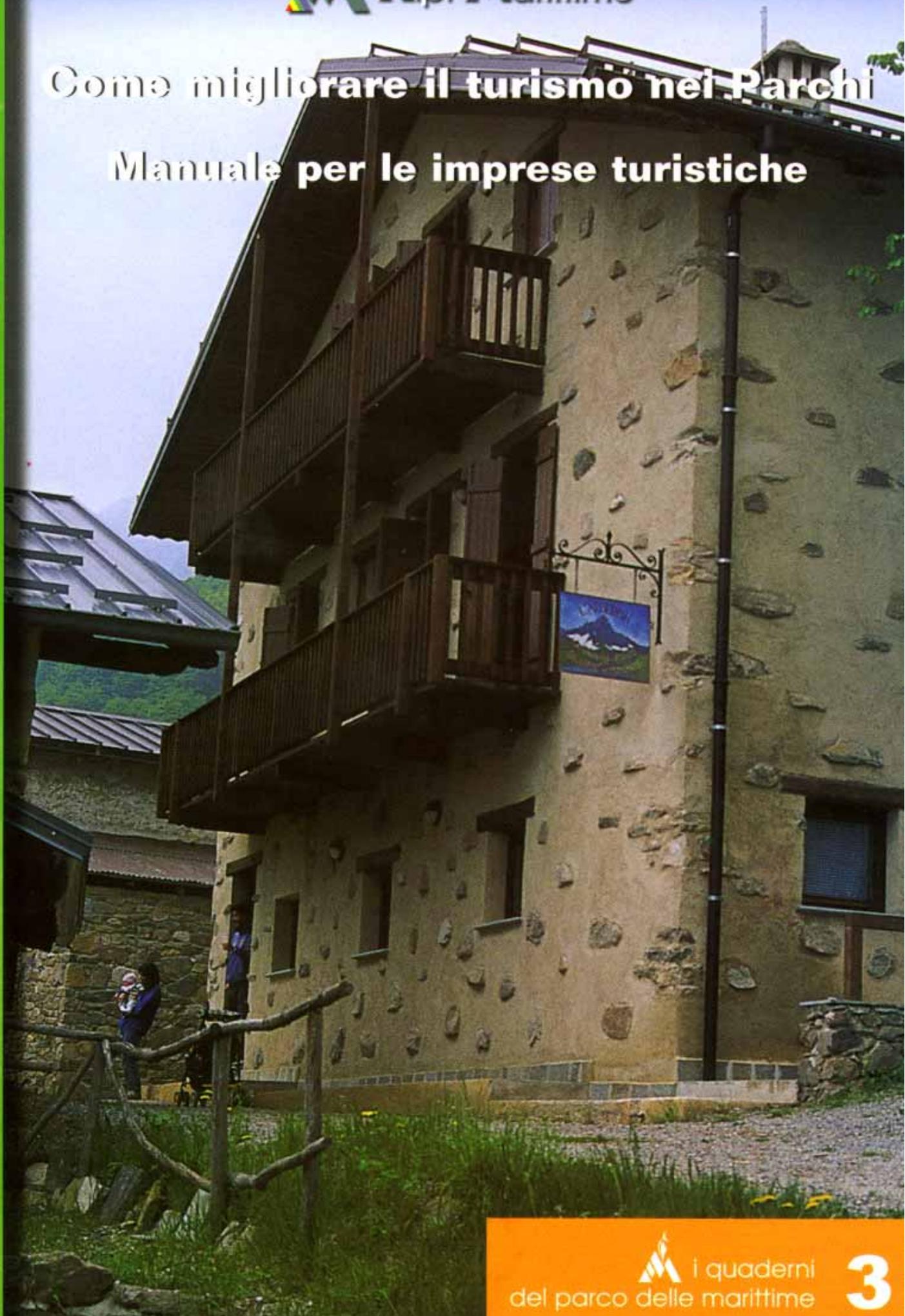


Come migliorare il turismo nei Parchi

Manuale per le imprese turistiche



Parco Naturale delle Alpi Marittime

Come migliorare il turismo nei Parchi

Manuale per le imprese turistiche



Testo a cura di:

The Tourism Company, Ledbury, UK

ACTA, Milano, Italia

Traduzione dall'inglese a cura di Patrizia Rossi

Questa pubblicazione è stata finanziata nell'ambito
della Direttiva Europea "Interreg II-C"

Progetto "Parchi Ambiente Natura"

Progetto grafico e impaginazione:  www.infoconsult.it

© Parco Naturale delle Alpi Marittime, Ottobre 2001

Indice

Riferire l'offerta turistica al Parco

7

1



- Conoscere il mercato 8
- Migliorare l'offerta turistica 9
- Fornire informazioni sul Parco 11
- Promozione efficace e sensibile 13
- Lavorare insieme 14

Migliorare i risultati economici con la gestione ecologica

19

2



- Risparmio energetico 19
- Risparmio idrico 22
- Ridurre i rifiuti 24
- Minimizzare l'inquinamento 26
- Offerta ecologica 27

Valorizzare la comunità locale e l'ambiente

33

3



- Sostenere l'economia locale 34
- Influenzare il comportamento e i movimenti
dei visitatori 35
- Gestire la vostra proprietà e il terreno circostante 37
- Sostenere le iniziative locali 39



Premessa

Questo manuale è stato ideato per coloro che gestiscono o abbiano intenzione di gestire una attività turistica all'interno di un'area protetta, ovvero un parco. È diviso in tre sezioni ognuna delle quali offre le indicazioni di base per trarre il massimo vantaggio dalle attività utilizzando soluzioni compatibili con la tutela dell'area.

Il turismo nei parchi è, negli ultimi anni, sempre più apprezzato, poiché i consumatori europei, esigenti quando si tratta delle loro vacanze, prediligono attività all'aperto. Il pericolo è che il territorio soccomba sotto la pressione turistica. Per evitare che ciò accada e per favorire lo sviluppo del territorio e del turismo in un giusto equilibrio è nata la **Carta europea per il turismo sostenibile nelle aree protette**. Si tratta di un documento sviluppato da un gruppo d'esperti europei per conto della DG XI dell'Unione Europea e presentato nel 1999 come impegno da parte dell'autorità del parco e dei suoi partner per sviluppare il turismo in armonia con la gestione sostenibile delle risorse dell'area protetta.

Il turismo sostenibile è così definito: *“Ogni forma di sviluppo, gestione o attività turistica che assicura la protezione e preservazione a lungo termine delle risorse naturali, culturali e sociali e contribuisce in modo equo e positivo allo sviluppo economico e al benessere delle persone che vivono e lavorano nell'area protetta”*.

Ecco che gli obiettivi del turismo sostenibile non possono essere raggiunti senza il coinvolgimento degli operatori turistici in quanto sono proprio le imprese che offrono servizi, promuovono l'area, hanno a che



fare con i bisogni dei visitatori e forniscono posti di lavoro e introiti alle comunità del parco.

In una formula:

Responsabili del parco + operatori turistici = sviluppo del turismo sostenibile

Usare il manuale è il primo passo per avvicinarsi all'obiettivo. Mettere in pratica i suoi suggerimenti costituirà un beneficio per la vostra attività perché migliorerà la vostra offerta turistica, la gestione degli affari, l'uso di prodotti e servizi locali e svilupperà nuove opportunità commerciali attraverso la ricerca di mercati innovativi.

Il manuale è diviso in tre sezioni:

- 1** - Riferire l'offerta turistica al parco.
- 2** - Migliorare i risultati economici con la gestione ecologica.
- 3** - Valorizzare la comunità locale e l'ambiente.

Durante la lettura di questo testo è importante che collochiate le varie problematiche trattate nel contesto della vostra attività. Non tutti gli argomenti saranno rilevanti per voi, quindi scegliete quelli che sono più appropriati.



Riferire l'offerta turistica al Parco

1

Ciò che viene definito come *offerta turistica* va oltre i servizi che normalmente date con il vostro ristorante o il vostro hotel, ossia una buona cena o una camera d'albergo confortevole. *L'offerta turistica* è l'insieme dei servizi e delle opportunità che costituiscono l'esperienza del cliente, che va dai messaggi pubblicitari alla qualità e alla gamma dei servizi che vengono offerti durante il soggiorno. A questo si aggiunge il fatto che la vostra attività si trova all'interno di un parco, il quale ha le carte in regola per attirare ed intrattenere i visitatori. L'obiettivo quindi è rafforzare *l'offerta turistica* per soddisfare i bisogni dei visitatori, migliorare la conoscenza dell'area protetta e promuovere meglio la propria offerta. Tutto ciò mira a produrre i seguenti effetti positivi: soggiorni più lunghi, propensione a ritornare, acquisizione di nuovi clienti, esperienze di qualità per i visitatori, informazioni dettagliate sul parco, sui suoi elementi di fragilità e sulle attività che si possono svolgere nel rispetto del suo ecosistema.

Riferire l'offerta turistica al Parco



Conoscere il mercato

Conoscere il mercato è condizione fondamentale per sviluppare l'*offerta turistica*. L'acquisizione d'informazioni consente di orientare con successo nuove attività di marketing.

In quali direzioni?

- Verso la clientela attuale: che va monitorata e suddivisa per categorie.
- Verso nuove categorie di clienti: che vanno individuate esaminando le particolari tendenze nelle visite ai parchi in Europa (soggiorni brevi, tipo d'attività, desiderio di effettuare più esperienze durante la permanenza).

Attenzione anche alle seguenti categorie:

- a) *Famiglie*. Le persone con bambini hanno esigenze e interessi differenti da chi non ha figli.

In Austria in alcune aree rurali hanno organizzato delle campagne promozionali studiate per le famiglie. Le destinazioni offrono la possibilità di avvicinare i bambini alla natura grazie al supporto di alcune guide. Gli alberghi, i ristoranti, partecipano a tutto ciò offrendo uno speciale benvenuto e servizi per i bambini ed i genitori.

- b) *Speciali categorie d'interesse*. In genere coloro interessati ad attività sportive e d'osservazione naturalistica. Sono i visitatori ideali per i parchi, non legati ad uno specifico periodo dell'anno si distinguono in: *esperti*, raggiungibili attraverso riviste specializzate; *dilettanti*, che apprezzano un aiuto nel pianificare il proprio soggiorno e che sono propensi a scegliere pacchetti di vacanze organizzate.
- c) *Persone svantaggiate*. Sono molte le persone per le quali non è facile muoversi in un ambiente naturale, come anziani e disabili.

La *Carta Europea* stabilisce che il turismo nelle aree protette deve essere "per tutti e non elitario. In particolare, dovrebbe raggiungere quelle categorie di visitatori dimenticate dalle destinazioni turistiche tradizionali". In termini commerciali questi settori sono importanti e poco raggiunti.



Un parco nazionale inglese organizza un programma di passeggiate guidate avente lo scopo di promuovere il benessere e aumentare l'accesso alla natura per gruppi locali di persone svantaggiate. Questi gruppi vengono informati direttamente attraverso i servizi di assistenza sociale.



Migliorare l'offerta turistica

La concorrenza e i clienti esigenti costringono continuamente gli operatori turistici a cercare di migliorarsi e rinnovarsi. Questo significa più qualità e maggiore offerta: offrire un servizio di qualità e soddisfare il cliente sono la chiave del successo. Ma come fare? Una delle domande da porsi è: "Posso fare ciò che faccio di solito ma meglio?". Migliorare la qualità non vuol dire soluzioni sofisticate ma *soddisfare e superare le aspettative del cliente e la sua percezione del servizio*.

Ecco alcune semplici indicazioni:

- Prestate particolare attenzione all'igiene e alla sicurezza.
- Assicurate un'alta qualità. La semplicità si addice a molti parchi ma ciò non toglie che l'arredamento possa essere attraente e confortevole.
- Enfatizzate la qualità del servizio (cura dell'aspetto, accoglienza calorosa...).
- Considerate anche i piccoli dettagli e gli extra (presentazione dei piatti, tipo di arredamento...).
- Create l'atmosfera del parco. Inserite nel menu prodotti e ricette locali.
- Confrontatevi con i visitatori.
- Coinvolgete il vostro staff incoraggiandolo a partecipare ai controlli di qualità, offrire suggerimenti, ad aggiornare la propria formazione professionale.
- Partecipate a programmi di promozione a livello nazionale per le strutture ricettive o altri servizi: questo si è rivelato importante per molti operatori.

Ma per migliorare e ampliare la propria offerta turistica occorre anche:

- **Informare**

Per l'impresa turistica è importante promuovere attività basate sulle risorse naturali e culturali dell'area: l'idea da sviluppare può essere semplice e flessibile, adattabile alle esigenze dei singoli. Ma alla base di tutto c'è una buona informazione che voi dovrete essere in grado di dare al vostro cliente.

- **Promuovere attività**

Altro punto basilare è promuovere voi stessi. Allestite itinerari, organizzate escursioni, serate, coinvolgendo anche la gente del luogo.

- **Coinvolgere la comunità locale**

Integrare gli abitanti in caso di manifestazioni, fiere e sagre, può essere vincente: il parco infatti non è soltanto natura ma si circonda di tradizioni che vale la pena ricordare al turista.

Gli abitanti di una piccola comunità nel Galles hanno creato un programma chiamato "Un benvenuto sulla collina". Le attività coinvolgono i visitatori nella vita quotidiana degli abitanti, oltre a spiegare ambiente e cultura locale. Il programma comprende attività come la mungitura, passeggiate guidate, dimostrazioni dell'impiego dei cani da pastore e concerti del coro locale.

La promozione avviene attraverso i club ciclistici e le riviste specializzate. Un'azione intrapresa da molti operatori dei parchi, ad esempio, è di rivolgersi ai ciclisti. Vengono messi a disposizione degli sportivi locali per lavare e fare manutenzione alle biciclette, rastrelliere di sicurezza, cartine con itinerari, ...



Fornire informazioni sul parco

Un ruolo importante lo ricopre **l'informazione**. I visitatori raccolgono notizie nell'hotel dove sono alloggiati, al ristorante, nel negozio locale, ecco perché informazioni di buona qualità incoraggiano il cliente a prolungare il soggiorno o a ritornare.

I tipi d'informazione da fornire sono sostanzialmente due:

pratica. Aiutarli ad organizzare il soggiorno fornendo tutte le informazioni utili per la vacanza: dove mangiare, i luoghi per le attività all'aperto, dove e cosa acquistare.

- 2 *Di approfondimento della conoscenza del parco e dei valori ambientali*. In questo caso gli argomenti possono essere la flora, la fauna, la storia, la cultura, i prodotti locali, le questioni sociali e l'impatto del turismo. È indispensabile rivolgersi alle varie categorie di visitatori e per ognuno di essi (disabili, famiglie, stranieri, clienti privi di auto), promuovere con il proprio materiale una efficace informazione.



Ecco alcuni consigli pratici sui modi di fornire informazione.

- *Accoglienza.* Dopo il benvenuto date alcune notizie di base; potete anche creare una cartellina contenente depliant, offerte turistiche e note varie sulla zona.
- *Informazione esposta.* Allestite un tabellone e ordinate l'informazione per argomenti. Contattate il parco per vedere se ha materiale adatto. Utile una mappa dell'area.
- *Materiali di riferimento.* Raccogliete in un dossier depliant, biglietti da visita, articoli su attrazioni locali, strutture, punti d'interesse per dare un quadro completo delle cose da fare e da vedere.
- *Parlare con gli ospiti.* È il modo più efficiente di informare il cliente, ma occorre che conosciate bene l'area e le sue attrazioni.
- *Commenti dei visitatori.* Il passaparola è la miglior fonte di informazione e pubblicità. Creare un apposito 'librone dei ricordi' può essere utile ai nuovi arrivi per leggere i commenti di chi li ha preceduti.
- *Responsabile dell'informazione.* Assegnate ad uno dei vostri collaboratori l'incarico di informarsi sulle necessità di notizie dei visitatori.





Importante è anche lavorare con i centri di informazione per i visitatori e cooperare con gli altri operatori.

Molti parchi hanno uno o più centri visita, alcuni destinati all'informazione turistica, altri all'interpretazione dell'area protetta e sono generalmente gestiti dall'Ente. Entrambi giocano un ruolo fondamentale nell'orientare il visitatore anche in relazione all'attività locale. Fate pervenire al centro visitatori le informazioni e gli aggiornamenti sulla vostra attività.

Oltre che con i centri di informazione è importante cooperare con gli altri operatori che come voi svolgono attività all'interno del parco. Lo scambio di informazioni sarà vantaggioso per entrambe le parti.



Promozione efficace e sensibile

Se si chiede ai visitatori come sono venuti a conoscenza di una certa impresa turistica le risposte in genere sono: una visita precedente, la raccomandazione di un amico, il depliant informativo dell'impresa, guide, carte, segnali stradali, promozione generale dei media. Difficile stabilire fra questi una gerarchia ma sappiate che la qualità dell'esperienza che offrirete ai vostri ospiti è fondamentale per far sì che ritornino e raccomandino la stessa esperienza ad altri. Ecco alcuni consigli:

- Mantenete un indirizzario clienti.
- Spedite le ultime novità e informazioni sulle attività del parco.
- Offrite sconti a chi ritorna o a coloro che portano un amico.
- Incoraggiate i visitatori a diventare soci di organizzazioni locali. Molti parchi propongono iniziative come "Gli amici del parco", mediante le quali i soci pagano una quota in cambio di bollettini di informazione, offerte speciali e gadget del parco.
- Fate risaltare le vostre proposte.
- Incoraggiate i clienti a visitare l'area protetta e a trattarla con rispetto.
- Evitate di promuovere luoghi affollati nei periodi "caldi", meglio le aree meno visitate.

Alcuni dati: un'inchiesta condotta in alcuni parchi inglesi ha dimostrato che il 94% delle visite giornaliere e quasi un quarto dei soggiorni sono effettuati da visitatori abituali.

Una ricerca condotta in un parco italiano, invece, ha accertato che il 41% dei visitatori si è servito del passaparola e il 36% ha usato la conoscenza acquisita durante una precedente visita come principale fonte di informazione.

Una buona promozione ha l'obiettivo di attrarre nuovi clienti. Cosa può essere utile?

- Una segnaletica chiara, senza messaggi pubblicitari e a basso impatto.
- Materiale stampato, guide e mezzi di informazione che illustrino la vostra attività anche con l'uso di fotografie.
- Utilizzate Internet. Servirsene non implica costi elevati e in più è compatibile con l'ambiente, quindi può valere la pena avere un sito web.

Lavorare insieme



La maggior parte delle imprese turistiche che operano nei parchi è costituita da piccole imprese per questo è importante unire le forze con gli altri operatori della stessa area. Lavorare insieme permetterà di avere più risorse. Vi aiuterà ad ampliare la vostra offerta e a rafforzare la presenza sul mercato.

Questi sono i tipi di associazione da tenere in considerazione:

Associazioni di settore. Con imprese dello stesso vostro tipo che operino nel parco (in molte aree rurali i produttori di prodotti alimentari o gli artigiani si sono associati per creare un depliant comune ed una lista di indirizzi, in altri casi hanno ideato un itinerario turistico che collega tra di loro i produttori).

- 2 *Associazione territoriale.* Potreste organizzare un'associazione che riunisca all'interno di un determinato territorio tutte le imprese turistiche. Rivolgetevi all'Ente parco per avere aiuto e suggerimenti.

Operare insieme offre alcuni vantaggi anche per quanto concerne l'attività promozionale, ovvero la produzione di pubblicazioni informative. Costerà meno che realizzarle da soli. Vantaggioso anche avere un servizio centrale di prenotazione. Stimolante infine incontrarsi con gli altri operatori per condividere esperienze e trovare soluzioni a problemi comuni.



Lista di controllo delle azioni

Prima fase

Conoscere il mercato

- Impegnarsi a parlare col maggior numero di visitatori possibile.
- Informarsi presso i collaboratori sulla loro conoscenza dei visitatori e delle loro necessità.
- Contattare l'Ente parco a proposito di eventuali informazioni disponibili sui visitatori del parco.

Migliorare l'offerta turistica

- Aderire ad un importante sistema che attribuisca un marchio di qualità.
- Controllare regolarmente il rispetto delle norme sanitarie e di sicurezza.
- Chiedere ai visitatori suggerimenti per migliorare i servizi.
- Mantenere aggiornata l'informazione sulle manifestazioni nel parco, come visite guidate e conferenze.

Fornire informazioni sul parco

- Cercare di dare il benvenuto personalmente a tutti gli ospiti.
- Mettere insieme un pannello di informazione sull'area per i visitatori.
- Tenere un libro degli ospiti e incoraggiare i visitatori a descrivervi la loro esperienza.
- Mettere insieme un raccoglitore di riferimento con depliant informativi sul parco.
- Assicurarsi che il centro di informazione locale sia aggiornato sulla vostra attività.

Promozione efficace e sensibile

- Inserire messaggi pubblicitari e informativi nelle pubblicazioni promozionali sul parco.
- Allestire un indirizzario dei precedenti clienti.
- Inviare bollettini di informazione ai precedenti visitatori.
- Rivedere il vostro depliant pubblicitario per controllare che promuova l'immagine del parco in modo positivo e appropriato.

Lavorare insieme

- Fare lo sforzo di presentarsi al personale del centro di informazione, ai dipendenti del parco e agli altri operatori turistici.
- Invitare il personale del centro di informazione, i dipendenti del parco e le altre imprese turistiche a visitare la vostra proprietà.
- Lavorare insieme con gli altri operatori turistici per migliorare i vostri affari reciprocamente.

Seconda fase**Conoscere il mercato**

- Proporre un semplice questionario ai vostri clienti alla fine del soggiorno.
- Parlare col personale del centro informazioni e con altri operatori della loro clientela.
- Offrirsi di prender parte nelle inchieste sui visitatori intraprese dal parco.

Migliorare l'offerta turistica

- Intraprendere "audit" (controllo) di qualità della vostra impresa, per rivedere la qualità delle attrezzature, dell'arredamento, dei servizi al cliente...
- Chiedere al vostro personale suggerimenti per migliorare la qualità di attrezzature e servizi e premiare le buone idee.
- Introdurre la produzione locale nella vostra attività, come prodotti alimentari e artigianali locali.
- Identificare corsi di formazione professionale per il vostro personale, per migliorare la qualità, come la cura della clientela.

Fornire informazioni sul parco

- Allestire una collezione bibliografica di libri e cartine di cui possano servirsi gli ospiti.
- Produrre pacchetti di benvenuto per i visitatori o raccoglitori da mettere nelle loro camere, contenenti informazione locale.



- Far partecipare il vostro personale alle attività educative sul parco, come visite guidate o conferenze.
- Allestire un breve itinerario ad anello che i visitatori possono percorrere a partire dai vostri locali e produrre un semplice foglietto illustrativo.

Promozione efficace e sensibile

- Informarsi sulle possibilità di apparire o inserire messaggi pubblicitari nelle principali guide o riviste specializzate.
- Sviluppare offerte speciali per incoraggiare la clientela a ritornare.
- Assicurarci che tutta la segnaletica della vostra attività sia di buona qualità e che rispetti l'ambiente del parco.

Lavorare insieme

- Unitevi ad una associazione turistica adatta.
- Incoraggiare i colleghi operatori turistici ad unirsi all'associazione turistica.

Terza fase

Conoscere il mercato

- Decidere se ci sono nuovi tipi di visitatori che vorreste attirare, come speciali gruppi di interesse e vedere come raggiungerli.
- Considerare come meglio raggiungere la vostra clientela-target, e sviluppare attrezzature per indirizzarvi anche a gruppi di utenti svantaggiati, come disabili o anziani.

Migliorare l'offerta turistica

- Sviluppare speciali attrezzature e servizi per soddisfare particolare settori di mercato, come attività per bambini destinate alle famiglie o rastrelliere di sicurezza per le biciclette dei ciclisti.
- Sviluppare nuove attività per i visitatori, come manifestazioni locali, lavorando con i residenti e con gli altri operatori.

Fornire informazioni sul parco

- Lavorare con i colleghi per produrre depliant informativi sull'area nelle immediate vicinanze.
- Tradurre le vostre pubblicazioni informative nelle opportune lingue.
- Incoraggiare i vostri collaboratori a imparare qualche frase di base e di benvenuto nelle opportune lingue.
- Lavorare con i colleghi operatori per scambiare materiale informativo e condividere il compito della distribuzione della documentazione.

Promozione efficace e sensibile

- Organizzare un proprio sito web o in partenariato con altri.
- Identificare e rivolgersi agli opportuni tour operator o agenzie di viaggi.

Lavorare insieme

- Considerare ogni nuova attività che la vostra associazione turistica può intraprendere come pubblicità comune, organizzazione di corsi di aggiornamento, allestimento di un sito web o organizzazione di una centrale di prenotazioni
- Se non esiste nessuna associazione turistica valutate le opportunità e i vantaggi per organizzarne una.



Migliorare i propri risultati economici con la gestione ecologica



Il mercato dei consumatori sta cambiando. Il pubblico è sempre più sensibile nei confronti dei temi ambientali: ciò significa che i consumatori, nel decidere un acquisto, prendono in considerazione prima i fattori ambientali poi il prezzo e la qualità, e le vacanze non fanno eccezione. Ecco perché i parchi sono sempre più spesso una delle mete preferite ma è proprio la loro valenza ambientale a costituire l'elemento di attrazione, dunque essa va tutelata. Ricordate che:

Deterioramento delle zone verdi = calo del turismo

Numerose sono le azioni per rendere "ecologica" l'attività e migliorare il vostro atteggiamento nei confronti dell'ambiente. Queste strategie avranno per di più ricadute positive sui risultati economici, sui comportamenti dei clienti in materia ambientale e sulla salvaguardia del parco.

Esaminiamo ora quali sono le azioni utili per la vostra attività:



Risparmio energetico

Imparare ad utilizzare meglio *il riscaldamento, l'illuminazione* e ridurre il consumo di *energia elettrica* può rappresentare un significativo risparmio per le imprese turistiche. Senza contare che un impiego controllato e limitato contribuisce a ridurre gli effet-

ti disastrosi delle piogge acide, dello smog, dell'aumento della temperatura del pianeta. Fenomeni che stanno già minacciando alcuni dei più preziosi e sensibili parchi d'Europa.

- **Riscaldamento:** spesso i costi superano il 60% del bilancio energetico di un'impresa, cifra che può essere ridotta con un buon isolamento termico. Coibentate bene anche i serbatoi e i tubi dell'acqua calda, installate i doppi vetri che riducono drasticamente le perdite di calore.

- *Più controlli*

Occorre un controllo costante della temperatura in tutte le camere. Abbassare la temperatura di un grado può diminuire la spesa per il riscaldamento fino al 10%. Installare termostati e sensori vi permetterà di monitorare e controllare la temperatura e di evitare di riscaldare le camere che non sono usate. Zonizzare il riscaldamento contribuirà ad un risparmio del 6-8% dei costi energetici. Caldaia e sistemi di riscaldamento devono essere rinnovati. Ventilare le camere aprendo le finestre piuttosto che utilizzare sempre l'aria condizionata. Regolate i termostati dell'aria ad una temperatura confortevole

- *Il combustibile*

Contattate l'Ente parco per un consiglio sulle "Fonti di energia rinnovabile", preferibili ai combustibili fossili poiché rinnovabili e perché non producono CO₂ e usano risorse naturali.



- **Illuminazione:** è possibile stimare il costo totale di illuminazione moltiplicando i watt totali per il numero di ore di uso, dividendo il totale per 100 e moltiplicando per il prezzo unitario. Cercate di ridurre i costi così:
 - Fate il massimo uso della luce naturale che può essere aumentata tramite specchi. Le camere in ombra possono trarre vantaggio da un canale di luce, uno strumento che trasporta e diffonde la luce.
 - Sostituite le lampadine a filamento di tungsteno con quelle fluorescenti a bassa energia (con una potenza di 5-23W). Creano un buon risparmio perché durano a lungo e consumano meno energia.
 - Ricordate con avvisi scritti al personale e agli ospiti, di spegnere la luce.
 - Progettare per l'illuminazione esterna un impianto d'illuminazione regolato da timer, fotocellule o sensori di movimento.



- **Energia elettrica:** lavatrici, cucine, frigoriferi, congelatori, televisori e apparecchi audio sono i principali consumatori di energia. Significativi risparmi energetici possono essere ottenuti nel modo seguente:
 - controllando e pulendo regolarmente gli apparecchi.
 - Scegliendo apparecchi efficienti dal punto di vista energetico (il risparmio di energia durante il loro impiego coprirà il costo iniziale di acquisto, riducendo ad 1/3 o 2/3 la spesa annuale rispetto ad apparecchi di media efficienza).
 - Scegliendo cucine dotate di piastre controllate da sensori che si mettono in standby quando la pentola è rimossa, ci può essere un risparmio del 30%.
 - Sistemando frigoriferi e congelatori lontano dalle fonti di calore.
 - Abbassando la temperatura della lavatrice.
 - Invitando i clienti a spegnere gli apparecchi tramite avvisi (un apparecchio Tv in standby, consuma il 25% di elettricità rispetto a quando è acceso).



Risparmio idrico

L'acqua è una delle nostre più preziose risorse. Per uso domestico, a persona, ne consumiamo circa 180 litri al giorno. In un hotel il consumo può raggiungere i 550 litri, con il 95% di questi scaricati come acque reflue. È spesso possibile ridurre del 15-50% la quantità di acqua consumata in un'impresa, senza creare inconvenienti per gli ospiti.

Gli obiettivi per un risparmio idrico comprendono:

- migliorare la qualità (le acque dure riducono la durata degli apparecchi e una migliore acqua potabile riduce il consumo di quella in bottiglia).
- Limitare i consumi e la quantità di energia relativa all'uso, ovvero pompe o riscaldamento.

Un piccolo hotel ha installato un sistema di purificazione dell'acqua per produrre acqua imbottigliata per gli ospiti piuttosto di comprare costosa minerale. Il sistema si paga da solo nel giro di un anno e fa risparmiare i costi di smaltimento delle bottiglie vuote.



La riduzione dei consumi è possibile adottando semplici accorgimenti, eccone alcuni esempi:

- *usare* apparecchi a risparmio idrico.
- *raccogliere* l'acqua piovana per innaffiare il giardino.
- *installare* miscelatori a rubinetti e docce può ridurre il consumo del 30-45%.
- *installare* rubinetti dotati di una regolazione automatica del flusso tramite sensori o timer; in alternativa rubinetti a pressione.
- *installare* docce, (il loro consumo medio è di 3.5 litri di acqua contro gli 80 delle vasche da bagno) e urinali a secco, che non richiedono l'uso dell'acqua.
- *controllare* le perdite di acqua, un rubinetto che perde una goccia ogni tre secondi spreca più di 2000 litri di acqua all'anno.
- *educare* il personale e stabilire procedure per il risparmio.
- *incoraggiare* i visitatori a risparmiare attraverso chiari inviti a chiudere i rubinetti.



Ridurre i rifiuti

Il servizio di raccolta in genere poco efficace a fronteggiare l'aumento della produzione di rifiuti durante il periodo turistico è uno dei problemi di chi opera nei parchi. Mentre una comunità rurale media in Europa produce 40-170 kg di rifiuti all'anno, un afflusso di turisti porta questi dati a 500-800 kg all'anno per residente. I rifiuti costano sia in termini economici che ambientali; le discariche occupano vasti territori e i processi chimici producono sostanze tossiche dannose. Ora la legislazione europea sta diventando più severa applicando anche pesanti multe ai trasgressori. Assicuratevi che i rifiuti siano gestiti da una impresa autorizzata.

Controllare la produzione di rifiuti

Un controllo sulla quantità prodotta e sullo smaltimento è un obbligo da parte delle strutture turistiche. Quindi misurate la quantità di ciò che buttate e pianificate una riduzione dei rifiuti, utile potrebbe essere questa tabella:

Prodotto	Quantità buttata n/kg per settimana/mese	Alternative			
		Ridurre	Sostituire	Riusare	Riciclare
Tazze o bicchieri di carta	4 pacchi a settimana		Con bicchieri di vetro		
Rifiuti organici	3 pacchi a settimana			Cibo per animali	Compost (concime)
Detersivi	3 flaconi al mese	Istruzioni per il dosaggio	Alternative biodegradabili es. soda e acqua		



Tre comportamenti per una efficace riduzione dei rifiuti:

riduzione dei consumi: controllando il magazzino, riducendo l'imballaggio e preferendo materiale sfuso alle confezioni monodose. Usate materiali riciclabili. No al materiale usa e getta. Potete ridurre lo spreco di cibo dando ai clienti la possibilità di scegliere porzioni ridotte.

Alcuni operatori turistici hanno messo in atto un programma di riduzione della produzione di rifiuti allo scopo di diminuire i costi di smaltimento. Le bevande in lattina sono state sostituite nel ristorante da erogatori di succhi di frutta e tutte le altre latte o scatolette sono raccolte per il riciclaggio.

- ② *Riutilizzo:* è possibile trovare nuove forme di utilizzo per alcuni prodotti, come scarti di alimenti, bottiglie e vasi, resti di candele che fusi e mescolati con essenze di geranio e di mentolo serviranno come antizanzare; tessuti che diventano stracci perfetti.
- ③ *Riciclo:* i materiali più utilizzati sono: la carta, il vetro, rifiuti organici (trattati divengono fertilizzanti e concimi), la plastica.

Un campeggio per caravan e camper decise di coinvolgere gli ospiti nel riciclaggio dei rifiuti. Bidoni di diversi colori furono sistemati nell'area e si verificò che l'idea era molto apprezzata dagli ospiti. Le foglie e l'erba tagliata furono usate per il compostaggio.

Verificate presso l'Ente parco quali servizi di raccolta differenziata esistono nell'area, lavorate con i vostri colleghi per organizzare una raccolta comune. Anche i clienti devono essere incoraggiati al riciclaggio. Dovrete anche prendere in considerazione le implicazioni di sicurezza e igiene connesse con lo stoccaggio all'interno dei vostri locali di rifiuti per il riciclaggio.



Minimizzare l'inquinamento

Oltre ai rifiuti solidi è importante il controllo dell'inquinamento dell'acqua e dell'aria. Questi sono alcuni consigli su come migliorare il vostro atteggiamento:

- **Acqua:** l'acqua dovrebbe essere controllata ai rubinetti da un ente ufficialmente responsabile almeno una volta all'anno. Controllare anche le fognature e le fosse settiche.
- **Inquinamento atmosferico:** migliorate la qualità dell'aria nei locali sistemando piante da appartamento che filtrano l'aria. Evitate i prodotti chimici.
- **Inquinamento acustico:** la quiete è una delle attrattive del parco. I limiti di rumore che non dovrebbero essere superati sono di 30 decibel nelle camere e di 50 altrove. I doppi vetri oltre ad evitare di disperdere calore sono ideali per la riduzione di rumore.



Offerta ecologica

La politica dell'offerta è uno dei modi più efficaci per mezzo del quale potete proteggere l'ambiente parco. Le decisioni che prendete in merito agli acquisti avranno anche il potere di confermare o distruggere la vostra immagine ambientale. Diventa perciò strategico tenere in considerazione i 4 aspetti elencati qui di seguito:

Lavorare con i fornitori

Chiedete ai fornitori la storia del prodotto che acquistate e preferite chi sarà in grado di fornirvi più informazioni. Altre fonti di informazioni sui prodotti procuratevele da riviste, organizzazioni dei consumatori e ambientalisti e certificati di qualità ambientale.

2 *Materiali riciclati*

I materiali riciclati esercitano un minor impatto sull'ambiente perché non consumano nuove risorse.

Un negozio di souvenir ha una efficace politica di offerta ecologica. Per esempio, tutti i prodotti di cartoleria venduti sono fatti con carta riciclata o a partire da legname proveniente da foreste gestite secondo criteri di sostenibilità, e i cartoncini di auguri sono forniti sfusi piuttosto che impacchettati individualmente. I clienti sono scoraggiati dal richiedere un sacchetto e quelli usati sono comunque fatti di carta riciclata o plastica biodegradabile.

3 *Prodotti etici*

I prodotti "etici" prendono in considerazione la sostenibilità ecologica e le implicazioni culturali e sociali della loro produzione. Caffè, tè, cacao e tessuti sono prodotti nel terzo mondo da compagnie internazionali che sfruttano i lavoratori. Quindi attenzione ai materiali: che siano autentici della vostra area o che siano "Fair trade" come Commercio Equo Solidale in quanto prodotti da piccole e medie imprese che garantiscono un equo trattamento a chi lavora. Esistono anche opportunità di acquisto da associazioni di gruppi socialmente svantaggiati.

4 *Ecocertificazioni (marchi di qualità ambientale)*

Seguendo la tendenza dei consumatori a preferire beni ecologici, molte compagnie promuovono il loro prodotto come compatibile. Non essendoci una legislazione chiara sui criteri di compatibilità è bene stare attenti. La certificazione ambientale viene rilasciata soltanto alle aziende che rispondono agli standard di protezione ambientale, generalmente i marchi più affidabili sono quelli la cui istruttoria è affidata ad un ente esterno piuttosto che interno all'impresa.



Alcuni marchi o etichette verdi a livello europeo

<i>Marchio</i>	<i>Supervisione</i>	<i>Criterio</i>
Margherita europea	EU DDGXI che sviluppa criteri e li applica ai prodotti	Compatibilità ambientale dalla produzione alla distribuzione e uso fino alla discarica
Punto verde	Organizzazione dei produttori nazionali	Pagare una quota per finanziare il trattamento selettivo degli imballaggi
Triangolo a frecce	Organizzazione dei produttori nazionali	Riciclabilità del prodotto (non il fatto che sia riciclato)
Quadrato a frecce	Organizzazioni nazionali dei produttori	Un sistema di deposito quando i contenitori sono puliti e riutilizzati
Trans fair	Organizzazioni del commercio solidale	Garanzia di equo trattamento dei lavoratori locali

Lista di controllo delle azioni

Prima fase

Conservare le risorse

- Pulire le finestre, i velux e le lampade regolarmente.
- Coibentare bene i boiler, le caldaie e tutte le condutture dell'acqua calda.
- Tirare bene le tende.
- Sostituire le lampadine che rimangono accese per lungo tempo con quelle a bassa energia.
- Esibire avvisi per il personale e gli ospiti che invitino a spegnere la luce e gli apparecchi.
- Usare acqua piovana e acqua di recupero per innaffiare.
- Mettere mezzo mattone o una bottiglia di plastica nelle vaschette delle toilette.

Ridurre i rifiuti e l'inquinamento

- Riusare la carta per prendere appunti.
- Riusare imballaggi e contenitori vuoti, ove possibile.
- Restituire le bottiglie ai produttori per il riuso.
- Restituire il toner e le cartucce di inchiostro ai produttori per il riuso.
- Dare chiare istruzioni allo staff sui dosaggi dei detersivi.
- Dare chiare istruzioni allo staff in merito al trattamento dei rifiuti tossici.
- Offrire ai clienti la scelta di porzioni più piccole nei ristoranti.

Offerta ecologica

- Mettere per iscritto una semplice politica dell'offerta che tenga conto dei principi dell'offerta verde.
- Ridurre gli approvvigionamenti ad un livello che minimizzi la produzione di rifiuti.
- Sostituire i materiali usa e getta come bicchieri di plastica con materiali riutilizzabili come bicchieri di vetro.
- Ogni qualvolta possibile riparare gli oggetti piuttosto di comprarne di nuovi.
- Comprare prodotti sfusi piuttosto di prodotti in confezioni individuali.



Seconda fase

Conservare le risorse

- Controllare e provare a ridurre la temperatura nelle camere.
- Paraspifferi intorno alle porte, finestre e battiscopa.
- Doppi o tripli vetri.
- Cambiare le lampadine con quelle a bassa energia quando devono essere sostituite.
- Isolare al massimo i solai, i muri e i pavimenti.
- Sistemare miscelatori per i rubinetti e per le docce.

Ridurre i rifiuti e l'inquinamento

- Compostare i rifiuti organici della cucina.
- Separare vetro, carta, alluminio e plastica per il riciclaggio.
- Introdurre per il riciclaggio bidoni chiaramente etichettati che possano essere usati dagli ospiti.
- Introdurre una politica antifumo per tutti o parte dei vostri locali.
- Introdurre piante da appartamento.
- Introdurre un "periodo di quiete" che deve essere rispettato da ospiti e personale.

Offerta ecologica

- Comprare apparecchi che siano di buona qualità, consentano risparmio idrico ed energetico e non siano rumorosi.
- Richiedere che i fornitori forniscano beni in contenitori riusabili o riciclabili.
- Sostituire i prodotti di carta non riciclata con prodotti in carta riciclata.
- Evitare di comprare detersivi che contengano componenti pericolosi.
- Sostituire oggetti in plastica con oggetti in legno o metallo.
- Comprare prodotti freschi locali piuttosto di prodotti trattati.

Terza fase

Conservare le risorse

- Introdurre timer o sensori su lampade, rubinetti, apparecchi, ecc...
- Introdurre un sistema di zonizzazione per il riscaldamento.
- Considerare le opportunità di introdurre una fonte energetica rinnovabile.
- Introdurre sistemi a carte magnetiche nelle camere degli ospiti o contatori in unità autogestite (campeggi).
- Introdurre “canali di luce” per ottimizzare l’uso della luce naturale.
- Installare docce invece di vasche da bagno nelle camere degli ospiti.
- Introdurre toilette a secco.

Ridurre i rifiuti e l’inquinamento

- Unire le forze con i colleghi per organizzare un sistema di raccolta e riciclaggio.
- Prendere parte a, o organizzare, un sistema di raccolta per una motivazione sociale, come donare vecchi computer alle scuole locali.
- Introdurre un sistema di fognature ambientalmente compatibile, (come i sistemi di depurazione biologica attraverso stagni o canneti).
- Migliorare l’isolamento acustico della vostra proprietà attraverso interventi di isolamento e il cambiamento delle vostre abitudini.
- Offrire ai clienti la scelta di porzioni più piccole nei ristoranti.

Offerta ecologica

- Rivolgersi a fornitori che possano provare di avere un forte impegno per l’ambiente.
- Lavorare con fornitori per ridurre l’imballaggio a perdere e sostituirlo con contenitori riutilizzabili o alternative riciclabili.
- Ricercare prodotti con appositi marchi ecologici o etici.



Valorizzare la comunità locale e l'ambiente

L'industria turistica può portare grandi benefici all'economia della zona e del parco. Molto dipende dalle aziende che operano all'interno dell'area e da quanto esse facciano per non danneggiare l'ambiente naturale. Ecco che il contributo che voi sarete in grado di dare sarà positivo sia per gli affari, in quanto servirà a creare un forte legame con la realtà locale e migliorerà l'immagine; sia per i clienti, che potranno godere di nuovi modi di fruizione del parco, sia per il parco, in quanto i pericoli di deterioramento vengono limitati mentre lo sviluppo sostenibile aumenta. Di seguito si trovano quattro indicazioni operative.

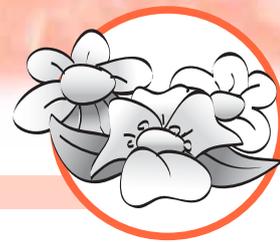


Sostenere l'economia locale

Sostenere l'economia locale può essere vantaggioso per molti aspetti oltre a quelli economici, ad esempio:

- la qualità dei prodotti locali e la loro freschezza daranno alla vostra attività un carattere più specifico.
- Invitare i clienti a servirsi nei negozi del luogo è un modo per salvaguardare l'economia.
- Promuovete i negozi e i produttori usando i loro prodotti oppure vendendo direttamente i loro articoli: è un metodo che può generare interesse nel cliente.
- Offrite ai clienti libri di ricette in modo che possano cucinarsi i piatti locali o proponete menu stagionali con prodotti locali.





Anche scegliere il personale residente nell'area può essere positivo:

Utilizzando artigiani locali si riducono i costi di trasporto e si acquista in competenza dell'uso dei materiali tradizionali.

- 2 Offrendo ai giovani posti di lavoro, e offrendo agli anziani che hanno una preziosa conoscenza dell'area e della sua storia, di fare da guide ai turisti.



Influenzare il comportamento e i movimenti dei visitatori

Tra le influenze più significative che il turismo può avere sull'ambiente del parco senza dubbio primari sono gli spostamenti dei visitatori, specialmente se avvengono con le auto private, e i periodi scelti per la vacanza. Vostro compito è dunque anche quello di cercare di dirottare il flusso turistico verso scelte alternative limitandone la concentrazione in certi luoghi e in certi periodi dell'anno e monitorando il comportamento inadatto per il parco da parte di alcuni visitatori. Dove potete agire?

- *Influenzare la destinazione e l'attività dei visitatori*

L'informazione che voi date ai clienti dovrebbe basarsi sulla necessità di ridurre l'impatto sul territorio incentivando i soggiorni fuori stagione e sensibilizzando i clienti al rispetto dell'ambiente.

- *Influenzare il periodo di visita*

Stimolare le attività fuori dai classici mesi estivi o invernali è possibile evidenziando, l'aspetto paesaggistico e le possibili fruizioni del parco nei restanti periodi, a questo vanno aggiunte una riduzione dei prezzi o delle precise offerte.

Le imprese turistiche e i gruppi locali in una comunità rurale hanno organizzato un festival delle mele in ottobre, che comprende mostre, assaggi, vendite in fattoria, passeggiate nei frutteti e chiacchierate su temi ambientali. Oltre ad attirare visitatori fuori stagione, evidenzia un aspetto speciale del paesaggio e del patrimonio rurale. Un festival simile è organizzato in primavera quando gli alberi sono fioriti e il sidro è pronto da bere.

- *Mezzi di trasporto alternativi*

Il 90% dei visitatori arriva in automobile, causando problemi di congestione e inquinamento. È importante stimolare i clienti a utilizzare i mezzi pubblici, quindi mettete in primo piano la possibilità di fare un'esperienza naturalistica in piena regola ma priva di particolari disagi. Per farlo sarà però indispensabile fornire tutte le informazioni utili sul viaggio e sui biglietti speciali o scontati. Offrite sconti a coloro che utilizzano mezzi di trasporto diversi dall'auto privata.





Gestire la vostra proprietà e il terreno circostante

Anche l'aspetto esteriore delle strutture ed i terreni vicini alla vostra attività contribuiscono al benessere dell'ambiente parco.

Una gestione attenta dei terreni può offrire un legame naturale con il paesaggio circostante e aumentare l'interesse del visitatore. Quindi conoscere la storia, le origini, le tradizioni, gli animali e le piante che popolano o che hanno vissuto nella vostra area può essere utile. Nello specifico mantenere e aumentare la biodiversità, una delle principali sfide dei parchi europei.

Avere rispetto per la natura significa anche pianificare sviluppi o costruzioni che siano compatibili con le norme dell'ambiente parco, perciò non dimenticate queste regole:

- è importante che ogni cambiamento o nuova attività non danneggi i luoghi ma li completi o li migliori.
- Prima di realizzare i vostri piani controllate quali norme di progettazione sono in vigore, ciò eviterà di sprecare tempo e denaro.
- Discutete con un tecnico dell'Ente parco le vostre idee, informatevi se ci sono guide alla progettazione o fonti di finanziamento disponibili.

Se intendete realizzare un nuovo insediamento turistico dovrete prendere in considerazione i seguenti aspetti:

- la vostra attività contribuirà al carattere naturale e culturale del paesaggio circostante o gli arrecherà danno? Quale sarà il risultato sul panorama?
- L'ambiente è adatto al progetto? Ci potrebbe essere qualche habitat sensibile che dovrete evitare.
- Prendete in considerazione le opportunità di revisione del vostro progetto.
- Avete il sostegno della comunità a proposito della localizzazione del vostro progetto di sviluppo e avete pensato quale impatto potrebbe avere sulle aziende locali? Ci potranno essere problemi relativi all'aumento del traffico?

Il progetto non ha bisogno di essere sofisticato, in un parco un edificio è quello che si integra bene con il carattere locale. Quindi:

- prendete esempio dal paesaggio e dalle tipologie architettoniche circostanti.
- proponetevi di mettere in risalto l'ambiente in modo da far sentire i visitatori immersi nella natura (scopo della loro visita).
- usate materiali e tecniche del luogo.
- eliminate le barriere architettoniche, chiedete consiglio alle associazioni per disabili.
- mettete in atto sistemi di risparmio idrico, energetico e di trattamento differenziato per i rifiuti.

Un campeggio in un attraente paesaggio di campagna ha saputo trarre il massimo vantaggio dalla propria localizzazione e dalla promozione della natura locale presso i visitatori. I bordi erbosi sono stati lasciati allo stato naturale e le siepi allestite in modo da attirare la fauna. Sono forniti ai visitatori foglietti informativi con elenchi delle specie di uccelli presenti, elenchi che vengono via via completati dagli stessi visitatori. Questi foglietti ricordano inoltre ai clienti di rispettare l'ambiente e le attività agricole tenendo i cani al guinzaglio.





Sostenere le iniziative locali

È un aspetto importante per partecipare attivamente alle proposte della comunità e per integrarsi e realizzare momenti conviviali e culturali da offrire ai visitatori. Ricordatevi che la buona salute dell'ambiente e della comunità locale sono vitali per il futuro della vostra attività.

Per partecipare come impresa avete numerose possibilità:

- chiedete al vostro staff se è coinvolto in qualche attività, magari di volontariato.
- domandate all'Ente parco e alle locali associazioni quali possibilità esistano.
- scegliete una causa nella quale vi riconoscete e pensate in che modo potreste essere utili.

A questo proposito ecco alcuni suggerimenti:

- donazioni.
- sponsorizzazioni (può essere una buona formula pubblicitaria).
- offrire servizi o prodotti.
- fornire pasti e alloggio a un'organizzazione di volontariato.
- coinvolgimento pratico, con lavoretti di manutenzione o aiuti amministrativi.
- prendere l'iniziativa preparando un evento per sostenere una causa locale.

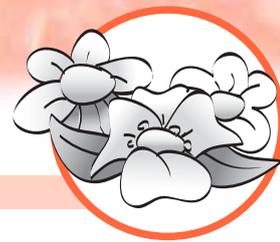
Inoltre pubblicizzate le vostre partecipazioni, inserendo le dichiarazioni di intenti e le percentuali di coinvolgimento economico e lavorativo nei vari progetti comunitari. Un aiuto a migliorare il coinvolgimento tra voi e la comunità può venire anche dai visitatori attraverso l'iniziativa denominata "Visitor Payback". Scegliete una precisa iniziativa, descrivetela in modo che possa piacere ai visitatori, mostrate come le precedenti contribuzioni sono state utilizzate e chiedete agli ospiti un contributo per realizzarla.

Un'agenzia immobiliare per l'affitto di appartamenti e villette in un parco aggiunge un piccolo supplemento alla tariffa di prenotazione e destina questa quota a iniziative di manutenzione dei sentieri. I visitatori possono scegliere di non pagare semplicemente cancellando questa sezione dal formulario di prenotazione. Soltanto tre di molte migliaia di clienti lo hanno fatto.

Questi sono alcuni modi di raccogliere contributi:

- *Donazioni.* Raccolte per mezzo di scatole o buste. Meglio il contatto personale e diretto.
- *Adesione ad associazioni.* Alcuni parchi gestiscono un'associazione "Amici del parco" che sostiene iniziative varie, i visitatori possono essere invitati ad abbonarsi
- *Supplementi.* Invitare i visitatori ad aggiungere al conto di un servizio turistico una quota per sostenere iniziative di conservazione. I clienti possono rifiutarsi
- *Partecipazione pratica.* I clienti possono essere coinvolti in attività come restaurare vecchi edifici o habitat naturali. C'è una crescente proposta di campi di lavoro e vacanze di volontariato.





Lista di controllo delle azioni

Prima fase

Sostenere l'economia locale

- Elencare le forniture e vedere quali possono essere effettuate localmente.
- Ottenere indirizzi di produttori locali e informarsi dai colleghi sul loro uso di produttori locali.
- Cercare di sostituire, con forniture a livello locale, due prodotti o servizi per i quali vi servite di ditte distanti.
- Fornire ai visitatori chiare informazioni in merito a botteghe di artigianato, produttori, negozi, ecc...
- Per nuove assunzioni rivolgersi prima in loco.

Influenzare gli spostamenti e i comportamenti dei visitatori

- Informarsi presso l'Ente Parco di ogni luogo sensibile di cui evitare la promozione presso i visitatori.
- Ottenere una copia del codice di comportamento per i visitatori prodotto dal Parco ed esporlo nei vostri locali.
- Tenere aggiornati gli orari dei servizi pubblici e tenere informazioni su attrazioni e luoghi facilmente accessibili con mezzi pubblici.
- Dare precise informazioni ai visitatori sulla possibilità di visitare il Parco a piedi o in bicicletta.
- Dare chiare istruzioni per raggiungere la vostra sede con i mezzi pubblici.
- Offrirsi di andare a prendere i clienti nella più vicina stazione autobus o ferroviaria.

Gestire i vostri terreni e proprietà

- Intraprendere alcune ricerche sulla storia e le trasformazioni della vostra terra.
- Lasciare allo stato naturale un angolo dei vostri terreni.
- Introdurre alcune piante autoctone nei vostri terreni.
- Ove possibile lasciare che i fiori producano i semi prima di tagliare l'erba.
- Introdurre mangiatoie per gli uccelli e nidi artificiali.

Sostenere le iniziative locali

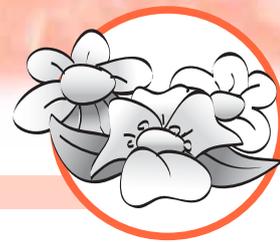
- Informarsi su quali programmi di beneficenza o di conservazione esistono localmente e se il vostro staff è coinvolto in qualcuno di questi.
- Esporre foglietti informativi o cassette per raccogliere fondi a favore di associazioni locali o progetti di conservazione del Parco.
- Fare una donazione in favore di una causa locale.
- Offrire servizi come la disponibilità di sale riunioni o attrezzature a gruppi locali di beneficenza.

Seconda fase**Sostenere l'economia locale**

- Stabilire ulteriori obiettivi per usare fornitori e produttori locali.
- Quando l'arredamento deve essere rinnovato cercare soluzioni locali e caratteristiche.
- Introdurre specialità locali e stagionali nel menu.
- Offrire ai nuovi visitatori un cestino di benvenuto contenente prodotti locali.
- Mettere a disposizione un libro di ricette locali per gli ospiti che si fanno da mangiare da soli.

Influenzare gli spostamenti e i comportamenti dei visitatori

- Inserire nel vostro materiale informativo alcuni semplici "consigli verdi" per rispettare il parco.
- Registrare il numero dei vostri ospiti nei diversi periodi dell'anno e mettere questi dati a disposizione per le ricerche sulla gestione dei visitatori condotte dal parco.
- Promuovere attività adatte ai diversi periodi dell'anno e offrire sconti appropriati per attirare clienti fuori dai periodi di punta.
- Fare in modo che i vostri orari di apertura siano in accordo con quelli dei servizi di trasporto pubblico.
- Offrire sconti ai visitatori che arrivino con mezzi diversi dall'auto privata.



- Promuovere i locali noleggi biciclette o metterle voi stessi a disposizione dei visitatori.

Gestire i vostri terreni e proprietà

- Sostituire pesticidi e fertilizzanti chimici con prodotti naturali.
- Spiegare e descrivere ai visitatori alcune interessanti caratteristiche della vostra proprietà e dei terreni circostanti.
- Allestire un laghetto o uno stagno nei vostri terreni.
- Migliorare le infrastrutture come i parcheggi attraverso una attenta progettazione e uso del verde.

Sostenere le iniziative locali

- Sponsorizzare un progetto di conservazione nel vostro parco.
- Introdurre un supplemento volontario sul conto dei visitatori.
- Dare pubblicità al vostro coinvolgimento a sostegno di buone cause presso i visitatori attuali e potenziali e presso la comunità locale.
- Quando i visitatori partono, offrire loro informazioni per l'adesione ad associazioni tipo "Amico del Parco".
- Offrire nel proprio negozio prodotti che includano un supplemento per beneficenza.

Terza fase

Sostenere l'economia locale

- Fare in modo che gli artigiani locali possano fornire dimostrazioni occasionali ai vostri visitatori.
- Contattare le scuole e i collegi locali per vedere se potete ospitare attività di praticantato e formazione lavoro.
- Organizzarsi con le altre imprese per poter offrire in collaborazione posti di lavoro a tempo pieno a partire da più posti a tempo parziale.

Influenzare gli spostamenti e i comportamenti dei visitatori

- Lavorare in collaborazione per coordinare gli orari di apertura con quelli dei servizi di trasporto pubblico.
- Lavorare con altre imprese e organizzazioni per organizzare eventi speciali e pacchetti vacanze fuori dai periodi di alta stagione.
- Lavorare con le compagnie di trasporti pubblici ed altre imprese turistiche per offrire pacchetti di escursioni giornaliere.
- Promuovere offerte speciali e servizi destinati a ciclisti ed escursionisti.

Gestire i vostri terreni e proprietà

- Cercare nuovi modi per migliorare l'aspetto e l'arredamento della vostra proprietà in modo da evidenziarne il carattere locale.
- Se si pianifica un ampliamento, cercare di ottenere un risultato consono all'ambiente e minimizzare gli impatti sullo stesso.

Sostenere le iniziative locali

- Avere un ruolo attivo in un progetto di beneficenza mettendo a disposizione il proprio tempo.
- Organizzare un progetto voi stessi, come una manifestazione per i residenti e i visitatori i cui proventi vadano in beneficenza.
- Organizzare giornate di lavoro volontario con i guardiaparco alle quali possono prendere parte i visitatori, come piantare alberi.
- Contattare tour operator che organizzano campi di lavoro e vacanze di volontariato e lavorare con loro per organizzarne qualcuna nel vostro territorio.

Finito di stampare presso
la Tipografia Ghibaudò - Cuneo
nel mese di ottobre 2001



ROSTAGNO
GIUSEPPE
U. OSPEDALE 1115
Patate di Entracque
3Kg - 5Kg - 7.5Kg - 10Kg - 15Kg - 20Kg - 25Kg - 30Kg
0177-978273

Patate di Entracque

