

Ci occupiamo della sostenibilità. E l'ospite lo sa?

Dopo una breve presentazione di Alexandra Mair (IDM Alto Adige) sul turismo sostenibile e su come promuovere e comunicare comportamenti di viaggio sostenibili, i partecipanti del workshop OnTour si sono divisi in due gruppi per affrontare i seguenti argomenti:

Tema 1: Comunicazione esterna (sito web, newsletter ecc.). Brainstorming: c'è bisogno di meno testo, più immagini, video, feedback degli ospiti?

Tema 2: Comunicazione in azienda (dipendenti, ospiti). Raccomandazione: idee e misure simpatiche che possono ridurre anche i costi operativi.

Il **gruppo di lavoro A** ha affrontato il tema della "comunicazione esterna" e ha cercato di trovare nuovi metodi di comunicazione per (potenziali) ospiti sulle offerte di servizi sostenibili in azienda con l'obiettivo di aumentarli e migliorarli. Le soluzioni sono elencate di seguito (vedasi anche le foto):

- Inviare una e-mail a tutti gli ospiti prima del loro arrivo in albergo con informazioni sulla propria strategia sostenibile (cosa è importante, cosa si sta facendo?). Questa potrebbe includere anche contenuti visivi (foto, video) che hanno spesso un impatto migliore. Contemporaneamente sarebbe possibile facilitare l'arrivo e il soggiorno degli ospiti tramite un servizio di assistenza (ad esempio, un elenco di cose che l'ospite può lasciare a casa perché vengono messe a disposizione dall'hotel).
- L'imballaggio dei prodotti (dove non è possibile rinunciarvi), potrebbe essere utilizzato per trasmettere all'ospite un'ampia gamma di informazioni sul prodotto e/o sul suo uso sostenibile.
- Per supportare operatori locali sostenibili e migliorare la loro visibilità possono essere effettuate escursioni (settimanali) organizzate dall'albergo.
- Al fine di promuovere l'arrivo degli ospiti con i mezzi pubblici e rendere il viaggio più semplice possibile si consiglia di mettere a disposizione all'ospite informazioni accurate su orario di arrivo, destinazione (fermata), compagnia di autobus ecc. in modo da per fornire informazioni accurate sull' "ultimo miglio".
- Pubblicazione di percorsi escursionistici sul sito web dell'azienda (eventualmente in una sezione separata), raggiungibili con i mezzi pubblici.
- I dipendenti devono essere formati e consapevoli delle misure di sostenibilità e della filosofia aziendale. Queste devono essere trasmesse agli ospiti in modo autentico.
- Servizi come la fornitura giornaliera di asciugamani puliti, la pulizia giornaliera della camera ecc. dovrebbero essere attivamente richiesti dagli ospiti. In questo modo possono essere evitati servizi inutili di cui a volte gli ospiti non hanno bisogno.
- Il collegamento della homepage con i canali di social media (es. Instagram con valutazioni degli ospiti) garantisce una maggiore trasparenza all'interno dell'azienda.
- Un comportamento sostenibile degli ospiti può essere rafforzato con misure semplici e poco appariscenti. Un esempio potrebbe essere il posizionamento "corretto" dei bidoni della spazzatura per promuovere la raccolta differenziata tra i dipendenti e gli ospiti. Importante è che l'azienda non deve agire come "insegnante" e gli ospiti non ricevano l'impressione di essere stati istruiti.

- Volantini graficamente belli con informazioni importanti e interessanti riguardo la sostenibilità dell'albergo possono essere collocati nell'edificio e messi a disposizione gratuitamente per gli ospiti.
- Un metodo efficace per promuovere un comportamento sostenibile degli ospiti è fornire una ricompensa per tale comportamento, ad esempio un drink gratuito al bar, servizi speciali ecc.
- Le informazioni sulla sostenibilità dell'albergo, misure o comportamenti ecologici possono essere comunicate all'ospite in modo più creativo/giocoso, ad esempio con un "certificato", consegnato al momento del check-out dell'ospite, che metta in evidenza la quantità di emissioni di CO₂ risparmiate durante il soggiorno nel hotel sostenibile rispetto ad un soggiorno in un hotel convenzionale. Le cifre (quantità risparmiata) possono essere illustrate in modo semplice (ad esempio, X tonnellate di CO₂= X camion di mele).

Allo stesso tempo, **il lavoro di gruppo B** si è occupato del tema „comunicazione interna“, cioè comunicazione con i dipendenti e gli ospiti in loco. Sono state proposte le seguenti misure:

- Una brochure informativa o un cartellone possono essere mezzi di comunicazione adatti a fornire agli ospiti informazioni più dettagliate sull'azienda. Questi devono contenere tutte le informazioni importanti sull'hotel, spazi verdi compresi, e sull'area circostante e deve essere chiaramente visibile nell'area d'ingresso. In alternativa è possibile progettare anche un cubo in legno. Le informazioni sulle pratiche sostenibili come la mobilità sostenibile ecc. possono essere rappresentate su tutte e sei le pagine del cubo.
- Le pratiche sostenibili dovrebbero anche essere trasmesse attraverso il contatto personale, in modo che l'ospite capisca che il gestore della struttura ricettiva si preoccupa veramente di questo problema.
- Progetti scolastici possono aiutare a insegnare ai bambini un comportamento di viaggio sostenibile in modo ludico. I bambini di solito trasmettono ai genitori e ai loro conoscenti ciò che hanno sentito e imparato.
- Vivere secondo i valori: Al fine di promuovere una buona comunicazione tra dipendenti e ospiti, è particolarmente importante coinvolgere i dipendenti e scambiare idee con loro. Solo se i dipendenti sono informati e interessati alle pratiche sostenibili, potranno trasmettere queste informazioni ai loro ospiti.
- L'acqua dovrebbe essere messa a disposizione gratuitamente (una caraffa nelle camere) – e contemporaneamente comunicare che l'acqua del rubinetto è potabile e indicare la provenienza dell'acqua (qualità sicura). Al momento della conferma della prenotazione, si potrebbe avvisare gli ospiti che l'acqua naturale è già inclusa nel prezzo della camera.
- Utilizzare il minor quantitativo possibile di plastica in modo che gli ospiti siano consapevoli del fatto che la plastica non è desiderata.
- Il menù può essere utilizzato come mezzo di comunicazione: i piatti a base di verdure possono essere offerti come piatti principali, mentre i piatti di carne vengono pubblicizzati come piatti speciali.
- Per evitare lo spreco di carta, mettere a disposizione agli ospiti dei tablet per la lettura di riviste e quotidiani.

Bolzano, novembre 2019