

# Hospitality Goes Green!

**In che modo il settore dell'ospitalità può promuovere il suo impegno?**

## La responsabilità del settore e la RSI

Il settore dell'ospitalità non ha una grande reputazione per quanto riguarda la sostenibilità, indipendentemente dal pilastro, sociale, ambientale, economico. L'indagine che abbiamo intrapreso ha mostrato che è emersa una forte consapevolezza dei professionisti, in particolare grazie all'impulso di grandi gruppi aziendali come Acor, le Groupe Barrières in Normandia e alcune iniziative di vivaci piccole imprese desiderosi di sviluppare una politica sostenibile, descritta nei casi di studio che abbiamo raccolto per i nostri studenti

Associazioni di imprese come UMIH e RNL, anch'esse ben consapevoli, pubblicano brochure e guide per stimolare le aziende ad agire. Molte delle aziende che abbiamo incontrato durante il nostro progetto erano interessate ma a volte sprovviste di metodi concreti per avviare e potenziare le azioni

Abbiamo deciso di introdurre l'argomento della RSI nella nostra guida pedagogica: ha lo scopo di promuovere ciò che un'impresa sostenibile è attraverso una definizione il più concreta possibile e facilmente accessibile alle aziende che comprende le disposizioni principali

# Quali sono le nostre posizioni di RSI nell'ospitalità?

Abbiamo insistito sull'importanza del modo in cui le imprese sono integrate nello sviluppo locale attraverso il rispetto dei tre pilastri dello sviluppo sostenibile o delle linee di fondo delle 3P (pianeta, persone, profitto). Un'impresa sostenibile che segue una politica di RSI deve dimostrare:

- di essere un attore e un beneficiario dello sviluppo locale in termini di turismo, cultura e patrimonio;
- di essere redditizia, nel rispetto dell'ambiente e del futuro della terra;
- che la politica delle risorse umane è a favore della diversità; è attenta ai disabili e alle persone che soffrono di povertà e non mostra alcuna discriminazione sessuale;
- di essere impegnata nella formazione di studenti e apprendisti.
- di essere impegnata nella formazione e nella sensibilizzazione del personale permanente per quanto riguarda l'importanza della sostenibilità

# L'esperienza di ERASMUS PLUS "Green Guest"

L'obiettivo nell'ideazione del nostro slogan era promuovere i valori che condividiamo, migliorare la nostra immagine e sforzarci di espandere la nostra influenza creando uno slogan originale e di facile memorizzazione che:

- sfrutti le risorse e i vantaggi chiave del nostro progetto rifletta la nostra visione e i valori fondamentali di sostenibilità e supporto agli studenti, formatori e aziende per implementarlo
- aumenti la nostra visibilità e reputazione

# Dare visibilità a Green Guest e promuovere l'impegno del settore!



- Il nostro logo evoca l'idea della natura attraverso il disegno stilizzato di una pianta o di un vegetale, ovviamente di colore verde.
- "GREEN GUEST" è il nome del progetto. La semplice aggiunta dello slogan "FRIENDLY" ha favorito uno degli elementi chiave del nostro progetto: **le aziende devono abbinare una politica RSI e un approccio consapevole da parte degli ospiti.** Questo è il fil rouge del nostro progetto. **Potremmo dire che crediamo che questo sia anche quello che dovrebbe essere il motto chiave per l'intero settore.**

## Edutainment, un modo per essere più attraente per gli studenti, Green Quest è il nostro gioco serio

Il nostro approccio all'edutainment per trovare un canale giusto per comunicare con i nostri studenti.

Abbiamo creato il gioco serio: la GREEN QUEST

La **pedagogia del gioco** si basa su una filosofia specifica che consente all'individuo di imparare con tutti i tipi di sollecitazioni, sebbene oggi il concetto raggiunga un'altra dimensione con videogiochi che sono ovviamente parte della vita quotidiana dei nostri gruppi target, gli studenti impegnati in percorsi di IFP. Ciò legittima il nostro approccio di edutainment e gamification che offre uno strumento motivante in linea con la vita degli studenti. Lo strumento di apprendimento di Green Quest, un cosiddetto "gioco serio", tende ad abbinare due concetti: i videogiochi e l'e-learning, in base ai vantaggi che il gioco ha sull'apprendimento. Pertanto, la Green Quest che fornisce dati sui temi sostenibili attraverso un percorso educativo, informale e giocoso diventa un'opportunità per conoscere contenuti di apprendimento complessi

*Marco Greenhope è uno studente che frequenta una scuola per lavorare nel settore dell'ospitalità. In futuro, desidera lavorare in un'azienda veramente verde. Questo è il motivo per cui ha fatto domanda per uno stage presso l'hotel di Clara Evergreen. Oggi è un grande giorno per Marco poiché incontrerà Clara Evergreen, che è la proprietaria dell'hotel più verde della città. Se tutto va bene, gli sarà permesso di fare il suo tirocinio in questo hotel. Clara controllerà se Marco è così interessato ed entusiasta della sostenibilità come finge di essere. All'inizio della visita, gli farà alcune domande sui principi generali di sostenibilità. Successivamente, gli sarà permesso di visitare i diversi dipartimenti dell'hotel: la cucina, le camere da letto, il giardino, il centro benessere, la hall ...*

# Uno sketch animato, Youtube, aggiornamenti, per pubblicizzare l'impegno del settore

- Lo scopo di questo animated sketch simile a un cartone animato ha diversi scopi per promuovere l'impegno delle aziende. Riassume come uno strumento di marketing gli sforzi compiuti dal settore e promuove il nostro particolare approccio con i 3 pilastri della sostenibilità presentati in un autentico modo sintetico.
- Presto ci siamo resi conto che potrebbe avere molti usi, ad esempio un'introduzione ai nostri percorsi di apprendimento o conferenze. Il suo utilizzo è davvero molto flessibile
- I video sono stati girati da LPPDLG per pubblicizzare il nostro evento a maggio 2019. Ciò si è rivelato molto efficace e l'impatto è stato davvero inaspettato e alcuni partecipanti ci hanno detto che era un vero incentivo a partecipare.
- Il personaggio del video, una giovane donna rappresentante del settore, presenta l'argomento seguendo una sceneggiatura molto simile a quella del video sketch ... parla francese con sottotitoli in inglese e si rivolge ai professionisti del settore in modo molto amichevole e divertente. Il video è tipico dell'atteggiamento degli You-tube e fornisce di nuovo un mezzo di promozione molto aggiornato nonostante le sue imperfezioni tecniche

# Altre opportunità per stimolare il settore dell'ospitalità a diventare verde!

- Il nostro approccio: alcuni dei nostri eventi sono integrati in eventi più grandi con la propria agenda e obiettivi: affrontare sia gli ambienti educativi che le attività commerciali e ampliare la portata del progetto.
- La sfida verde: consiste nell'organizzazione di una vera sfida culinaria con squadre di studenti. Ogni team è stato supportato da uno chef professionista come mentore sensibile alla sostenibilità. È stata organizzata una cerimonia di premiazione con le parti interessate dell'ospitalità locale per premiare gli sforzi degli studenti e l'interesse della stampa è stato significativo. Tale sfida è stata una grande opportunità per promuovere la sostenibilità e l'impegno del settore nei confronti delle parti interessate esterne. **È probabile che questa buona pratica sia riprodotta a livello regionale, locale e persino scolastico.**
- Raccontare le storie delle imprese: **è importante raccontare le esperienze di sostenibilità specifiche delle imprese;** è fondamentale per gli ospiti, per la stampa, per le autorità locali quando richiesto e quando si presentano altri tipi di opportunità.



# Conclusione

- L'ambizione di Green Guest era quella di produrre strumenti di apprendimento e aprire strade per supportare e rafforzare l'impegno del settore dell'ospitalità verso la sostenibilità con una strategia di marketing. Comunicare e pubblicizzare il nostro approccio era fondamentale: ecco perché volevamo trovare i giusti canali di comunicazione in ogni area del progetto, compresi i suoi aspetti di apprendimento.
- L'ospitalità sta diventando verde? Certamente, anche se siamo all'inizio del processo e la recente emergenza dei problemi ambientali e climatici è ancora più evidente rispetto a 3 anni fa quando abbiamo iniziato il progetto. Il modo in cui abbiamo promosso il coinvolgimento di Green Guest, le lezioni che traiamo dalla nostra politica di comunicazione aprono la strada al settore per promuovere il suo impegno.
- Si prevede che in un settore i cui lavori soffrono di una cattiva immagine, l'impegno delle nostre imprese e la promozione delle sue attività siano un incentivo a cogliere le sue opportunità di carriera. Tutti i nostri strumenti: quelli di apprendimento, il toolkit di marketing a cui appartiene questo particolare report, sono pensati per essere usati dagli stakeholder sia dal commercio che dagli ambienti professionali. Sono ora disponibili sul nostro sito Web.