più rilevanti per il settore turistico. Piattaforme come Instagram, Twitter e LinkedIn sono efficaci per condividere contenuti visivi, aggiornamenti e per coinvolgere un pubblico eterogeneo.

Messaggistica coerente: Assicurarsi che i messaggi di RSI siano in linea con l'identità generale del marchio. La coerenza della messaggistica tra i canali dei social media aiuta a costruire una narrazione coerente.

Content Marketing:

- Blog e articoli che evidenziano le iniziative di CSR, le pratiche di sostenibilità e gli sforzi di coinvolgimento della comunità.
- Contenuti visivamente coinvolgenti (infografiche, video e immagini per trasmettere l'impatto e i progressi della CSR).

Campagne online:

- Campagne hashtag: Lanciare campagne hashtag incentrate sulla CSR per incoraggiare i contenuti generati dagli utenti e la partecipazione della comunità.
- Eventi virtuali: Organizzare webinar, workshop online o tour virtuali per presentare i progetti di RSI, coinvolgere gli stakeholder e rispondere alle domande in tempo reale.
- Piattaforme interattive: Utilizzare indagini, sondaggi e moduli di feedback online per raccogliere informazioni da clienti, dipendenti e comunità locali.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

4. COMPETENZE COMUNICATIVE PER LA RSI

4.2. COMUNICAZIONE OFFLINE

Materiali stampati:

- Brochure e opuscoli: Sviluppare materiale stampato che illustri le pratiche di RSI e il loro impatto positivo. Distribuite questi materiali in luoghi fisici come alberghi, centri di informazione turistica ed eventi comunitari. Assicuratevi che il design sia accessibile alle persone con disabilità.

Eventi comunitari:

- Sponsorizzazione: Sponsorizzare o partecipare a eventi, fiere o festival locali per presentare le iniziative di RSI. In questo modo si crea un legame diretto e personale con la comunità.
- Laboratori CSR: Organizzare workshop o sessioni informative in collaborazione con centri comunitari, scuole o organizzazioni locali per educare e coinvolgere i residenti.

Creazione di partnership:

- Partenariati locali: Creare partnership con aziende locali, organizzazioni non profit e organizzazioni governative. Le iniziative e le collaborazioni comuni possono essere evidenziate attraverso comunicati stampa e copertura dei media locali.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

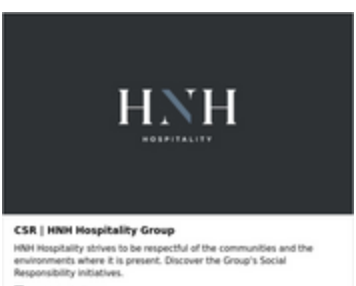
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
HNH HOSPITALITY

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

HNH Hospitality attribuisce un'importanza fondamentale al legame umano e al rapporto tra individui e ambiente. Le sue iniziative dedicate alla sostenibilità ambientale, allo sviluppo del capitale umano e alla responsabilità sociale dimostrano che condurre gli affari perseguendo obiettivi sociali è un approccio valido, che armonizza gli interessi della comunità e dell'azienda.



(ESG) LINEE GUIDA DI HNH HOSPITALITY

CODICE ETICO

REPORT DI SOSTENIBILITÀ.

HNH Hospitality è un esempio convincente di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), che illustra come un'azienda possa integrare con successo obiettivi sociali e ambientali nelle proprie attività, promuovendo un impatto positivo sia sulla comunità che sull'azienda stessa.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
GIALLO SASSI

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

Giallo Sassi è un'associazione nata a Matera con l'obiettivo di far conoscere, crescere e valorizzare il territorio attraverso azioni di cittadinanza attiva che coinvolgono l'intera comunità e, soprattutto, i giovani.
La tutela e la promozione del territorio locale avviene attraverso percorsi di educazione tra pari in sinergia con istituzioni, enti privati, scuole e volontari.

GIALLO SASSI

Giallo Sassi unisce turismo, educazione e promozione del territorio con l'obiettivo di:

- creare una nuova proposta turistica pedagogica e accattivante, un'occasione di scambio e gemellaggio con persone provenienti da altre realtà italiane ed europee.
- creare un legame tra uomo e natura, storia e ambiente
- sviluppare percorsi didattici tematici su sostenibilità ambientale, studio del territorio, storia, risorse, tradizioni, cittadinanza attiva

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
RAŽNJEVIĆA DVORI

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

Ražnjevića Dvori è un albergo diffuso situato in Croazia. L'albergo diffuso è un modello imprenditoriale innovativo e sostenibile di origine italiana che mira a rivitalizzare i piccoli borghi fuori dalle rotte turistiche e a rischio di spopolamento.

Il contributo di Ražnjevića Dvori allo sviluppo sostenibile:

- la conservazione delle strutture esistenti piuttosto che la costruzione di nuovi edifici, evitando così l'inquinamento
- sviluppo di una rete di attori locali che offrano prodotti e servizi che preservino la coesione sociale
- offrire un'esperienza di vita locale, proteggendo così la cultura, i costumi e la gastronomia locale
- generazione di opportunità di lavoro e di domanda per altre imprese turistiche della zona
- tutela dell'ambiente attraverso l'uso di prodotti ecologici e materiali naturali

fornitura di ingredienti alimentari da agricoltori locali

Per saperne di più sul modello di business dell'albergo diffuso, leggi qui: https://hrcak.srce.hr/file/414376

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

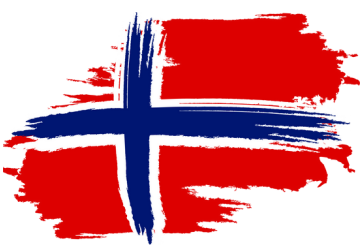
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
THE FJORDS

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

The Fjords è una compagnia di trasporto marittimo fondata nel 2015 sulla base di un'idea fondamentale: combinare l'industria marittima e il turismo per contribuire allo sviluppo di destinazioni turistiche desiderabili e sostenibili.
L'obiettivo è sviluppare il turismo nei fiordi più belli della Norvegia. In linea con il passaggio a un **futuro più verde e rispettoso dell'ambiente**, ci prendiamo cura e aiutiamo a preservare i villaggi fiorenti e il paesaggio culturale unico lungo i fiordi.
L'attrattiva delle destinazioni dipende da villaggi e insediamenti fiorenti che si prendono cura delle loro tradizioni. The Fjords sta contribuendo a rafforzare questo lavoro e mira a **collegare l'industria del turismo con le aziende alimentari e la cultura locale** in misura maggiore rispetto al passato.



Questa immagine è stata fornita grazie a:
www.images.app.goo.gl/KU69WoR8KW6sKFag9

I motori silenziosi sono delicati nei confronti dell'ambiente e offrono agli ospiti un'esperienza naturale intensificata con il suono delle cascate, l'infrangersi delle onde e il cinguettio degli uccelli. Le onde più piccole riducono al minimo l'usura del litorale e le emissioni zero ci aiutano a mantenere puliti i nostri fiordi.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
THE FJORDS

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

Con tre imbarcazioni alimentate completamente o parzialmente da energia elettrica, i catamarani passeggeri di The Fjords stanno definendo un nuovo standard per le imbarcazioni turistiche. Con emissioni zero, sono in sintonia con la transizione verso un futuro più verde e consentono di visitare aree particolarmente vulnerabili all'inquinamento in modo sicuro e attento. Vogliamo che i nostri ospiti possano godere dello splendido paesaggio costiero con la coscienza pulita.
Lavoriamo a stretto contatto con aziende e produttori locali. La comunità circostante è una parte importante del nostro itinerario green.

Questa immagine è stata fornita grazie a: www.images.app.goo.gl/KU69WoR8KW6sKFag9

I catamarani per il trasporto passeggeri sono un modello di riferimento ecologico sia a livello nazionale che internazionale. Siamo orgogliosi di essere all'avanguardia nel turismo ecologico dei fiordi norvegesi. Come azienda turistica, abbiamo un chiaro profilo eco-compatibile.

- Funzionamento a zero emissioni
- Soluzioni tecniche e operative con sostenibilità commerciale
- Consumo di energia più basso possibile
- Soluzioni ottimali per la batteria e la ricarica
- Le imbarcazioni sono progettate per prevenire l'erosione causata dalle onde lungo il litorale.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
TUR4ALL TRAVEL

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

TUR4all TRAVEL agency del gruppo IMPULSA IGUALDAD ha più di 20 anni di esperienza nello sviluppo di viaggi inclusivi e accessibili. L'agenzia di viaggi cerca di espandere la portata del turismo accessibile, promuovendo una cultura dell'inclusione nel settore. Sostiene che **ogni viaggiatore merita l'opportunità di immergersi in qualsiasi tipo di esperienza turistica, ovunque e a parità di condizioni.**

Per TUR4all Travel il turismo è davvero per tutti. Vengono offerti viaggi inclusivi e accessibili per promuovere un turismo diversificato e renderlo realtà. L'agenzia collabora con diverse destinazioni e aziende turistiche che sviluppano prodotti turistici in grado di soddisfare le esigenze di ogni persona, indipendentemente dalle sue capacità.
TUR4all Travel basa la sua filosofia sulla possibilità di avere un mondo senza barriere. Per questo motivo, ha progettato un'ampia gamma di prodotti turistici in modo che possano essere fruiti da tutti, che abbiano o meno esigenze di accessibilità.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

5. CASI DI STUDIO
IMPERIAL RESORT

BUONI ESEMPI DI RSI NEL TURISMO

HI Hotels Imperial Resort è un resort di villeggiatura sulla spiaggia situato nella parte meridionale del Mar Nero bulgaro. L'Imperial Resort ha adottato una nuova politica strategica per sostenere lo sviluppo del proprio business che include anche l'implementazione dei principi della RSI, con particolare riferimento all'impatto sociale e alle operazioni commerciali etiche.

In questo contesto, l'Imperial Resort, nell'ambito della sostenibilità ambientale, implementa l'efficienza energetica, con tecnologie ad alta efficienza energetica, come l'illuminazione a LED, i termostati intelligenti e le fonti di energia rinnovabile, la gestione dei rifiuti, con l'istituzione di un programma di riduzione e riciclaggio dei rifiuti per ridurre al minimo l'impatto ambientale, in particolare con il riutilizzo della carta, la conservazione dell'acqua, con l'adozione di pratiche e tecnologie di risparmio idrico per ridurre il consumo di acqua.
A tal fine, l'Imperial Resort attua anche un efficace coinvolgimento della comunità, dando priorità all'approvvigionamento di beni e servizi a livello locale per sostenere la comunità e ridurre l'impronta di carbonio, stabilendo partnership con le organizzazioni della comunità locale e contribuendo alle iniziative di sviluppo locale.

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670

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

CSR4 TOURISM

GRAZIE!

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.
01-KA220-VET-000034670