

Green Guest – una guida pedagogica

INTRODUZIONE

Green Guest è un progetto Erasmus+ rivolto al settore alberghiero che vuole connettere, grazie ad un approccio globale, gli aspetti formativi e l'apprendimento tramite esperienza lavorativa, sia nell'ambito ambientale che occupazionale.

Mette assieme scuole professionali, un'università, associazioni di categoria del settore alberghiero, centri di formazione per adulti, un'organizzazione non governativa e una società di marketing digitale appartenenti a cinque paesi europei, ovvero Polonia, Italia, Estonia, Ungheria e Francia.

In tutti i paesi i consumatori sono la forza trainante dietro la tendenza delle aziende a sviluppare sistemi di tutela ambientale. L'effetto del "pensiero green" è un forte incentivo per i professionisti del settore alberghiero e del turismo a rispondere ai mutati bisogni e desideri della clientela. Il settore alberghiero ha un impatto significativo sull'ambiente attraverso il consumo di energia e acqua, l'uso di prodotti per l'igiene a largo consumo e la produzione di rifiuti solidi e pericolosi. L'adozione di programmi di ospitalità sostenibile può offrire un significativo e competitivo vantaggio alle imprese del settore alberghiero. Inoltre, la formazione e l'aggiornamento del personale di oggi e di quello del futuro è un modo vincente per supportare le imprese in questo momento di cambiamento; inoltre, la sostenibilità delle proprie scelte può avere un effetto leva per ispirare altre persone in ambito commerciale. È anche importante analizzare i modi in cui gli Istituti professionali cercano di rendere più "green" i curricula, i programmi di studio o le competenze di riferimento e come gestiscono le lacune che devono essere colmate relativamente a EQAVET.

L'ambizione di Green Guest è quindi quella di agire sui tre aspetti della sostenibilità nel settore alberghiero: l'aspetto sociale, ambientale ed economico, attraverso lo sviluppo di attività specifiche basate su istruzione e formazione professionale. Essere più interessanti per i clienti è anche un buon modo per esserlo per il nuovo personale. Il lavoro transnazionale che raccoglie varie competenze dai diversi paesi partner dell'UE, offre grandi opportunità per lo sviluppo di questo progetto che altrimenti non si sarebbe potuto realizzare singolarmente a livello nazionale.

I due obiettivi principali del progetto sono:

- Sviluppare pratiche di sostenibilità nel settore formando e potenziando la forza lavoro attuale e futura e promuovendo l'apprendimento basato sul lavoro.
- Promuovere quelle professioni del settore alberghiero che non godono di una buona immagine e ispirare le persone ad entrare nel mondo del commercio (con la sostenibilità come facilitatore ed incentivo ad iniziare)

SOMMARIO

PRESENTAZIONE DELLA GUIDA PEDAGOGICA	3
LE SFIDE PER L'INDUSTRIA ALBERGHIERA.....	4
INTRODUZIONE AI TRE PILASTRI.....	4
ABILITÀ E COMPETENZE PER LO SVILUPPO DELLA SOSTENIBILITÀ.....	5
GREEN GUEST – IL PERCORSO FORMATIVO	14
SKETCH ANIMATO	14
CASI STUDIO.....	15
IL SERIOUS GAME: GREEN QUEST	16
GREEN COOKING CHALLENGE – LA SFIDA DI CUCINA SOSTENIBILE	18
ALLEGATI.....	18
- Modello per il report dello stage.....	19
- Modello per la visita di studio	24
- Green cooking challenge – guida alla sfida per gli studenti	26
- Casi Studio	30

PRESENTAZIONE DELLA GUIDA PEDAGOGICA

La guida pedagogica "Green Guest" è intesa come un documento di riferimento che offre una base educativa standard sui temi e gli obiettivi da affrontare per raggiungere uno sviluppo sostenibile nel settore alberghiero.

La guida sarà un supporto per formatori e tutor sul posto di lavoro durante i tirocini e i programmi di formazione. Intende inoltre aiutare i tirocinanti e gli altri allievi ai livelli 3 e 4 del quadro europeo delle qualifiche (di seguito EQF), offrendo la possibilità di introdurre gli aspetti legati allo sviluppo sostenibile all'interno dei loro corsi di formazione quando vengono identificate queste tematiche. La guida è in linea con EQF perché pone l'accento su conoscenze, abilità e competenze.

Il processo di formazione Green Guest si basa su vari metodi di apprendimento, tra cui l'e-learning, l'esperienza di lavoro e lo studio in classe.

Con questa guida pedagogica, Green Guest propone i seguenti strumenti di formazione:

- Un "gioco serio" online: la ricerca di un tirocinante sul tema dello sviluppo sostenibile in uno stabilimento ideale - "GREEN HOTEL";
- Otto casi studio (formato pdf) che suggeriscono attività di formazione, basate su otto istituti europei in Estonia, Francia, Ungheria e Italia; tutti che attivamente perseguono lo sviluppo sostenibile;
- Uno sketch animato;
- Modelli per stage e visite studio relative alla sostenibilità;
- Linee guida per l'attuazione di una "sfida green".

IL CONTESTO PROFESSIONALE

Il contesto professionale in cui lo studente che utilizza gli strumenti Green Guest è solitamente immerso riguarda:

- Un'importante evoluzione delle condizioni economiche, tecnologiche, scientifiche e ambientali;
- La conoscenza di tecniche, prodotti e preparati che richiedono l'osservanza del know-how professionale tale da preservare le risorse del mondo e proteggere il benessere delle generazioni future;
- Una domanda sempre crescente da parte dei clienti per quanto riguarda la sostenibilità;
- La consapevolezza del desiderio di mostrare forte interesse da parte del settore alberghiero ai temi della "Responsabilità sociale delle imprese"

IMPIEGABILITA'

Gli studenti che utilizzano Green Guest sono impiegati o saranno impiegati in una postazione lavorativa tradizionale qualsiasi nel settore alberghiero. Queste professioni possono svolgersi:

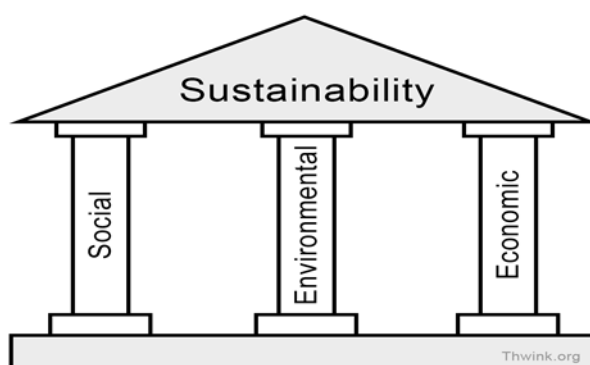
- nelle cucine dei ristoranti;
- nelle sale da pranzo del ristorante;
- nella sala per la colazione;
- nel bar;
- in portineria;
- nella pianificazione di eventi;
- alla reception;
- nella pulizia delle camere;
- nella pulizia e manutenzione.

LE SFIDE PER L'INDUSTRIA ALBERGHIERA

Di seguito sono elencate le 10 sfide legate all'introduzione della sostenibilità nel settore alberghiero, sintetizzate da Julien Rivals, consulente RSO:

- 1- Ottimizzare il consumo di energia e favorire le energie rinnovabili
- 2- Applicare un uso razionale dell'acqua
- 3- Combattere lo spreco alimentare e valorizzare lo scarto alimentare
- 4- Adottare un approccio di "economia circolare"
- 5- Garantire un'aria interna salubre
- 6- Offrire cibo sostenibile
- 7- Controllare l'impatto sulla biodiversità e valorizzare il patrimonio naturale
- 8- Rafforzare la responsabilità sociale e le prestazioni delle risorse umane
- 9- Scegliere un marchio di qualità ecologica pertinente e ben noto
- 10- Perseguire i propri risultati sociali e ambientali

INTRODUZIONE AI TRE PILASTRI



I tre pilastri della sostenibilità sono un potente strumento per definire la nozione di sostenibilità in modo completo. Ciò comprende di base i pilastri: economico, sociale e ambientale. Se uno dei pilastri è debole, il sistema nel suo insieme è insostenibile.

1. Pilastro economico

Nel mondo occidentale, le persone consumano in maniera molto consistente. Infatti, consumiamo molto più della nostra *giusta quota*. Nel frattempo, nei paesi in via di sviluppo la popolazione sta aumentando a dismisura e in alcuni paesi si aspira ad avere stili di vita ad alto consumo. Abbiamo bisogno di un modello economico sostenibile che garantisca una distribuzione equa e un'allocazione efficiente delle nostre risorse. Questo pilastro garantisce che la nostra crescita economica mantenga un sano equilibrio con il nostro ecosistema.

Per le imprese ciò significa che un'azienda deve essere redditizia, ma non a qualsiasi costo e che deve rispettare l'ambiente e contribuire a preservare il nostro pianeta intraprendendo azioni in questo senso. Queste azioni ambientali hanno un impatto finanziario positivo.

2. Pilastro ambientale

Diamo per scontate le nostre risorse naturali e talvolta dimentichiamo che tali risorse non sono illimitate. Ancora più importante, il nostro pianeta deve essere protetto dallo sfruttamento e dall'incuria del settore industriale. Questo pilastro sostiene iniziative quali: energie rinnovabili, riduzione del consumo e delle emissioni di combustibili fossili, agricoltura e pesca sostenibili, agricoltura biologica, coltivazione di alberi e riduzione della deforestazione, riciclo e migliore gestione dei rifiuti.

Per le imprese ciò significa che un'azienda intraprende azioni a favore dell'ambiente per ridurre la propria impronta ambientale e preservare le risorse a beneficio delle generazioni future. Contribuisce alla conservazione del pianeta.

3. Pilastro sociale

Un'azienda è un *cittadino globale*. Come cittadino globale, non dobbiamo mai chiudere un occhio sulle questioni sociali che minacciano il benessere delle persone e del nostro ambiente. Abbiamo la responsabilità etica di fare qualcosa in materia di disuguaglianza umana, ingiustizia sociale e povertà. Questo pilastro sostiene iniziative come la pace, la giustizia sociale, la riduzione della povertà e altri movimenti di base che promuovono l'equità sociale.

Per le imprese, significa che un'azienda sostenibile dovrebbe avere il supporto e l'approvazione dei suoi dipendenti e dei suoi clienti e l'interesse per la comunità in cui opera. L'azienda tratta i suoi dipendenti in modo equo ed è un buon membro della comunità, sia a livello locale che globale.

ABILITÀ E COMPETENZE PER LO SVILUPPO DELLA SOSTENIBILITÀ IN AMBITO ALBERGHIERO

SETTORE E TEMI

Qualunque sia la dimensione o il tipo di stabilimento, i processi di apprendimento legati allo sviluppo sostenibile appartengono ai seguenti temi:

- Tema 1: padronanza generale di concetti e problemi legati allo sviluppo sostenibile nel settore alberghiero
- Tema 2: padronanza dei principi del risparmio idrico
- Tema 3: padronanza dei principi di risparmio energetico
- Tema 4: padronanza dei principi di limitazione dello spreco alimentare
- Tema 5: padronanza dei principi di corretto smaltimento e riciclo
- Tema 6: padronanza dei principi di acquisto corretto
- Tema 7: padronanza dei principi di comunicazione responsabile
- Tema 8: padronanza dei principi di responsabilità sociale delle imprese

La seguente tabella definisce gli obiettivi didattici in relazione all'EQF. Un obiettivo didattico è definito come una dichiarazione di ciò che uno studente conosce, comprende ed è in grado di fare al completamento di un processo di apprendimento.

GLI OBIETTIVI DIDATTICI SONO SPECIFICATI COME:

Conoscenze associate: nel contesto dell'EQF, le conoscenze sono descritte come teoriche e / o fattuali. Livello 4: conoscenze fattuali e teoriche in contesti trasversali all'interno di una serie di azioni intraprese nel settore alberghiero.

Abilità. Nel contesto dell'EQF, le abilità sono descritte come cognitive (comportano l'uso del pensiero logico, intuitivo e creativo) e pratiche (implicano la destrezza manuale e l'uso di metodi, materiali, strumenti e macchinari). Livello 4: una gamma di abilità cognitive e pratiche necessarie per generare soluzioni a problemi specifici, una serie di attività svolte nel settore alberghiero.

Competenze. Nel contesto dell'EQF, la responsabilità e l'autonomia sono descritte come la capacità dello studente di applicare le conoscenze e le abilità in modo autonomo e con livello di responsabilità 4 ciò significa esercitare l'autogestione secondo le linee guida di contesti lavorativi o di studio che sono generalmente prevedibili, ma soggetti a modifiche; supervisionare il lavoro di routine degli altri assumendosi le responsabilità per la valutazione e il miglioramento delle attività lavorative o di studio.

Criteri di valutazione La qualità e la precisione della descrizione degli obiettivi didattici sono una base importante per la valutazione. Spetta a ciascun istituto professionale sviluppare il proprio metodo di valutazione in base ai percorsi di formazione e al curriculum generale che hanno intrapreso. Questa guida fornisce il materiale di studio necessario, compresa la descrizione degli obiettivi didattici e una vasta gamma di esercizi forniti dai casi studio e dal "gioco serio". È altamente consigliabile effettuare una valutazione come risultato dei processi di apprendimento acquisiti attraverso la formazione nel centro professionale e attraverso l'apprendimento durante l'esperienza lavorativa.

Tema 1: padronanza generale di concetti e problemi legati allo sviluppo sostenibile nel settore alberghiero			
Obiettivo didattico			
Conoscenze L'allievo conosce e comprende:	Abilità L'allievo è in grado di:	Competenze L'allievo è in grado di:	Consigli per il potenziamento dello studio
<p>Alcuni dati chiave relativi al settore:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La corretta gestione dei rifiuti biodegradabili • Ricambio annuale • Proporzione del prodotto interno lordo • Posizione relativa alla creazione di posti di lavoro • Il numero di persone occupate • Il possibile impatto sul settore attraverso l'impegno per lo sviluppo sostenibile <p>La relazione tra i tre pilastri della sostenibilità (ambientale, sociale ed economica).</p> <p>La responsabilità sociale delle imprese: un'impresa che rispetta l'ambiente e il futuro del pianeta, aderendo allo sviluppo locale, adottando una politica virtuosa nei confronti delle risorse umane e creando azioni coerenti con l'equilibrio finanziario tenendo conto delle esigenze della clientela. (Seguendo le 3P, persone, profitto, piante)</p> <p>Le principali questioni sollevate dall'etichetta ecologica dell'azienda e dalla sua attuazione.</p> <p>L'importanza dell'uso corretto delle fonti di energia su scala globale.</p> <p>L'impatto dell'attività umana sul pianeta.</p> <p>La nozione di impronta ecologica lasciata dall'attività umana.</p> <p>L'effetto dell'attività industriale, dei trasporti, dell'"effetto serra", del riscaldamento globale, della biodiversità, del protocollo di Kyoto, ecc.</p> <p>Metodi di certificazione e garanzie di qualità: requisiti legali, norma ISO14001, marchi e standard di qualità, gestione dei rifiuti nei ristoranti, ecc.</p> <p>Il programma delle Nazioni Unite per l'ambiente, (UNEP)</p>	<p>Raccogliere informazioni sullo sviluppo sostenibile e sul marchio di qualità ecologica dell'azienda, se pertinente.</p> <p>Parlare in modo coerente dell'importanza dello sviluppo sostenibile.</p> <p>Collegare le attività dell'azienda ai 3 pilastri</p>	<p>Sostenere la causa della promozione dello sviluppo sostenibile. Implementare attività in coerenza con il marchio di qualità ecologica dell'azienda e i suoi audit</p>	<p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet e sintesi.</p> <p>Relazione di una visita a un'azienda fognaria / stabilimento per il trattamento delle acque, ecc.</p> <p>Relazione sulle visite agli stabilimenti di ospitalità "verde".</p> <p>Valutazione di incontri con professionisti ambientali, produttori locali ed esperti locali coinvolti in progetti sostenibili.</p> <p>Verifica tramite domande / risposte a scelta multipla</p> <p>Preparazione della valutazione e valutazione del periodo di tirocinio / apprendistato.</p>

Tema 2: padronanza dei principi del risparmio idrico			
Obiettivo didattico			
Conoscenze	Abilità	Competenze	Consigli per il potenziamento dello studio
<p>L'allievo conosce e comprende:</p> <p>Le cifre relative al volume di acqua utilizzata al giorno / a persona.</p> <p>Il rapporto "volume d'acqua / cliente" dello stabilimento.</p> <p>Atteggiamenti e metodi che possono ridurre il consumo di acqua:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La scelta corretta di materiali e superfici • Le corrette procedure di lavaggio all'interno dello stabilimento (frequenza di lavaggio ...) • Procedure eco-responsabili nel settore alberghiero • Uso di acqua piovana • La scelta di materie prime organiche • L'offerta di alternative al consumo di carne e all'uso di prodotti di origine animale • Riduzione degli sprechi alimentari <p>http://www.worldwatch.org/peak-meat-production-strains-land-and-water-resources-1</p> <p>http://waterfootprint.org/en/water-footprint/product-water-footprint/water-footprint-crop-and-animal-products/</p> <p>https://ec.europa.eu/food/safety/food_waste_en</p>	<p>L'allievo è in grado di:</p> <p>Offrire soluzioni volte a ridurre i consumi</p> <p>Produrre o suggerire piatti che aiutano a ridurre gli sprechi in cucina, tenendo conto delle norme igieniche.</p> <p>Controllare eventuali perdite d'acqua e riferire immediatamente al fine di poter riparare rapidamente il guasto</p>	<p>L'allievo è in grado di:</p> <p>Applicare misure utili per ridurre il consumo di acqua</p>	<p>Consigli per il potenziamento dello studio</p> <p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet e sintesi.</p> <p>Relazione di visite a stabilimenti seriamente coinvolti nel risparmio idrico.</p> <p>Relazioni sulle visite ai produttori biologici.</p> <p>Sviluppo di progetti riguardanti la riduzione degli sprechi alimentari (creazione e test di piatti che riducono gli sprechi in cucina su colleghi e clienti).</p> <p>Sviluppo di menu attenti alla riduzione delle quantità di carne (creazione di piatti e spiegazione del loro valore a colleghi e clienti - offrire sessioni di degustazione).</p> <p>Verifica del successo (o meno) di progetti e piatti.</p>

Tema 3: padronanza dei principi di risparmio energetico			
Obiettivo didattico			
Conoscenze	Abilità	Competenze	Consigli per il potenziamento dello studio
L'allievo conosce e comprende:	L'allievo è in grado di:	L'allievo è in grado di:	
<p>Le varie fonti di energia dello stabilimento: gas, elettricità, altro.</p> <p>Le aree in cui è possibile risparmiare grandi quantità di energia: cucina, sala da pranzo, camere da letto, spa e sale sportive, altro.</p> <p>Gli atteggiamenti e i metodi che dovrebbero consentire la riduzione del consumo di energia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La scelta corretta dei materiali: illuminazione a basso consumo, sensori di luce / timer • Sistemi di backup del pannello solare, riscaldamento solare dell'acqua • Sistemi automatici di ventilazione e riscaldamento • Cura regolare di frigoriferi ed estrattori (filtri) • Eliminazione completa di materiali di scarto anziché utilizzo di luoghi di stand-by • Scelta del giusto fornitore di energia • Promozione di un uso ragionevole dell'energia (comportamento eco-responsabile) • Pratica eco-responsabile in cucina (preriscaldamento di forni e apparecchiature di riscaldamento quando necessario) <p>Atteggiamenti eco-responsabili spesso significano anche riduzione dei costi finanziari.</p>	<p>Adottare le misure appropriate per risparmiare energia.</p> <p>Monitorare e analizzare il consumo di energia all'interno dello stabilimento.</p> <p>Suggerire miglioramenti appropriati.</p> <p>Controllare che gli apparecchi di riscaldamento/condizionamento siano spenti quando le finestre sono aperte.</p> <p>Verificare che l'aria condizionata sia utilizzata in modo appropriato e riferire in caso contrario.</p> <p>Verificare che il sistema di illuminazione sia spento quando non è necessaria l'illuminazione artificiale.</p>	<p>Adottare azioni responsabili al fine di ridurre il consumo di energia nei luoghi di lavoro in conformità con la politica aziendale.</p>	<p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet e sintesi.</p> <p>Relazioni sulle visite agli stabilimenti che utilizzano fonti di energia rinnovabile.</p> <p>Sviluppo di progetti riguardanti misure eco-responsabili.</p> <p>Verifica del successo di progetti e azioni.</p> <p>Verifica tramite domande / risposte a scelta multipla.</p> <p>Preparazione della valutazione e valutazione dei periodi di tirocinio / apprendistato.</p>

Tema 4: padronanza dei principi di limitazione dello spreco alimentare			
Obiettivo didattico			
Conoscenze	Abilità	Competenze	Consigli per il potenziamento dello studio
L'allievo conosce e comprende:	L'allievo è in grado di:	L'allievo è in grado di:	
<p>Dati chiave relativi allo spreco alimentare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su scala mondiale • A scala nazionale • Per anno, per abitante <p>Le cause dello spreco alimentare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relativo alla produzione • Relativo al marketing (pubblicità, supermercati ...) • Correlato al comportamento dei consumatori <p>L'impatto dello spreco alimentare sui 3 pilastri: persone, profitto, pianeta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gli atteggiamenti e i metodi per ridurre gli sprechi alimentari • Acquistare le quantità appropriate • Consumare diversamente • Gestire le scorte • Usa gli avanzi • Consumare frutta o verdura difettose 	<p>Adottare le misure appropriate per evitare lo spreco alimentare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutare le esigenze al fine di acquistare le giuste quantità • Gestire le scorte alimentari • Suggestire piatti per usare gli avanzi e ottenere il massimo dal cibo. <p>Produrre o suggerire opzioni vegetariane equilibrate e ridurre l'offerta di carne</p>	<p>Adottare misure per ridurre gli sprechi alimentari secondo la politica aziendale.</p>	<p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet per ottenere una panoramica generale sullo spreco alimentare e il suo impatto.</p> <p>Pesa il cibo sprecato nelle mense scolastiche per consapevolizzare sulla tematica.</p> <p>Calcola il costo rappresentato dal cibo sprecato in un determinato periodo e determina cosa potrebbe essere acquistato con quel denaro.</p> <p>Crea poster per una campagna di sensibilizzazione.</p> <p>Crea presentazioni per aumentare la consapevolezza su questo argomento e le mostra ad altre classi e persino agli adulti a scuola.</p> <p>Organizza seminari di cucina per imparare a preparare piatti da frutta e verdura che cominciano a guastarsi.</p> <p>Prepara un cocktail con gli avanzi e invita gli studenti a gustarli.</p> <p>Suggestisci un menu a base di avanzi alla fine della settimana per evitare sprechi alimentari.</p>

Tema 5: padronanza dei principi di corretto smaltimento e riciclo		Politica di acquisto		
Obiettivo didattico		Applicare procedure di acquisto responsabile coerenti con la situazione economica individuale		
Conoscenze L'allievo conosce e comprende:	Abilità L'allievo è in grado di:	Competenze L'allievo è in grado di:	Criteri di valutazione	Consigli per il potenziamento dello studio
<p>Le procedure di acquisto nel settore alberghiero:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione con i fornitori • Gestione delle scorte <p>I criteri di qualità dei prodotti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • I marchi di qualità regionali • Tracciabilità, norme e standard • Certificazione biologica • Preferenza stagionale • Commercio equo • Reti alimentari locali <p>Acquisti ecologici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carta riciclata • Prodotti per la pulizia non aggressivi • Priorità ai prodotti biologici <p>Partecipa alla creazione di criteri per le specifiche di acquisto.</p>	<p>Rispettare le procedure di acquisto stabilite mediante l'osservazione di considerazioni ambientali.</p> <p>Applicare il metodo di acquisto eco-responsabile come richiesto dalla società.</p>	<p>Applicare un'attenta pianificazione e procedure di gestione degli alimenti per evitare acquisti eccessivi che portano a scorte eccedenti e rifiuti evitabili.</p>	<p>Mostra coerenza tra teoria e pratica per quanto riguarda la sostenibilità.</p>	<p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet e sintesi.</p> <p>Relazioni sulle visite ai produttori biologici.</p> <p>Relazioni sulle visite ai produttori locali.</p> <p>Sviluppo di progetti attraverso l'acquisto di prodotti locali, biologici e stagionali e promozione con colleghi e clienti in eventi di degustazione.</p> <p>Verifica del successo di progetti e azioni.</p> <p>Preparazione della valutazione e valutazione dei periodi di tirocinio</p>

Tema 6: padronanza dei principi di acquisto corretto			
Obiettivo didattico			
Conoscenze L'allievo conosce e comprende:	Abilità L'allievo è in grado di:	Competenze L'allievo è in grado di:	Consigli per il potenziamento dello studio
<p>Che le questioni ambientali e di sostenibilità fanno parte delle comunicazioni interne ed esterne.</p> <p>L'importanza di raggiungere la sostenibilità - senza essere aggressivi o irritanti in materia.</p>	<p>Spiegare in modo funziona il circolo virtuoso in tema di sviluppo sostenibile.</p> <p>Comunicare con il cliente su principi eco-responsabili, pur mantenendo un approccio rispettoso.</p> <p>Informare il cliente in merito all'importanza che hanno per lo stabilimento i valori di eco-responsabilità tramite marchi e riconoscimenti ecologici.</p> <p>Aumentare la consapevolezza tra i colleghi.</p> <p>Aumentare la consapevolezza tra i fornitori.</p>	<p>Presentare un punto di vista coerente e comprovato sulla necessità di sostenibilità nel settore alberghiero.</p> <p>Sviluppare un concetto di pratica di marketing eco-responsabile.</p>	<p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet e sintesi.</p> <p>Frequentare seminari di formazione sulle abilità comunicative e di influenza.</p> <p>Sensibilizzazione dei contatti all'interno e all'esterno dello stabilimento.</p> <p>Creazione di volantini esplicativi.</p> <p>Creazione di un'offerta di seminari culinari.</p> <p>Verifica del successo di progetti e azioni.</p> <p>Preparazione della valutazione e valutazione e dei periodi di tirocinio / apprendistato.</p>

Tema 7: padronanza dei principi di comunicazione responsabile			
Obiettivo didattico			
Conoscenze L'allievo conosce e comprende:	Abilità L'allievo è in grado di:	Competenze L'allievo è in grado di:	Consigli per il potenziamento dello studio
<p>L'importanza del modo in cui lo stabilimento è integrato nel contesto di sviluppo locale attraverso il rispetto dei tre pilastri dello sviluppo sostenibile o le 3P (pianeta, persone, profitto):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Che lo stabilimento sia un attore e un beneficiario dello sviluppo locale in termini di turismo, cultura e patrimonio. • Che lo stabilimento sia redditizio, nel rispetto dell'ambiente e del futuro della terra. • Che la politica delle risorse umane dell'istituzione sia a favore della diversità; è attento ai disabili e alle persone che soffrono di povertà e non mostra alcuna discriminazione sessuale. • Che lo stabilimento sia impegnato nella formazione di studenti e apprendisti. • Che lo stabilimento sia impegnato nella formazione e nella sensibilizzazione del personale permanente per quanto riguarda l'importanza della sostenibilità. 	<p>Contribuire a creare una buona atmosfera lavorativa e collaborare in team all'interno dello stabilimento.</p> <p>Rispettare tutte le differenze tra i membri del personale.</p> <p>Giocare un ruolo di supporto nei confronti di tirocinanti e apprendisti.</p> <p>Esporre i punti di forza culturali e turistici dell'area e promuovere eventi e attrazioni del patrimonio.</p>	<p>Comportarsi come attore legittimo e dinamico agli occhi di colleghi, clienti e altri contatti professionali.</p> <p>Cooperare in ambito di lavoro di gruppo</p> <p>Fare rete all'interno e all'esterno dell'azienda in coerenza con la direzione</p> <p>Coinvolgere i clienti per adottare comportamenti sostenibili rilevanti nella vita professionale quotidiana</p> <p>Adattare il suo comportamento al fine di affrontare i problemi quotidiani</p>	<p>Apprendimento attraverso l'uso dello strumento educativo Green Guest.</p> <p>Ricerca personale su Internet e sintesi.</p> <p>Relazioni su interviste e incontri con esperti e responsabili politici in merito all'offerta culturale e turistica locale.</p> <p>Lavorare con i gruppi (in particolare durante i periodi di tirocinio nello stabilimento) coinvolti in eventi culturali e del patrimonio.</p> <p>Monitorare e analizzare le buone pratiche nello sviluppo locale per quanto riguarda il turismo sostenibile e l'industria alberghiera.</p> <p>Verificare il successo di progetti e azioni.</p> <p>Preparare la valutazione e svolgere la valutazione dei periodi di tirocinio / apprendistato.</p>

GREEN GUEST – IL PERCORSO FORMATIVO

L'obiettivo principale è formare professionisti dell'ospitalità in modo che siano in grado di attuare pratiche sostenibili e avere una buona conoscenza delle questioni legate alla sostenibilità nei suoi tre aspetti: ambientale, sociale ed economico

Ogni team pedagogico deciderà quale momento è il più adatto durante il percorso di apprendimento per introdurre il tema della sostenibilità. Ecco una proposta di un piano di lezione:

1. Introduci il tema della sostenibilità usando lo sketch animato focalizzato sulle attività dell'industria ricettiva con particolare interesse all'approccio sostenibile
2. Introduci il **serious game** e il modo in cui funziona, quindi lascia che gli studenti agiscano e giochino autonomamente in **GREEN HOTEL**: gli studenti dovranno essere Marco Green Hope e stanno facendo richiesta per un tirocinio. Continuano a giocare fino al rilascio di un certificato finale.
 - a. Organizza un'attività di classe per ottenere un feedback di gruppo. Sarà l'occasione per parlare di questa esperienza, del gioco stesso e avere una breve idea di ciò che hanno capito e imparato
3. Organizza una sessione di lavoro utilizzando i **casi di studio** (2 o 3 casi di studio possono essere studiati per trattare argomenti diversi). Lavoro individuale o lavoro di coppia
4. Il caso studio può essere usato per valutare la loro conoscenza (valutazione formativa).
5. Prepara e poi valuta il tirocinio / stage degli studenti:
 - a. Presenta il progetto Green Guest ai tutor dello stage e mostra i documenti che gli studenti dovranno completare durante il periodo di stage.
 - b. Informa gli studenti e motivali rispetto al tema della sostenibilità. Presenta la ricerca agli studenti e spiega loro che non vi è alcuna attività perfetta per quanto riguarda la sostenibilità e più precisamente le linee di fondo delle 3P (persone, pianeta, profitto) ma sottolinea il fatto che la tendenza consiste nell'avere pratiche sempre più sostenibili e che le imprese di ospitalità tendono a svilupparle
 - c. Durante la visita del formatore in azienda durante lo stage, controlla che il tema della sostenibilità sia parte della formazione pratica.
 - d. Pianifica una sessione di lavoro con il gruppo una volta di rientro a scuola e cerca di fare emergere ciò che hanno imparato durante lo stage

Valutazione secondo la tabella delle competenze (sopra riportate)

SKETCH ANIMATO

L'obiettivo dello sketch animato è quello di promuovere l'impegno dell'industria dell'ospitalità verso la sostenibilità, dimostrando che sempre più attori del settore sono coinvolti in un approccio ecologico, considerando l'emergenza delle questioni climatiche. Lo sketch spiega i motivi di tale approccio, i prossimi passi da compiere per andare oltre e i benefici per le imprese e i loro clienti.

Può anche essere visto come uno strumento per aumentare la consapevolezza del peso dell'industria dell'ospitalità nel consumo delle diverse risorse come acqua, energia, cibo ... e il ruolo di ciascun proprietario di ristoranti e / o proprietari di hotel in questo approccio sostenibile: la somma delle singole azioni può avere un impatto molto importante se la consideriamo su scala globale. Può essere usato come introduzione ai percorsi con gli studenti o una conclusione che apre discussioni con loro.

Diversi campi di intervento sono identificati e suggeriti, la riduzione degli sprechi alimentari, la riduzione del consumo di acqua, la separazione dei rifiuti, l'uso di prodotti ecologici, politiche di acquisto locali ... tutto ciò per attuare pratiche più ecologiche.

Un focus è rivolto alle aspettative dei nuovi clienti: sono ogni giorno più sensibili all'impatto ambientale e avere un approccio ecologico per il proprio business è un modo, non solo per avere un comportamento eco-responsabile, ma anche per soddisfare un nuovo mercato .

CASI STUDIO

All'inizio del progetto, i partner hanno intrapreso una ricerca il cui obiettivo era esplorare le buone pratiche nel settore dell'ospitalità. 25 intervistati di 5 paesi hanno fornito dati analizzati principalmente qualitativamente.

Tra queste 25 aziende, i partner ne hanno scelti 8 che sono aperti alla sostenibilità e l'hanno implementata in diversi settori, a diversi livelli. È importante notare che le imprese interamente sostenibili sono piuttosto scarse. Eppure molte aziende di ospitalità si sforzano di muoversi verso questo ideale. Il nostro obiettivo è aiutare gli studenti a individuare ciò che fa parte di questo ideale nei casi di studio che forniamo

- Loona Manor (Estonia),
- Olde Hansa ristorante (Estonia),
- L'Auberge Paysanne (Francia),
- Le Pommier, ristorante (Francia),
- Corinthia hotel (Ungheria)
- NH Hotel Group (Ungheria)
- Imperia Hotel (Italia)
- Caresa , agriturismo (Italia)

I casi di studio sono stati costruiti secondo lo stesso modello e come segue:

- Introduzione: domande a scelta multipla che introducono importanti argomenti di sostenibilità trattati nella descrizione dell'azienda. Questo introdurrà gli argomenti principali di cui gli studenti saranno a conoscenza.
- La descrizione dell'attività: il testo è la materia prima che supporta il processo di apprendimento. Gli esercizi dovrebbero consentire allo studente di esplorare e indagare su ciò che è sostenibile nel business.
- I 3 pilastri: agli studenti viene chiesto di individuare le informazioni relative a ciascun pilastro
- Commenti dei clienti ispirati o commenti completamente fittizi da parte di clienti reali. Ciò consente allo studente di visualizzare il servizio offerto dall'azienda da un altro punto di vista e contribuisce a sviluppare la consapevolezza dell'approccio del cliente. Dopo aver letto le recensioni, agli studenti viene chiesto di rispondere alle domande a scelta multipla riguardanti la valutazione da parte degli ospiti, mirando a questioni sostenibili. Ciò dovrebbe consentire allo studente di trasferire e attivare le conoscenze acquisite nelle sezioni precedenti.

Rispondi alle recensioni degli ospiti. Come conclusione del processo di apprendimento, lascia che lo studente immagini le risposte ai clienti, tipiche del processo generato dall'utente di Trip Advisor. Mette lo studente in una situazione professionale e contribuisce a valutare il processo di apprendimento

IL SERIOUS GAME: GREEN QUEST

Il gioco è stato sviluppato per fornire innovazione e diversità nelle procedure di apprendimento. I materiali didattici diventano meno stancanti e più divertenti per gli studenti. Tutto sommato, l'apprendimento basato sul gioco può essere più efficiente rispetto ad altri ambienti di apprendimento "più tradizionali", perché non è pieno di una quantità di contenuti che spesso risulta essere poco attraente per gli studenti.

Come tutti i serious game, il gioco GREEN QUEST è stato costruito per includere tutte le componenti necessarie dei giochi di successo (Juul, 2003). In particolare, affronta le seguenti sei caratteristiche definitive del contenuto dei giochi di successo:

1. **Regole:** il mondo fantastico di un gioco è costituito da serie di regole.
2. **Risultato variabile e quantificabile:** risultati distinti, identificabili e misurabili dovrebbero essere realizzabili.
3. **Diversi valori assegnati ai possibili risultati:** i valori positivi o negativi dovrebbero essere assegnati a tutti i risultati distinti.
4. **Sforzo del giocatore** - i risultati positivi dovrebbero essere realizzabili solo dopo che i giocatori hanno fatto uno sforzo.
5. **Collegamento del giocatore al risultato:** i risultati positivi dovrebbero essere seguiti da una ricompensa psicologica per il giocatore e viceversa.

TRAMA DEL GIOCO

Marco Greenhope è uno studente che frequenta un corso di formazione per lavorare nel settore dell'ospitalità. In futuro, desidera lavorare in un'azienda veramente ecologica. Questo è il motivo per cui ha fatto domanda per fare uno stage in Clara Evergreen Hotel.

Oggi è un grande giorno per Marco, perché incontrerà Clara Evergreen, proprietaria dell'hotel più verde della città. Se tutto andrà bene, gli sarà permesso di fare il suo stage in questa compagnia.

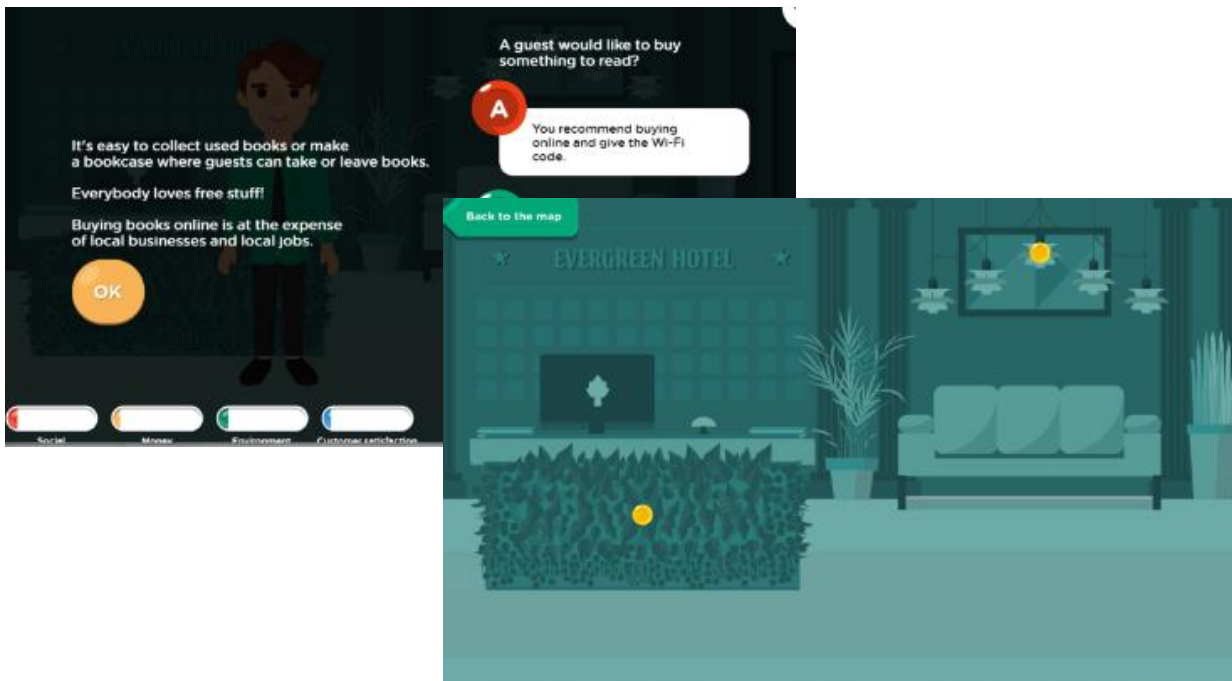
Clara controllerà se Marco è interessato ed entusiasta della sostenibilità come dice di essere. All'inizio della visita, lei gli porrà alcune domande sui principi generali di sostenibilità. Successivamente, gli sarà permesso di visitare i diversi reparti dell'hotel: la cucina, le camere da letto, il giardino, il centro benessere, la hall ...

Ovunque vada, Marco raccoglierà consigli per essere autorizzato a rispondere a domande a scelta multipla. Secondo le sue risposte, raccoglierà o perderà punti e, in base ai risultati della sua ricerca, sapremo quanto ha imparato sulla sostenibilità durante il suo tirocinio in albergo.

PRINCIPI DEL GIOCO

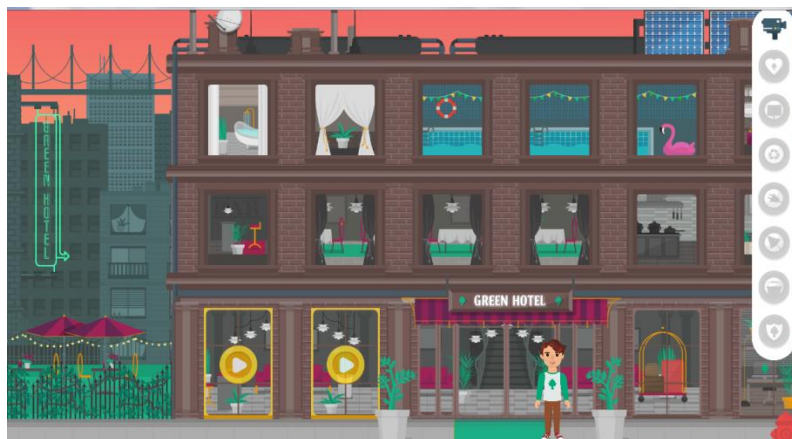
Il gioco inizia con una serie di domande sui principi generali di sostenibilità.

Ogni volta che lo studente risponde a una domanda, viene fornito un feedback. Le risposte giuste appaiono in verde e quelle sbagliate in rosso. Il giocatore può scegliere solo una risposta per domanda



Caretaker- custode	Per coloro che si prendono cura di altri: dipendenti, clienti, persone con disabilità, etc.
Word spreader - disseminatore di idee	Per coloro che cercano di informare sulla sostenibilità
Mr Zero Waste - zero spechi	Per coloro che trovano soluzioni per limitare i rifiuti, attraverso il riciclo .
Mr Unplugged -non connesso	Per coloro che trovano idee brillanti per il risparmio energetico
Mr Waterproof - a prova d'acqua	Per coloro che trovano idee brillanti per ridurre il consumo d'acqua
Green buyer -acquirente verde	Per coloro che cercano acquisti sostenibili.
Local hero- eroe locale	Per coloro che pensano al locale e contribuiscono alla cultura e tradizioni locali

Il giocatore può andare da una parte all'altra dell'hotel cliccando sulle frecce disponibili.



Il primo passo mentre ci si trova in una posizione (hall, camera da letto, ufficio ...) consiste nel leggere dei suggerimenti (tips) . Una volta ottenuti tutti i suggerimenti, il giocatore può rispondere alle domande per cercare di ottenere i badge.

Ogni volta che lo studente risponde a una domanda, il numero di punti guadagnati o persi appare per pilastro.

I tre pilastri sono: profitto, persone, pianeta più un elemento chiave per gli albergatori: la soddisfazione del cliente.

Alla fine del gioco, otterrai i risultati raggiunti da ogni studente in base al tema (risparmio energetico, spreco di cibo, risparmio idrico ...) e ai pilastri. Appariranno i badge ottenuti

GREEN COOKING CHALLENGE – LA SFIDA DI CUCINA SOSTENIBILE

La "Green Challenge" è un'opzione che può essere la conclusione del processo di apprendimento e un forte potenziamento delle conoscenze e delle competenze acquisite attraverso i percorsi di formazione.

In Green Guest i partner hanno avuto l'opportunità di organizzarlo a livello europeo (estone, italiano, francese), ma possono essere organizzati a livello scolastico o regionale.

Passaggio 1: assicurarsi che i partecipanti abbiano seguito il percorso precedente

Fase 2: (facoltativo) organizzare le visite di studio di aziende sostenibili e ottenere il feedback degli studenti e organizzare una discussione sui problemi.

Fase 3: organizzare una sfida culinaria adeguata (2 giorni) con gruppi di studenti (può essere interessante presentare alcuni camerieri nei team). Ogni squadra è supportata da uno chef professionista come mentore che ha un interesse per la sostenibilità.

Giorno 1 Proponi un paniere di prodotti, ogni squadra sceglierà gli ingredienti giusti in base a questioni sostenibili, assicurati di proporre prodotti non sostenibili (fornitura a lunga distanza, fuori stagione ...) insieme a quelli sostenibili ... Ogni squadra è consigliata dal suo mentore

Preparazione: lascia che i team discutano e creino i piatti e / o i menu ...

Giorno 2 Implementazione: ogni squadra intraprende il processo di cucina (la giuria sarà presente per iniziare la valutazione)

Fase 4: Istituire la giuria di professionisti e organizzare un briefing approfondito dei membri e accertarsi che siano a conoscenza dei criteri (linee guida nelle appendici).

I piatti vengono presentati alla giuria che li assaggia e ha anche monitorato e valutato il processo di preparazione e cottura. La valutazione considera la qualità del piatto i suoi aspetti sostenibili e la capacità dei gruppi di discutere sulle scelte che hanno fatto per affrontare le questioni sostenibili.

Passaggio 5 Organizzare una cerimonia ufficiale di premiazione con le parti interessate dell'ospitalità locale per premiare gli studenti.

ALLEGATI

1. Modello per il report dello stage
2. Modello per la visita di studio
3. Green cooking challenge – Guida alla sfida per gli studenti
4. Casi studio

Modello per il report dello stage



Istruzioni: Durante il tirocinio / esperienza lavorativa, dovrai indicare e descrivere in termini semplici le attività svolte all'interno della tua sede di lavoro che promuovono la sostenibilità pur mantenendo un'attività economica praticabile. Dovrai inoltre evidenziare le possibilità di migliorare la sostenibilità nell'azienda del tuo stage.

1. ENERGIA:

Quali azioni sono messe in pratica per ridurre il consumo di energia?
Descrivile

.....

.....

.....

.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

2. CONSUMO D'ACQUA

Quali azioni sono messe in pratica per ridurre il consumo di acqua?
Descrivile

.....

.....

.....

.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

3 GESTIONE DEI RIFIUTI:

In che modo l'azienda gestisce e differenzia i rifiuti?
Descrivi

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.
e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

4 QUALE POLITICA VIENE ATTUATA PER EVITARE GLI SPRECHI?

Descrivila

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.
e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

5. PRODOTTI BIOLOGICI / ATTEGGIAMENTI

L'azienda preferisce usare prodotti e cibo biologici?
Per favore, descrivi

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.
e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

6. SOSTENIBILITÀ DELLA SUPPLY CHAIN (CATENA DI FORNITURA):

in che modo l'azienda favorisce i prodotti locali?

Decrivi

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

7. MARCHI DI CERTIFICAZIONE SOSTENIBILI

L'azienda è certificata o sta tentando di ottenere la certificazione?

Decrivi.

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

8. COMUNICAZIONE CON I CLIENTI:

In che modo l'azienda si sforza di mostrare ai clienti la sua preoccupazione e la sua posizione rispetto allo sviluppo sostenibile?

Spiega:

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

9. L'AMBIENTE SOCIO-ECONOMICO:

A quale livello l'azienda è coinvolta nella vita locale (turismo, eventi, associazioni...)?
Decrivi

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

10. LO STAFF:

In che modo l'azienda si sforza di formare il personale e offrire apprendistati, stage, ecc
Spiega

.....
.....
.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

11. FORMAZIONE ALL'ECO-RESPONSABILITÀ:

In che modo l'azienda si sforza di formare il personale verso atteggiamenti e tecniche sostenibili?
Spiega

.....
.....

.....
.....

Se non riesci a trovare qualche esempio, cerca di dare una spiegazione.

e.g.: l'investimento sarebbe troppo costoso,
l'azienda ci ha pensato ma ancora non ha intrapreso nessuna azione,
l'azienda non ha interesse al tema
altro:

MODELLO PER LA VISITA DI STUDIO



Istruzioni: durante le visite di studio, rispondi alle seguenti domande fornendo esempi sulle iniziative di sostenibilità nelle aziende. Se non riesci a trovare qualche esempio pertinente potresti trovare una ragione per questo, ad esempio: l'investimento sarebbe troppo costoso, l'azienda ci ha pensato ma non ha ancora fatto nulla, l'azienda non vede alcun motivo, altro (specificare) ...

ENERGIA

1 Quali azioni sono messe in pratica per ridurre il consumo di energia? Fornisci dettagli

Hotel Termini	Hotel Imperia	Farm house Salomé

CONSUMO D'ACQUA

2 Quali azioni sono messe in pratica per ridurre il consumo di acqua? Fornisci dettagli

Hotel Termini	Hotel Imperia	Farm house Salomé

RIFIUTI

3 In che modo l'azienda identifica e differenzia i rifiuti? Fornisci dettagli

Hotel Termini	Hotel Imperia	Farm house Salomé

GESTIONE DEI RIFIUTI

4 Quale politica viene adottata per evitare gli sprechi? Fornisci dettagli

Hotel Termini	Hotel Imperia	Farm house Salomé

PRODOTTI BIOLOGICI / ATTEGGIAMENTI

5 L'azienda preferisce usare prodotti e cibo biologici? Fornisci dettagli

Hotel Termini	Hotel Imperia	Farm house Salomé

SOSTENIBILITA' NELLA SUPPLY CHAIN

6 In che modo l'azienda favorisce i prodotti locali? Fornisci dettagli

Hotel Imperia	Pizzeria Capri	Farm house Salomé

CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITA'

7 L'azienda è certificata o sta tentando di ottenere la certificazione? Fornisci dettagli

Hotel Imperia	Pizzeria Capri	Farm house Salomé

COMUNICAZIONE CON I CLIENTI

8. In che modo l'azienda si sforza di mostrare ai clienti la sua preoccupazione e la sua posizione rispetto allo sviluppo sostenibile? Spiega

Hotel Imperia	Pizzeria Capri	Farm house Salomé

AMBIENTE SOCIO ECONOMICO

9 A quale livello l'azienda è coinvolta nella vita locale (turismo, eventi, associazioni...)? Fornisci dettagli

Hotel Imperia	Pizzeria Capri	Farm house Salomé

IL PERSONALE

10 In che modo l'azienda si sforza di formare il personale e offrire apprendistati, stage, ecc . Spiega

Hotel Imperia	Pizzeria Capri	Farm house Salomé

FORMAZIONE ALLA RESPONSABILITÀ ECOLOGICA

11 In che modo l'azienda si sforza di formare il personale verso atteggiamenti e tecniche sostenibili? Spiega

Hotel Imperia	Pizzeria Capri	Farm house Salomé

GREEN COOKING CHALLENGE – GUIDA ALLA SFIDA PER GLI STUDENTI



I tirocinanti devono eseguire e impostare un menu sostenibile e apparecchiare un tavolo, seguendo il tema della sostenibilità. Un menu deve essere inclusa nella preparazione. L'interazione di servizio tra partecipanti e giudici fa parte della competizione. La conoscenza del servizio e l'abilità nel presentare i menu **concentrandosi sulla questione della sostenibilità** avranno un grande impatto sui punteggi.

Una giuria è composta da diversi membri che valuteranno la qualità del lavoro e il livello di sostenibilità in base a una serie di criteri

MENU SOSTENIBILE: CHE COSA SIGNIFICA:

- Offrire modi di mangiare meglio con meno carne e pesce e più verdure e legumi per ottenere un giusto equilibrio
- Acquisto di alimenti sani, locali, stagionali e rispettosi dell'ambiente, dal commercio biologico ed equo quando possibile
- Puntare alla piena soddisfazione degli ospiti con piatti piacevoli e ben impiattati, evitando di esagerare nelle quantità ma privilegiando il gusto, la qualità dei nutrienti, l'avventura culinaria
- Prestare attenzione a risparmiare energia e acqua nell'intero processo
- Puntare a ridurre gli sprechi e fare attenzione a selezionare e riciclare i rifiuti inevitabili
- Essere molto attenti all'igiene e alla sicurezza alimentare
- Prendersi cura della fattibilità dei piatti per il personale della cucina durante le ore di punta

ISTRUZIONI

Le Squadre devono ideare e preparare un piatto unico combinato, utilizzando gli ingredienti di un cestino segreto di prodotti (prodotti sostenibili, ad esempio cereali, legumi, verdure, formaggio, uova, ecc.).

Giorno 1 (un giorno prima della Green Challenge), ogni squadra pianificherà e testerà il menu e le ricette insieme a un tutor per squadra. Il team farà conoscenza con i prodotti segreti, comporrà il menu, organizzerà il lavoro, preparerà la carta del menu per il tavolo della giuria. Ai mentori non è permesso di aiutare o toccare il cibo né i piatti. A loro è permesso solo di intervenire con le parole e dare consigli.

Giorno 2 **GREEN COOKING CHALLENGE**

Arrivo dei tirocinanti alle 9.00 in cucina

Inizio della sfida alle 9.30

A ogni squadra verrà fornito il cestino dei prodotti. I team lavoreranno indipendentemente per decidere la ricetta da preparare, a ciascun membro verrà assegnato un compito da soddisfare. L'ordine per il tempo di cottura verrà assegnato a un membro per la squadra. Alle squadre verrà dato il nome di un colore.

PROPOSTA DI ORGANIZZAZIONE (ESEMPIO CON 4 SQUADRE) :

- 9.30 / 11.30 la prima squadra inizia a cucinare, alle 11.30 presenta il piatto alla giuria (diversi membri)
- 9.40 / 11.40 la seconda squadra inizia a cucinare, alle 11.40 presenta il piatto alla giuria
- 9.50 / 11.50 la terza squadra inizia a cucinare, alle 11.50 presenta il piatto alla giuria
- 10.00 / 12.00 la quarta squadra inizia a cucinare, alle 12.00 presenta il piatto alla giuria

12.30 / 13.30 Tempo per la giuria per discutere la valutazione e selezionare la squadra del vincitore

12.30 / 13.30 Tempo per i tirocinanti per pulire le postazioni di lavoro

14.00 Cerimonia di premiazione

Criteria di valutazione

The Teams will be judged on the following criteria with points scored for each section:

Criteria	descrizione	punti	rossa	gialla	Nera	Grigio tortora
Igiene	L'attenzione deve essere prestata all'igiene durante la preparazione del cibo; corretta preparazione della postazione di lavoro in conformità con le linee guida HACCP. Valutare se vengono adottate delle soluzioni sostenibili	10				
Tecnica di lavoro	Le preparazioni devono dimostrare la padronanza delle competenze di base, l'impegno a seguire metodi di cottura corretti rispettando i prodotti e migliorando le loro caratteristiche sostenibili (offerta fresca, biologica, locale). Particolare attenzione potrà essere prestata alla sostenibilità (ad esempio uso di forno, consumo di acqua, energia, ingredienti, ecc.)	10				
Lavoro di squadra	Ogni membro del team deve essere consapevole del tema della sostenibilità, deve svolgere un ruolo attivo nel processo di realizzazione del piatto ed è in grado di tenere conto di azioni e comportamenti rispettosi dell'ambiente	10				
Uso dei prodotti	I menu sono impostati in modo da evitare il massimo spreco di cibo. L'origine dei prodotti viene controllata per cercare di avere un'alimentazione locale e bio. Le porzioni e la combinazione di carne/pesce e cibo vegetale (verdure, legumi ...) sono pianificate in modo sostenibile	15				
Presentazione del cibo/ competenze comunicative	Il team è in grado di spiegare il piatto e il motivo per cui sono stati preparati in modo sostenibile, suscitando l'interesse e la consapevolezza degli ospiti	15				
Aspetto del cibo	Scelta di piatti, contorni e ingredienti sono fatti in modo tale da ottenere equilibrio nella presentazione e nel gusto, creatività, originalità, dimensione della porzione e praticità.	10				

Sapore del cibo	L'impressione di gusto complessiva del piatto presenta sapori distinti e ben definiti. Con la giusta temperatura degli ingredienti e giusto condimento. Il piatto presenta un buon equilibrio e combinazione di sapori e non c'è predominanza di un gusto	15				
Coerenza con il tema della competizione	La squadra mostra la sua capacità di eseguire e rappresentare la sostenibilità con l'impostazione appropriata dei prodotti.	15				
Total		100				

Regole generali

1. L'aiuto durante la competizione, è severamente vietato, tranne che per i materiali scritti dai concorrenti stessi (su carta). È vietato l'uso di telefoni cellulari, computer o altri dispositivi elettronici di comunicazione.
2. Gli ingredienti principali saranno presentati ai concorrenti e ogni squadra riceverà quantità fisse. Inoltre, i concorrenti possono utilizzare gli ingredienti del tavolo comune.
3. Durante la competizione i concorrenti non sono autorizzati a utilizzare cibo / ingredienti auto-portati, sono ammessi solo gli ingredienti forniti dai giudici.
4. Durante la competizione, i concorrenti devono rispettare i requisiti dell'igiene personale e del lavoro, nonché le norme sulla sicurezza sul lavoro e sulla protezione antincendio.
5. I concorrenti arriveranno in cucina con le divise da cucina, con gli strumenti (coltelli e kit di utensili da cuoco, piccoli utensili e, se lo desideri, anche cupcake). Alcuni strumenti elettrici sono disponibili: il mixer manuale, il frullatore e il frullatore ad immersione.
6. Durante la competizione, eventuali domande possono essere presentate ai giudici di cucina che risolvono il problema o trasmettono le informazioni.
7. Il concorrente può, se necessario, lasciare il sito della competizione solo con il permesso dei giudici e con l'accompagnamento.
8. I piatti da portata sono forniti dagli organizzatori e obbligatori per l'uso da parte dei concorrenti (piatti rotondi bianchi). Non sono ammessi altri piatti e mezzi di portata.
9. Ogni cibo deve essere preparato in 5 porzioni (per i membri della giuria)
10. Il servizio di quattro squadre avverrà in una sola volta e dopo 10 minuti le squadre successive serviranno il loro cibo in una sola volta.
11. Le squadre che superano il tempo assegnato di oltre 10 minuti, vengono eliminate dalla competizione.
12. Durante la competizione, se necessario, gli assistenti possono lavare i piatti dei concorrenti, portare pasti pronti ai giudici e servire il tavolo dei giudici.
13. Tutti i reclami devono essere presentati immediatamente dopo la competizione al capo giuria, in seguito i reclami non saranno presi in considerazione.



friendly

Loona Manor

Saaremaa, Estonia

Food for thought...

A nature reserve (also called a natural reserve, bio reserve, natural/nature preserve, or conserve) is a protected area of importance for wildlife, flora, fauna or features of geological or other special interest, which is reserved and managed for conservation and to provide special opportunities for study or research.

What do you think of linking nature reserves and the tourism industry? Tick the answer/s you think best.

- A. There shouldn't be any tourism field enterprises in nature reserves. Places like this should stay "untouched" by tourists.
- B. If an industry contributes financially to help preserve a protected area it could be a good idea.
- C. If an industry promotes the protection of nature reserves and follows sustainability principles it does no harm.
- D. Nature reserves are not just for study and research but also for raising the awareness of ordinary people.

What is the economic importance of biodiversity for humans? Tick the answer/s you think best.

- A. Biodiversity is important in the production of food.
- B. Biodiversity is important in medicine. A very large number of species of plants is used for medicinal purposes since very ancient times.
- C. 70% of anticancer drugs are derived from tropical forest plants.
- D. Out of 250,000 species of known plants, only 5,000 have been studied for their possible medical applications.
- E. Biodiversity is important in the textile and construction industry, and for the production of energy.
- F. Many industrial products are obtained thanks to biodiversity: lubricants, perfumes, paper, waxes and rubber, are all obtained from plants.
- G. Biodiversity is essential in products of animal origin such as wool, silk, leather, hides, etc.

What is sustainable about **Loona Manor** ?

Please read the following text carefully and answer the questions.



Loona Manor, the centre of Vilsandi National Park (VNP), is conveniently situated on the western coast of Saaremaa, the biggest island of Estonia. **The place is renowned as a recreation place with unique nature and lots of sights.**

The Western part of the island can jokingly be called the most typical Saaremaa. Its most characteristic features?

- picturesque coastline with numerous small islets and spectacular sunsets,
- exiting high cliffs,
- juniper rich pastures and upland grazing, meadows and sheep herds,
- coastal villages with windmills, stone fences, and houses with thatched roofs,
- old port areas and landing places,
- lighthouses, and churches,
- beautiful national costumes and dialectal language still in use.

Besides the mansion, also the coach house, granary-drier, gardener's house (today Kivimaja 'stone house', houses Fossil Museum), cattle shed (houses exhibition about the history of Baltic nature protection and VNP, and the information centre of the national park) and milk cellar have been preserved in the big manor park.

Loona Manor has earned the right to implement sustainable practices by the owner of the building – RMK (State Forest Management Centre)

Loona Manor offers a wide range of services, information about the national park and surrounding areas. They share the same values as the nature protection organization.



Motivation and ethos are the history of their company. They feel concerned with each of the 3 pillars of sustainability and make sure they are shared and applied by every employee.

Loona Manor guesthouse offers seven different twin rooms with a view on the park or alleyways. There is also a room with private entrance suitable for guests with a pet. Of course they have rooms which should accommodate people with special mobility needs.

Manor does everything to leave their customers warm and welcoming feeling but at the same time **they are doing their best to reduce their ecological footprint** (washable carpets, underfloor heating, aerators, waste management etc.).



The restaurant has a very cosy atmosphere and offers a variety of appetizers, main courses and desserts. The food is based on locally grown products- sheep, fish and vegetables. Menu also offers traditional Estonian dishes and vegetarian food.

Loona Manor restaurant is open every day from May to September.

The beautiful nature and historical background of Loona Manor are the perfect environment to arrange successful seminars, conferences and other business meetings, also Loona Manor is an

excellent place for weddings and formal gatherings.

Historical manor complex with its terraces, ponds, stone fences and panoramic views create a romantic atmosphere that is perfect for such events. Different sizes of halls (The Fireplace Hall, The Piano Hall, Cafeteria Room, sauna with the fire room) gives an opportunity to hold anniversaries, weddings, birthday parties or some other special events.



Vilsandi National Park is still beautiful unexplored area, where the true nature of the island is clearly revealed: the sea, coastal islets, coastal villages, ancient harbour and ship-building sites.

With cooperation of Heritage Tours manor offers a wide choice of tours in nature reserve with or without the guide.

The highest potential of Vilsandi is the development of seal observation, organising of traditional trips and showing and teaching of old works of the people living near the beach, also the wider implementation of the different sustainable tourism principles in the whole area.





Visit the place and you are going to fall in love!

► <http://www.loonamanoor.ee/> ◀

About the presentation of the hotel

1. What is the pillar addressed by the activity and devices below? Write the letter in the right category.

Do this exercise online: <https://learningapps.org/display?v=pta0vmayj18>

 Environmental	 Social	 Economic

A	B	C	D	E
floor heating for low energy consumption	Composting biological waste and use it for growing vegetables etc.	Sharing the information about national park's conservation goals, introduction to the best-known protected species, demonstrations, exhibitions, information days...	Changing the towels on daily basis only on customer request	The food in the restaurant is based on local farm production - sheep, fish and vegetables.
F	G	H	I	J
Employees have been trained to develop their awareness about the values of nature reserve and share it with customers	Opportunities to ride bikes to visit the island	Renewable energy source (use of local wood for heating)	Local people can celebrate their anniversaries in an historical manor.	LM supporting implementation of sustainable practices by owner of the building - RMK (State Forest Management Centre)
K	L	M	N	O
Using paper waste for heating during the winter period	Participating and organizing different festivals (Orchids, Music)	Loona Manor restaurant and accommodation is open every day from May to September.	Picnic baskets with reusable dishes or paper-cardboard packing	Organizing exhibitions and info seminars about sustainability (management, waste treatment, local handicraft art etc.)

Feedback from customers

These fictitious reviews are inspired from comments written by customers who stayed in the hotel. Read them and answer the question below.

A memorable few days in an idyllic rural manor house in beautiful countryside of western Saaremaa” This was a very special place on the end of Estonia. It was ultra-quiet, with views over lovely unspoilt country side. This historic manor house has been restored / modernised well, and is very comfortable and pleasant to stay in. The countryside information centre in the front garden is very comprehensive and interesting (though not much in English), with a knowledgeable and friendly keeper. The manor house staff were very friendly and helpful, especially Hari the boatman's daughter and her friend, and the excellent chef. The breakfasts were good, and Estonian, with porridge! So was the dinner we ate. Highly recommended.

But the south facing dormer window needs guttering installed above it to prevent rainwater falling onto the sill, and splashing into the room.

Alan (UK).

Do not pass go unless you're prepared to really rough it. The location is great for exploring the national forest and the park service centre is right on the property. You can hear the moose and boar in the woods at night and the Milky Way is right over head.

The place was full of flies, and I mean full. It was awful. We spent the first half hour killing as many as we could. Large black buzzing monsters. There is NO SOAP!!! The dish cloth (1) was filthy. There is a room with probably 10 bunk beds, no seating area at all, a nasty little "kitchen" area, a disgusting shower and two bathrooms the size of an aircraft loo. There is an upstairs with mattresses on the floor. It felt like a boot camp for juvenile delinquents.

Deborah (USA)

Excellent comfortable hotel in fabulous location. Loona Manor is a well restored old German Manor House. Nothing at all pretentious, it provides excellent comfortable accommodation, lovely food, and great help with what-to-see and where-to-visit in the vicinity. We had a lovely walk through the woods to the harbour and saw so much wildlife, lizards, a grass snake fishing, and innumerable bird species - among which beautiful geese - many plants and butterflies. We've been told we could come across some boars and deer, even seals by the beaches. The staff could not have been more helpful, helping us identify what we had seen and making suggestions. The Vilsandi NP visitor centre is in the grounds and the lady there was similarly enthusiastic and helpful. A fabulous place to visit. Highly recommended.

Eartha (Scotland)

Who was most disappointed?

- A. Alan
- B. Deborah
- C. Eartha

Why?

- A. Too quiet, too far from village centre
- B. Rooms too small
- C. Too many flies

What kind of wildlife should guest expect to approach by staying in such a hotel?

- A. Pelicans, lions, camels, tigers, hippos
- B. Geese, seal, butterflies, boars, deer, various plants, grass snakes, lizards.
- C. Wolves, bears, moose.

The hotel claims it offers an opportunity to be in close contact with nature. What should guest expect?

- A. Opportunities to boat ride , walk through preserved environment and contemplate nature
- B. Full comfort similar to what is offered by up-market hotels with gastronomy restaurants.
- C. Opportunities to taste local food

Some customers made some complaints - what sort of improvements could be brought in such a sustainable hotel?

- A. No improvement, customers have to fully accept what is offered, this is a rural place which does not have to be fully clean
- B. Take a great care of fixing up all parts of the house like the south facing window to prevent water splashing into the room.
- C. Use very effective chemicals and pesticides to eradicate all insects in the house
- D. Reduce flies invasion by looking for eco-friendly methods
- E. Provide soap and be very careful about providing clean cloth.

2. Choose one of the customers and imagine the reply of the manager.

Dear



Olde Hansa

Tallin, Estonia

Food for thought, thoughts on food

Read the text below. Which statements best describe what you understand to be a sustainable food system?

A sustainable food system is an interacting network that integrates several aspects of food production, preparation and distribution, in order to improve a community's environmental, economic and social well-being. It is built on principles that promote the ecological, social and economic values of a community and region.

- A. Local food is something you can buy from local supermarket
- B. Local food is something associated with sustainable agriculture
- C. It's a method of food production and distribution that is geographically localized
- D. Local food refers to food produced near the consumer
- E. Local food is the food sold by local people on the market
- F. Local food is food which is grown and harvested close to the consumer's homes, then distributed over much shorter distances than is common in global industrial food system

Are local/regional food systems important? If yes, then how? Tick your answers.

- A. In supporting local farmers
- B. In protecting our health and environment
- C. In helping local communities and stimulating local economies
- D. In making local markets attractive to tourists
- E. In reducing local rates and taxes

What's sustainable about **Olde Hansa**?

Please read the following text carefully and answer the questions.



Tallinn is a small European city with a rich historical heritage that dates back to 14th-15th centuries. Many tourists every year visit this European pearl in order to reminisce about medieval times.

However, there is a specific place in the heart of the Old Town that is beloved not only by tourists, but also by many locals. The place offers an unforgettable evening in the homely medieval atmosphere.

Olde Hansa is the restaurant that preserves not only the traditions of the past but is a very environmentally friendly business in the tourism industry.

To begin with, Olde Hansa is situated in the 900-years-old building. Every wall and every beam there are original. Moreover, according to the old traditions, the wall-paintings were restored and

made from cheese, spices and eggs. No chemicals and toxic substances were used.



The number of daily customers reaches approximately, of whom 600 are tourists. In addition, the 3-storeyed house is open 12 hours every day and is being lighted by candles. That makes the atmosphere intimate and cozy. As a result, it does not require much energy for the lightning the place.



What is more, the menu of the Olde Hansa offers only the dishes of those days that are made from the very local products. And this is the tradition which the Olde Hansa staff tries to preserve as much as they are able to.

First of all, about 68% of all products used in the restaurant originate from the nearest farms and are chosen carefully by the chef.

This results in the fact that delivery vehicles travel shorter distances and pollute less.

Furthermore, the local Estonian farms do not use pesticides as much as that which is common in many foreign countries, especially when long-distance delivery is needed.

Finally, this trade keeps the economics of Estonia balanced and contributes to the thriving of small local farms.

Besides, the meat of wild animals is a common aspect of the menu in Olde Hansa since it was popular in the Medieval times. Based on that knowledge, as the Olde Hansa needs large amounts of meat of wild boar, bear and deer, and it cooperates closely with the local hunters who play an important part to preserve wildlife balance in a sustainable approach.






Last but not least, the Olde Hansa team is also concerned with recycling. So all the waste, they have every day, is carefully sorted and packed into the recycling bags which are brought to the huge landfill and used as a manure.

All in all, The Olde Hansa restaurant is a great example of how to combine the traditions of the past and modern techniques, thereby preserving the Earth of today.




► <https://www.oldehansa.ee/> ◀

About the presentation of the hotel

Look at the three “pillars” of sustainability. Study the statements below and decide which pillar category is concerned. Circle one letter in each category:

 Environmental A - B - C	 Social A - B - C	 Economical A - B - C
<p>A. “[...] this trade keeps the economics of Estonia balanced and contributes to the thriving of small local farms.”</p> <p>B. “[...] all the waste, is carefully sorted and packed into the recycling bags, which are brought to the huge landfill and used as a manure”</p> <p>C. “[...] as the Olde Hansa needs large amounts of meat of wild boar, bear and deer, and it cooperates closely with the local hunters.</p>		

Find more key elements about this hotel that illustrates each pillar.

 Environmental	 Social	 Economical

How can a business in the hospitality and tourism industry reduce its carbon footprint and contribute to planet preservation?

Feedback from customers

These fictitious reviews are inspired from comments written by customers who stayed in the hotel. Read them and identify whether the feedback is positive or negative.

A special place

Visited this restaurant back in 2009 and all I can say is it is the BEST restaurant I have EVER been to. We tried to find something even remotely comparable in many countries around the world and there simply is nothing like it. From a remarkable menu, to the charming candlelight. ...even the toilets are an experience. I wish I could give this restaurant more stars as it is one of a kind and certainly the best restaurant I have ever had the privilege of going to.



By the way, outside they sell warm coated almonds. The garlic flavoured almonds are absolutely outstanding. **Emma V.**



Fun and charismatic

This is a great restaurant if you are looking for something special, not only good food.



The food was okay, but it was the location, inventory, music and costumes on the servers who made the evening great! Felt like we were back in the medieval times. Be sure to check out the toilets! **Felicity G.**



Tourist trap - even a slice of bread gets charged.

Being in the old town, it's not surprising prices are more expensive than elsewhere. However, this place is ridiculously overpriced. The food is ok, but the portions are quite small, and it's the only restaurant in Estonia where we've ever been charged for two slices of bread we asked for to accompany our tiny soup.



The medieval theme is nice, the house is beautiful, but the experience isn't worth it... Unless you just stepped off the boat from Helsinki, you find the prices normal, and you haven't had a chance to find another place to eat! **Tom H.**



Medieval immersion

Saying Olde Hansa is good, is not doing it justice. We expected good, and it was far better than what my boyfriend and I had expected. The attention to detail was incredible - even inside the bathroom!! Completely illuminated by candles, the food made following all the medieval methods (no potatoes!) and incredibly tasty. We had a feast where we could not only try a huge amount of different foods (all of them incredible) but we could even repeat any of them!! The amount was such, it wouldn't have been necessary. Warm, freshly baked bread in two different styles. Absolutely worthy of the last cent (and not expensive at all for that quality).



The waiters were also dressed as medieval people, but I want to make a special mention to Rasmus, the waiter who attended us in the beginning of January. I wonder if he was rather an actor than a waiter. Extremely nice and energetic, explaining everything so we could choose, talking as if we truly were a medieval couple - without breaking the immersion at any moment, he even called the money "gold" and made us make a special ritual with the bread. We would like him to know, that his amazing job was an important part of our Tallinn experience, and if we go back to such an amazing city we will go to Olde Hansa, and hope that we see his performance again. Thank you. **Amanda D.**



Avoid

This is just a tourist trap. Food is boring and not good looking. Annoying music. Dark and noisy. Would avoid and go somewhere with better food. Or try the McDonalds down the road. **Boris A.**



Tourist trap under quaint medieval facade

We went to this medieval dinner theater thinking it'd be quaint. But we should have known it was a tourist trap when we walked in and the place was packed like Disneyland. But we forged on and decided to see what it was all about. We were lead upstairs where the place was lit with only candles. You could barely read the menu. I made the mistake of ordering an old fashion dried fish salad. I thought since they eat a lot of dried fish in this part of the world, and me being very open minded about all cuisine. Wrong. It smelled like some fish died and dried up on a deserted shore weeks or months ago, and the chef found it on his way to work and decided to put it on the menu, in a salad. I should have listened to my instincts to not eat it but I ate as much as I could in case my olfactory was wrong. It wasn't. Let's just say my stomach didn't fare well afterwards. The historic music was also not charming but annoying thru out the meal. **Roberto B.**



Not a good visit!

We called in here for a drink because the place is medieval, it's located in the centre of the old town, the staff are in medieval dress and we wanted to experience the atmosphere. We waited at least 10 minutes without anyone approaching us to take an order and then had to catch a waitress as she was passing by! She then brought our drinks and was very apologetic and served us with a complimentary glass of a berry concoction which, to say the least, was disgusting!

The inside is very dark, being lit only by candles – they serve boar, moose, bear, rabbit and other things which were served in medieval times!! Unfortunately, the smells got to me; the wine was awful and the cost was pricey and aimed at tourists!

It was a new experience for us – however, not one to be repeated! **Monique B.**



Tourist trap

Horrendous. Wouldn't go there again. Ordered dessert, overpriced and with ice lumps in it. Live band playing at an unbearable volume. Chairs uncomfortable. **Stefan T.**



What seems to be the key motivation to visit this restaurant

- A. It's sustainable and eco-friendly
- B. The medieval theme
- C. The live band
- D. Cheap prices

What are the main points raised by the users? Tick a table cell for each time the point is mentioned in a comment.

A. Food taste and quality						
B. Use of candlelight						
C. The toilets						
D. Medieval theme : location, furniture, costumes, music						
E. Prices						
F. Size of portions served						
G. Staff and service						
H. Noisiness						
I. Seasonality of products						
J. Waste management						
K. Energy consumption						
L. Short food supply chain						
M. Link with local industry						

Do you think that customers were made aware of the restaurant's commitment to sustainable development?

- A. Yes
- B. No

Do you think that more communication on the commitment of the restaurant to sustainable development could have a positive effect on the customer experience?

- A. Yes
- B. No

How could the restaurant raise awareness among its customers on sustainability issues? Suggest 3 ways.

- A. ...
- B. ...
- C. ...

Reply to one of the negative comments.

Dear



friendly

L'Auberge Paysanne

Le Mesnil Rouxelin, France

Food for thought...

The tourism industry provides 200 million jobs and caters for 600 million tourists per year all over the world.

What do you think of the role it can play to preserve the environment?

- A. If such an industry with so many clients respects the environment it can have a real positive impact
- B. The industry should make as much profit as possible and other industries will care about the environment.
- C. If you provide 200 million jobs, you don't have to care about the environment.

The "ecological footprint" is a measure of humanity's demand on our ecosystems compared with what planet Earth can renew and replace.

If we use more than what the planet can renew, what will happen?

- A. The human kind is in danger, since resources will be exhausted
- B. The planet will end up by renewing what has been used, by itself without much trouble
- C. Humanity will manage to do with what is left , no need to worry

What is sustainable about **L'Auberge Paysanne**?

Please read the following text carefully and answer the questions below.



The « Auberge » combines organic farming, a bakery and a countryside inn with B&B accommodation and catering. It is a 32-ha farm.

Its motto is seasonal, organic, short distance supply food. It is eco-constructed using local wood and earth. Its owner, Philippe Enée, started the sustainable trend in the centre of the Manche « département ». The farm was at the heart of the development of organic farming and organic food supply. It has been used as a training support for people interested in sustainability. It belongs to a specific network called « Accueil Paysan » (*The Country Welcome*).

<http://www.accueil-paysan.com/fr/>

The customers are the general public and people particularly interested in eco-friendly approaches.

Philippe Enée is a chef who, after travelling the world, came back to his native farm to open the inn. The communication for clients about the

approach is discreet: no posters nor slogans, Philippe privileges oral communication and satisfaction of guests.

Concerning the environmental issue,

The farm is keen on biodiversity preservation, for example forgotten species of plants and vegetables. Packaging is nearly inexistent; use of pesticide strictly banned, and recycling is permanent through composting and feeding into the pig-stall. Most of the supplies come from the farm, the rest coming from neighbouring producers.

Farm food

The food is inspired from typical farm food, both substantial and based on reduced meat products, often local pork from the farm, local plants and vegetables from the greenhouse and garden.

The inn itself has three members of staff. The seventy-five acre farm employs seven people in

all, working full time. It is a profitable sustainable business.



Low energy consumption

Regarding energy, the farm has its own windmills and solar panels. Although it has not started using low consumption lighting, the energy bill is extremely cheap: the average daily consumption is about 1.5 kW!

A social edge

The inn claims to have a social approach through offering work placements, contributing to a wide range of training schemes and events, hosting monthly conference-and- evening debates.

Philippe Enée is also a well-known trainer and today focuses on mass catering where he explains his approach, particularly within the association « Les Pieds dans le Plat ». (A network of trainers specialising in organic cuisine.)

<https://www.collectiflespiedsdansleplat.fr/>

Philippe recently contributed to a specific national training scheme on seasonality. He is highly advertised nationally and recently received a lot of media attention, particularly by some prominent food reviewers:




Laurent Mariotte and Vianney Huguenot.






► <https://www.aubergepaysanne.com/> ◀

About the presentation of the hotel

Look at the three “pillars” of sustainability. Study the statements below and decide which pillar category is concerned. Circle one letter in each category:

 Environmental A - B - C	 Social A - B - C	 Economic A - B - C
<p>A. A sustainable business should have the support and approval of its employees, customers and it has an interest in the community it operates in. The company treats its employees fairly and is a good community member, both locally and globally</p> <p>B. A business must be profitable but not at any price and therefore should respect the environment and contributes to preserving our planet by taking actions. These environmental actions have a positive financial impact.</p> <p>C. The business takes actions in favour of the environment to reduce the environmental footprint of the company and preserve the resources for the benefit of future generations. It contributes to planet's preservation</p>		

Find more key elements about this hotel that illustrates each pillar.

 Environmental	 Social	 Economic

Feedback from customers

These fictitious reviews are inspired from comments written by customers who stayed in the hotel. Read them and answer the question below.

I stayed at « l'Auberge » last March. Frankly I don't care about all this nonsense of climate change. I'm fed up with being bothered by all these restrictions on line with what they call "sustainability".

The food was excellent, organic or not - I don't care... Unfortunately I like having melons and figs for breakfast: I was told that these fruits are not seasonal. Hey, it's summer time in the Southern Hemisphere it's seasonal there, why can't they bring some over!

I was also treated with a pork dish with a lot of different vegetables but meat was very scarce. That was very good, but I like when there's more meat than greens, to be frank, I feel that customers' satisfaction should be more important than other considerations - ecological or not. **Jack R**

I stayed at the « Auberge » with my husband last March. I particularly enjoyed the service: very informal and friendly. Food was great and the room - not a luxury one - smelled fresh and felt comfortable. We were not bombarded with slogans and the Hotel policy was very discreet, but it was pleasant to notice that the excellent food was organic, seasonal - straight from the garden and farm and it is good to know that the house was eco-built with environmental friendly materials like earth and wood. I particularly recommend the Auberge, even to people who are not convinced that sustainability is an important issue. **Sally B**

Jack R does not care about sustainability. Cross out the one statement which does not match his ideas

- A. Whatever the season, Jack wants to have the fruit he likes
- B. Jack does not care about reducing transportation
- C. Jack hates to be bothered by actions in favour of the environment
- D. Jack really believes in climate change
- E. Jack is keen on meat based dishes rather than plant based ones

Sally B appreciates sustainability. Cross out the one statement which does not match her ideas

- A. Sustainability means quality of service and is on line with guests' satisfaction
- B. Organic, seasonal food is important as well as the use of products respectful of health
- C. The Auberge thinks its sustainable actions are profitable and do not require to bombard customers with slogans, they just have to experience being hosted here.
- D. The Auberge targets people who are committed to sustainability and those who are not convinced should not come

Which of these customers should be made aware of the sustainability issue?

- Jack
- Sally

Sustainability can definitely be an advantage for a business

- Yes
- No

Why was Jack R not satisfied with the food? Cross out the wrong reason

- A. Because the Auberge did not supply the off season fruit he likes

- B. Because there was a shortage of pork meat supply from Brazil
- C. Because whatever the season he wants to have the products that he likes even if they should be transported from thousands of KMs.

Why did Sally appreciate the Auberge? Cross out the wrong reason

- A. Because of the quality of what the Auberge offers in terms of health and comfort
- B. Because the food was seasonal, organic and short-distance supply
- C. Because she was reminded all the time by the staff that the Auberge is sustainable in case she had not noticed.

Importing pork from Brazil, even if it is organic, is not sustainable.

- I agree
- I don't agree

Seasonal, organic, and short-distance supply are definitely the right options for a sustainable business.

- I agree
- I don't agree

Reply to these customers as if you were the owner of *L'Auberge Paysanne*.

Dear Jack,	Dear Sally,
------------	-------------



Le Pommier

Bayeux, France

Food for thought, thoughts on food...

Here is the declaration of a company: "We were determined to ensure our company would adhere to good principles of Corporate Social Responsibility (CSR): we couldn't see why it shouldn't be possible to make money and be good corporate citizens at the same time. We decided to build the business on the three pillars of CSR: people, planet, profit"

In France 60% of over-50-staff companies claim they are concerned by CSR.

Do you think a restaurant can adhere to these principles?

- A. No, even if it tried, the business would never be profitable.
- B. Why would a restaurant bother? It's none of its concern.
- C. All sectors are now concerned: they should be preoccupied with people, the planet and also be profitable.

What is sustainable about **Le Pommier**?

Please read the following text carefully and answer the questions below.



"Le Pommier" in Bayeux is a well-established restaurant located in the picturesque medieval city of Bayeux, close to its famous cathedral and at a walking distance from the legendary Queen Mathilda's Tapestry. The restaurant is well known

by an international and French clientele, and its reputation is based on a specific culinary approach dedicated to products from the Normandy region.

The owners, Isabelle and Thierry Lhuillery, are strongly attached to the region and its typical specialities from the nearby farmland and fishing ports. Their cooking is both original and typical. The owners know the local producers well. They have been working with them for many years. When the ingredients are cooked, it is always in the respect of their original flavour, only spices and fresh herbs are added in order to bring out the best. Therefore the restaurant is accredited by the “Maître Restaurateur label”. This is the only certificate delivered by the State for French gastronomy businesses.

“Maître Restaurateur”¹ is an accredited catering professional who commits her/himself to cook in her/his kitchen from raw products, mainly fresh, particularly from short food supply chains. This accreditation is awarded by the Préfet, representing the State, as the outcome of a control audit to be renewed every four years.



- The professional has to volunteer to get into this process.
- The “home made” label called « fait maison » in French is attributed to a dish produced in the restaurant kitchen out of raw products.
- The accreditation is a guarantee for guests to be treated with dishes made from raw foodstuff, mainly fresh and produced locally.

The restaurant was created in 1998, succeeding a small catering business seating 20 guests. Today the guest capacity is 80, with 8 full-time staff.

For Thierry the challenge is to match the feasibility of recipes and the quality of dishes to satisfy customers and to live up to the restaurant’s reputation. As a manager he is strongly concerned about keeping stress-levels to a minimum at peak times, so the “à la carte” menu and daily specials are always discussed with the chef to tackle this particular issue. At the same time it improves productivity and is beneficial for all.

Moreover, the business is keen on being part of its local, social, tourist environments.

Thierry Lhuillery is a member of the tourism office board and for many years has been strongly committed to the promotion of the catering industry and its jobs as a “Trade Ambassador” (title delivered by Normandy Regional Council). Also he is involved as a leader of “Les Petits Plats Dans Les Grands”, an association of hospitality businesses whose goal is to support the development of CSR in the trade.



The members of staff have all been trained to act as tutors during apprenticeships and internships, and the restaurant constantly offers work experience placements whenever possible. The “Le Pommier” is a dedicated partner to the vocational training environment.

The staff is regularly offered opportunities to improve skills in various domains such as: hygiene, food safety, and foreign language communication

Thierry and Isabelle are also very keen on giving fragile people job opportunities. For many years their pastry cook was a disabled person who had been trained as an apprentice in the restaurant.

This very successful family-run business is a good example of the involvement of a catering establishment in Corporate Social Responsibility.

▶ <http://www.restaurantlepommier.com/> ◀

▶ <http://www.lespetitsplatsdanslesgrands.fr/> ◀

1. see definition (in French) : <https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-professionnels/titre-maitre-restaurateur>

About the presentation of the restaurant



Please tick the two answers from the text showing that the restaurant is economically viable.

- A. Their cooking is both original and typical.
- B. When the ingredients are cooked, it is always in the respect of their original flavour
- C. The restaurant was created in 1998, succeeding a small catering business seating 20 guests. Today the guest capacity is 80.
- D. Matching the feasibility of recipes and the quality of dishes to satisfy customers improves productivity and is beneficial for all.



Please tick the two extracts proving the restaurant has a concern for the environment

- A. Le Pommier's chef commits himself using almost entirely fresh produce, mainly from the short food supply chains.
- B. Le Pommier in Bayeux is a well-established restaurant located in the picturesque medieval city of Bayeux.
- C. The owners know the local producers well. They have been working with them for many years.
- D. The restaurant is well known by an international and French clientele



Pick out elements in the text proving the commitment of the restaurant to people and sort them into the boxes below.

Commitment to staff wellbeing	Commitment to the community (local people, local economy , people in training, hospitality trade ethos and development)	Commitment to guests' satisfaction

Feedback from customers

These fictitious reviews are inspired from comments written by customers who ate at the restaurant. Read them and answer the question below.

“My husband and I had a splendid dinner at le Pommier in France in October. My husband insisted he wanted asparagus that he likes very much. The owner apologised and very nicely explained that they did not serve fresh asparagus at that time of the year as it would have to be ordered from the Southern Hemisphere. He recommended the seasonal vegetable pie with ‘mesclun’ - mixed salad shoots - which was fantastic. The rest of the menu was totally delicious” **Anja Green**.

“They serve tripe at le Pommier, this restaurant which claims they have a very good reputation! Totally disgusting! We were told that tripe “à la mode de Caen” is a typical Norman dish! Of course I had the “alternative menu”, which was not bad, but when I asked for melon as desert they apologised and I was told, very politely, it was off-season! I noticed a label saying that the restaurant claims to be environmentally and socially responsible. Why should I care as a customer? I wanted them to call a taxi to visit the famous Tapestry Of course they were ready to do it but they said this was walking distance and a good opportunity to visit the town. That was really none of their business!” **Andrew W**

Which of these customers should be made aware of the sustainability issue?

- Anja
- Andrew

List what is not sustainable according to these two guest reviews.

Customers are made aware of the restaurant policy by notices and logos which are put up in the restaurant. Why is this important?

- A. To involve customers so that they understand that tackling the issue is of benefit to all: the restaurant and the guests. The process will perpetuate for the benefit of people and the planet!
- B. To have plenty of attractive pictures to improve the decoration and the atmosphere of the restaurant.
- C. To have plenty of logos and notices to impress customers and show the business is very serious.

Reply to these customers as if you were the owner of *Le Pommier*.

Dear Anja,	Dear Andrew,
------------	--------------



Corinthia Hotels

Budapest, Hungary

Food for thought...

What is sustainable development?

- A. Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.
- D. The Conservation of natural resources and the development of alternate sources of power while reducing pollution and harm to the environment.
- B. The practice of developing land and construction projects in a manner that reduces their impact on the environment by allowing them to create energy-efficient models of self-sufficiency.
- E. All of the above.

What is your reaction to the following information? Should the hospitality industry be concerned with sustainable development?

A successful hospitality business which is respectful of the environment and future of the planet; has an approach to human resources (HR) which is ethical; cares about guests' wellbeing and health, definitely shows corporate social responsibility (CSR).

- A. The hospitality trade (like many other trades) has an important part to play in planet preservation and wellbeing of human kind – which means their staff and customers.
- B. Hospitality businesses should not bother with all of the above: first and foremost, they have to make profits without caring about the environment.
- C. Hospitality enterprises have nothing to do with their community, because it is none of their business.
- D. Customers - being the driving force for the trade - love being taken care of at all costs even if the business is not concerned by planet preservation.

What is sustainable about **Corinthia Hotels?**

Please read the following text carefully and answer the questions.



For the benefit of both current and future generations, Corinthia Hotels are inexhaustibly determined to expand responsibly and to aid both local and international charities and NGOs. They strive to ease the pressure that we put on the environment, to contribute to the remarkable work of charities that aid the vulnerable, and to save the rich variety of heritage and culture produced by age-old human civilizations.

Working with both global and local infrastructure, Corinthia Hotels approach Corporate Social Responsibility (CSR) efforts with a consistently optimistic, yet realistic attitude.

Their perseverance to improve not only their business, but also the lives of their team members and the wider community, remains relentless and unbending.

PERFECTING ENERGY EFFICIENCY

In an attempt to minimise their carbon footprint, they strive to decrease their energy consumption, and they have achieved significant results to date. Five years ago, Corinthia Hotel Lisbon implemented their 'Energy Efficient Hotel Project' in partnership with Galp Soluções de Energia and Instituto de Soldadura e Qualidade (ISQ). By

redesigning the water reservoirs, heat exchangers and energy management system in accordance to their renewed hotel energy profile, Corinthia Hotel Lisbon succeeded in reducing its energy consumption by 25% during the first half of 2013, which corresponds to 600.000 kWh and 290 tons of CO₂.

SAVING UNIQUE HABITATS

Our participation in global events like Earth Hour, and our arduous efforts to reduce our water and fuel consumption across the Corinthia hotels contribute immensely to the worldwide ambition to save our planet. More locally and specifically, the Corinthia Hotel St George's Bay also joins forces with other five star hotels in Malta in their efforts to clean and clear up the seabed of St. George's Bay.



OFFERING HUMANITARIAN AID

A first necessary step to enhancing personal/social sustainability worldwide is to accurately identify the needs of society, and reach out to those most vulnerable. On both a brand-wide and national level, the Corinthia hotels have made significant donations – whether of a monetary or material nature – to commendable causes.

The Corinthia Group has continued to support L-Istrina, a 12-hour marathon in aid of the Malta Community Chest Fund, which is donating to both philanthropic institutions and individuals with a variety of needs.

Furthermore, they have donated generously to Dar tal-Providenza, founded in 1965 with the goal of offering a home and a family-like environment to people with disabilities who are unable to live with their families. Besides providing them with a comfortable home, Id-Dar tal-Providenza has also encouraged its residents to participate with the wider community, so as to further improve their quality of life.

SHAPING TOMORROW'S 'CRAFTSMEN'

Eager to preserve and perfect their ethic of the 'Craftsmanship of Care', they work arduously to open opportunities for young people eager to launch a career in the hospitality industry. By taking them under their wing, they hope to transform today's apprentices into tomorrow's craftsmen.




The company annually awards two \$10,000 scholarships to deserving, but financially underprivileged, undergraduate students who wish to pursue a degree in Hotel and Tourism Management. Furthermore, these students are offered the opportunity to intern in one of the numerous Corinthia hotels; experiences which have proved to be invaluable to them.



In further attempts to engage with and hone the quality of the hospitality industry, Corinthia Hotel London also supports the Springboard Charity, an organisation committed to helping young people achieve their potential. Springboard endeavours to alleviate poverty by helping disadvantaged and underprivileged individuals into sustainable employment within the sectors of hospitality, leisure and tourism.

About the presentation of the hotel

Find at least one key element in the hotel description that illustrates each pillar.

 Environmental	 Social	 Economical
A - B - C	A - B - C	A - B - C

Feedback from internship

This entry is from a blog by Joao, who spent a year as a trainee in the Corinthia Hotel London. Please read the following text carefully.

In my childhood, I never ever dreamed that I might be successful one day. Frankly, I wasn't interested in learning: my father left home when I was 2, mother was an addict... I just hung out with some guys and avoided school. Then, just when I became 16 something changed: I lost my mom. I realized that I had no future. I realized that I had to change my way of life or I would end up in jail or worse... So, I had to find a goal, a MEANING for my life.

The only thing I was good at was cooking, since I had to cook for myself from my childhood. I got a job at a local restaurant's kitchen: had to work 12 hours a day for the lowest salary... I hated the place - but I LOVED the job. So I started to improve myself: learned English, read A LOT about Portuguese cuisine, oriental cuisine... And after 3 years I applied for a scholarship at Corinthia Hotels.

Thanks to the company, I finally got the chance to begin my studies on a Hotel & Tourism Management course in Estoril, Portugal. On third grade, I started my internship at Corinthia London's kitchen as a trainee and I spent a year there. They had a professionally tailored work programme for trainee cooks with really good supervisors, so I had a perfect opportunity to improve my professional skills and knowledge. Hotel management had an open-door policy for us trainees; I could go to them with all my complaints and requests.

Thanks to all the above, I graduated as the second best student in 2012. Now I work at Corinthia Lisbon as a sous-chef, and if all goes well, in 2 years I'll have the necessary experience to apply for an Executive Chef position - in Lisbon, Prague, Budapest or anywhere else within the chain.

And the dream goes on...

Joao experienced the social side of sustainability. Tick the statement which best corresponds to his experience:

- A. Sustainability is about making everyone rich.

- B. Sustainability is about encouraging individuals to progress further with their skills and improve their own quality of life.
- C. Sustainability is not viable for companies in the long term.
- D. Sustainability has advantages for the companies only; it does not have any impact on individuals' lives.

...and to the company's CSR policies, which:

- A. give help to fulfil employees' career expectations
- B. do not include ethical HR Management
- C. do not mean easier recruitment and selection of quality workforce
- D. tend to reduce staff morale

Write a short application letter to Corinthia Hotel Human Resources manager. Explain what you like about their sustainable development policy and how you plan to contribute to it.

Dear Madame, Dear Sir,



NH Hotel

Budapest, Hungary

Food for thought...

Which is the key phrase best associated with sustainability?

- A. Maximise natural resource consumption
- B. Responsible environmental interaction
- C. Short-term financial goals supersede long-term environmental quality
- D. Seek to promote environmental depletion

Which of the following is an example of an environmentally sustainable action?

- A. Supporting local farmers
- B. Relying on traditional fossil fuels for energy consumption
- C. Clearing a large area of forest for firewood, and not replanting the cleared area
- D. Removing emission control devices from your vehicle
- E. Deciding to heat the family swimming pool with solar panels

What environmental outcome is likely to occur through human actions associated with population growth, diminishing resources, and pollution?

- A. The environment will benefit through increased consumption of natural resources
- B. There will be no change, as the environment is always resilient to human actions
- C. Actions will be taken to increase conservation and preservation efforts
- D. Environmental sustainability will be at risk

What's sustainable about NH Hotels?

Please read the following text carefully and answer the questions below.



Sustainability is a strategic value for NH Hotel Group, acting as a cross value enabler to build the new NH. The Company continues to bet on innovation in order to develop eco-efficient solutions. NH Hotel Group's sustainability perspective:

- We care for the people we host
- We care for the destinations where our hotels are located
- We care for the planet we all live on

In NH Hotel Group we design and operate eco-efficient and sustainable hotels. Our design and construction teams consider rigorous sustainability standards so that the eco-efficiency variables are included from the initial phase of the project. In the hotel operation, we have a management system to ensure the application of the environmental standards of the company.

Hotel's design

NH Hotel Group is currently the only hotel chain in the world with a manual that includes the environmental requirements that must be applied in the conception, design and construction of hotels or renovations of the Group.

The Hotel Eco-efficient Guide is the cornerstone for sustainable growth, which symbolizes the commitment of the NH Hotel Group and the support towards the transition to a low carbon

economy and contributes to the sustainability of the destinations in which it operates.

This manual contains water and energy saving strategies and sets out guidelines concerning the use of materials and construction in order to ensure that the hotels are more efficient and environmentally friendly.

NH Hotel Group is one of the main companies in the world where preparing and implementing a standard of these characteristics is concerned and its ultimate aim is to make sure that its own new establishments comply with such international sustainability standards as LEED® or BREEAM

Sustainable products

NH Hotel Group offers its customers healthy options, organic food and a range of local products, thus supporting the economy and culture of the destinations in which it operates. In NH Hotel Group we bet for a healthy and organic food, and therefore we have created a new breakfast concept which combines an innovative cuisine, local produce and culinary forefront with everything the body needs.

We focus on local and seasonal products and offer these products in our hotels, always seeking to align innovation and the highest quality with the opportunity to learn the local cuisine.



In our meetings breaks we have incorporated a Green corner which includes unique, healthy and vitamin-rich products that help inspiration and development of the full potential of the meetings of our customers.

Also, we have renewed our customers' preferred amenities. For the selection of the products we have made an analysis of eco-efficiency which guarantees the choice of products that respect the environment as an added factor of product quality.

Green mobility

In 2015, NH Hotel Group has given its approval to a global sustainable mobility standard for the hotels and has increased by 44% the number of hotels that offer sustainable mobility services, like the 112 battery recharge points for electric cars available at 41 hotels.

In addition, since 2010 two innovative initiatives were launch in Europe: The rental of electric motorcycles in the NH Barbizon Palace and our Green mobility launch in NH Frierdrichstrasse. Likewise, 70% of our hotels in Europe have bikes available to our customers.

Carbon footprint

In NH Hotel Group we have a long history in reducing the average carbon footprint of our rooms, which currently stands at 8.7 kg CO₂ * per guest / night. Proof of this is that, since 2008, we have reduced by 40%, meaning we have stopped issuing more than 48 million kg of CO₂ into the atmosphere.

Likewise, NH Hotel Group considers that its activity could directly or indirectly have a positive effect on the environment in the communities where it operates. Therefore, as part of its commitment, eco-friendly meetings have been organised.



This innovative proposal by NH Meetings for company events enables clients to organise carbon neutral meetings, and making up for any impact by supporting sustainable development and climate change projects. Among such projects are the Fuel Switch Project in Brazil, to reduce carbon emissions from the ceramics plants, Fuel Efficient Cookstoves in Uganda and the Kasigau Corridor REDD Project in Kenya, whose aim is to stop the deforestation and forest deterioration.

► <https://www.nh-hotels.fr/hotel/nh-budapest-city> ◀

About the presentation of the hotel

Look at the three “pillars” of sustainability. Study the statements below and decide which pillar category is concerned. Circle one letter in each category:



A - B - C






A - B - C



A - B - C

- A. “Likewise, NH Hotel Group considers that its activity could directly or indirectly have a positive effect on the environment in the communities where it operates.”
- B. “In our meetings breaks we have incorporated a Green corner which includes unique, healthy and vitamin-rich products that help inspiration and development of the full potential of the meetings of our customers.”
- C. “In NH Hotel Group we have a long history in reducing the average carbon footprint of our rooms, which currently stands at 8.7 kg CO2 * per guest / night”

2 Find more key elements about this hotel that illustrates each pillar.

 Environmental	 Social	 Economical

Feedback from customers

This fictitious review is inspired from comments by customers who stayed in the hotel. Read them and answer the questions below.

I stayed in the NH Hotel, Budapest City for four nights on a business trip. I was really pleased to find such a relaxing atmosphere. It wasn't just the background music – the staff all made things seem informal and untroubled.

I had all my evening meals in the hotel restaurant and I thought the menu options made it easy to get variety with mostly organic foods. It's my thing, and I was able to talk to the waiters (and once the chef) about how they source local produce.

They are obviously pretty hot on sustainability – they have their own little book explaining how they are careful not to leave a huge carbon footprint in any department.

Many thanks to everyone there – I had a great stay! **Vanessa J**

Vanessa enjoyed her stay. But what sort of things could the hotel group improve on? Choose one thing below that the NH group is not yet providing.

- A. Bikes for customers
- B. Green corners in meetings
- C. A possibility to support an organization committed to helping young people achieve their potential.
- D. A manual that includes the environmental requirements that must be applied in the conception, design and construction of hotels or renovations

In your opinion which has the biggest carbon footprint?

- A. Electric hair dryers
- B. Laundered roller towels
- C. Paper towels
- D. All of the above have roughly the same footprints

What is the correct term for sources of power like “solar”, “wind”, “water”, “wave” and “tidal”?

- A. Non-renewable energy
- B. Fossil energy
- C. Nuclear energy
- D. Renewable energy

3 Think of a hotel that you stayed in and liked a lot. What could they improve in terms of sustainable development? Write an email with a few suggestions.

Hello,

I have stayed in your hotel recently and really liked it. I am a sustainable development enthusiast and I would love to suggest a few improvements for your hotel.



L'agriturismo Caresa'

Padova, Italy

Food for thought - thoughts on food...

In Italy, in 2017, the average fresh food item travels 1900 kilometres to get to our table. The ecological cost is therefore frequently excessive.

Bearing that in mind, which of the following statements do you agree with?

- A. Local and seasonal constraints make it difficult to find all the ingredients needed to offer exciting menus.
- B. Locally grown food is more expensive and spoils faster because there are frequently no preservatives. This makes it difficult to use them in the catering industry.
- C. When restaurants choose to use locally grown food, there is a benefit to health and the taste of the food benefits.
- D. By selling directly to local consumers farmers can focus on crops and quality, rather than packing, shipping, and shelf-life issues.

Intensive conventional agricultural production in Italy is a high consumer of synthetic nitrogen fertiliser. The excessive use of nitrogen fertilisers is dangerous, as the nitrogen that is not taken up by plants, is largely transformed into nitrate, which pollutes water supplies.

Bearing that in mind, which of the following statements do you agree with?

- A. Organic farming works to increase sustainability, biodiversity, and the promotion of good soil and water quality.
- B. Organic farms are usually small units. This inhibits technological innovation, and capital investment. Their future development is very limited.
- C. Organic farms rely on natural growing practices, crop rotation, and other natural farming methods which avoid the use of harmful chemicals.
- D. Intensive use of synthetic nitrogen fertilisers may lead to short term profits, but it is a long term health risk.
- E. Restaurants can be profitable and socially responsible while choosing to buy locally from organic farms.

In the following statements, which of the following would you agree with?

- A. Organic food can cost a restaurant more than food produced on a large scale. However, surveys show that most consumers are willing to pay more at restaurants that serve organic and locally grown food.
- B. When a restaurant opts for organic products, it supports the local economy by helping local farmers.
- C. The choice of local products is usually too limited to allow chefs to be creative.
- D. Not all products are available locally throughout the year. The menu has to change with the seasons and this may mean that customers become dissatisfied.
- E. Restaurants which buy locally encourage the use of local farmland for farming, thereby keeping industrial development and housing speculation in check. This preserves open spaces and biodiversity.

What is sustainable about ‘L’agriturismo Caresa’?

Please read the following text carefully and answer the questions.



The organic farm Caresà was born in 2009 in the province of Padova, it stretches over a surface of 25 acres and is characterized by the home-grown production of vegetables, cereals, fruit and recently eggs, following a biodynamic-organic method, with which they make their traditional dishes. They also have 6 big greenhouses, stables for horses, pigs and chicken. Animals are not raised for food but for the didactic activities organized for the schools nearby. They also have a shop and a restaurant.



The restaurant uses 80% of certified organic food of their own production, and 20% from local producers. In addition, all the wine served comes from local wineries, managed in keeping with the organic method. The oil used is produced by a local oil mill.

The dishes are prepared with care and attention using cooking techniques prone to enhance the products organoleptic characteristics.

In the view of Agriturismo Caresà, Organic Farming means developing a production model that avoids the over-exploitation of natural resources, especially soil, water and air, using such resources instead, within a development model that can last in time.

Chemical fertilisers, herbicides, fungicides, insecticides, pesticides are not used for the management of weeds, but simply ancient and sustainable techniques, such as the hoe, harrows,

and other driven machinery useful to eradicate weeds and air the soil. Finally, they use green manure: a technique that consists in sowing various natural grasses at various stages of the year in order provide nitrogen, contribute to the maintenance of the soil structure, limit erosion, and keep weeds away.



In line with their energy saving policies, they are working on a solar panel construction project.

The owners consider it important to highlight that their philosophy is to have an inclusive “community area” where you can enjoy the local Venetian tastes and drinks.

At the moment the farm has seven members and employs 4 disadvantaged people coming from a situation of social precariousness. The farm wants to be an example of “social farming” which for them means being committed in their territory by:

- Safeguarding the land and its fertility
- Offering concrete and permanent job opportunities to people who otherwise risk to be excluded from society and labour market

We chose to produce organically as an act of responsibility and awareness: working not only to "exploit" the production but also to enhance it, enrich it with vitality and biodiversity, improve the landscape and to bet on and invest in the most effective agronomic techniques leaving the use and abuse of chemical products derived from synthesis and treated seeds apart. ... We believe in networking to strengthen and enrich everyone's path...






In Italy, Organic Farming is an activity which:




- promotes an integrated farming system that strives for sustainability, the enhancement of soil fertility and biological diversity whilst, prohibiting synthetic pesticides, antibiotics, synthetic fertilisers, genetically modified organisms, and growth hormones
- favours the permanence of agricultural producers in rural areas through the integration of company income and the improvement of living condition
- promotes tourism in the countryside, aimed at favouring rural and local development
- promotes the safeguard of the environment
- uses local and home grown typical products
- protects and promotes the traditions and cultural initiatives of the rural world
- develops social and youth tourism

About the presentation of the hotel

Look at the three “pillars” of sustainability. Study the statements below and decide which pillar category is concerned. Circle one letter in each category:

 Environmental A - B - C	 Social A - B - C	 Economical A - B - C
<p>A. The company treats its employees fairly and is a good community member, both locally and globally.</p> <p>B. A business must be profitable but not at any price. Environmental actions should have a positive financial impact.</p> <p>C. The business takes actions to reduce its environmental footprint and preserve the resources for the benefit of future generations.</p>		

Find at least one key element about « Agriturismo Caresà » that illustrates each pillar.

 Environmental	 Social	 Economical

Feedback from customers

These fictitious reviews are inspired from comments written by customers who stayed in the hotel. Read them and react to the statements below.

Last winter, I went to Agriturismo Caresà with my girlfriend. Their menu is based on local products, organically produced, therefore without any chemical fertiliser. What's more, they keep underlining that they are environmental friendly and sustainable. This is charming and very bucolic, BUT I wanted strawberries with cream, which I'm fond of, Instead they told me it was not the right season. To be honest, I was a little bit annoyed as whenever I am having dinner in a restaurant, and I pay for it, I would like to have what I like. Another thing, I do not understand all this exaggeration about the fact of organic farming, I think it is the same as normal crops, and there I would find strawberries. Then they also told me that they are also installing solar panels, but I don't understand what that has to do with eating good food. **Paolo B**

I had dinner at the "Agriturismo Caresà" with my family last July. The people there do a brilliant job in promoting local food and sustainability.

They certainly demonstrate that with their very tasty food from local organic suppliers and the use of seasonal products.

I like my food organic because it means no chemical fertilisers, and it's good for the environment. I think it is also a great investment on our health. At the end of the dinner I felt very well, food was light and delicious.

It was also nice that children could play outside the restaurant and see the animals. All the people working there are very kind and helpful, very motivated and prepared. I fully recommend it to anyone who likes good food! **Teresa F**

Paolo B. does not care about sustainability. Cross out the one reason which does not match his ideas

- A. Paolo prefers to dine in restaurants that do not use the organic method, not worrying about environmental impact
- B. Paolo is not happy if he doesn't find strawberries on the menu when he goes out for dinner
- C. Paolo believes in an eco-sustainable approach and always looks for seasonal products
- D. Paolo says that when he doesn't really see why he should be concerned by solar panels when he eats out.

Teresa F. appreciates sustainability. Here are her reasons, only one does not match her ideas - cross it out

- A. Serving seasonal organic food is important - as well as energy saving
- B. At Caresà people think that their sustainable choices must be transmitted above all by giving concrete visibility to their eco-sustainable efforts
- C. The Agriturismo Caresà aims to please only customers who are convinced in the benefit of organic farming - those who do not believe in it should not go there
- D. Sustainability also means the quality of the food offered to the guest is guaranteed

Which of these two customers already knows about sustainability issues?

- Paolo
- Teresa

Sustainability can definitely be an advantage for a business

- I agree
- I don't think so

Imagine that you work for Agriturismo Caresà. Write a reply to Teresa F. and Paolo B.

Dear Teresa,

Dear Paolo B,



Imperia Hotel

Jesolo Venezia, Italy

Food for thought, thoughts on waste

What is your reaction to this information?

The percentage of water waste in Italy in the tourism sector represents 32%, against 6.5% in Germany and 15.5% in the UK.

- A. Italy is a country which is rich in water resources. There is therefore no reason to worry about saving water because there will always be plenty
- B. The first priority of the hotels and restaurants should be to increase their profit and facilities so that they can contribute to the economy of our country where tourism is a driving force; it should be up to the other economic sectors to be more conscious about environmental issues
- C. If water pressure reducers were installed in all hotels, we could significantly save on water

What is your reaction to this information?

Eurostat has recently published interesting data on waste recycling. Italy is one of the top countries with 76.9% of urban, industrial and other waste recycled. The EU average is 37%.

- A. It makes no sense to recycle waste: in the end, garbage all ends up in the same place
- B. Recycling is a great benefit to the environment. It also helps save money and create new jobs
- C. Most recycling - paper, plastic, glass - costs more to collect, sort and reuse than it does to landfill and make new products

What is your reaction to this information?

Fifteen trees, 440,000 litres of water and 7,600 kWh of electricity are needed to produce a ton of paper. Instead, you only need 1,800 litres of water and 2,700 kWh of electricity to produce a ton of recycled paper - and, above all no trees are cut down.

- A. Recycled paper requires no trees to produce. Trees left standing pull carbon out of the air, which is one way to reduce the impact of industrial CO² emissions.
- B. Recycling paper is not cost effective. Moreover, it puts forestry workers out of a job
- C. Forests are a renewable resource
- D. Many forests around the world are left unused. They could be converted into some more beneficial agricultural activity

What is sustainable about the **Imperia Hotel?**

Please read the following text carefully and answer the questions.



Imperia Hotel was founded in 1979 in Jesolo (Province of Venice) and is currently one of the 6 Certified Eco-Label Hotels in Jesolo (Venice), the first ones to obtain the Eco-Label certification in Italy for a Tourist-Accommodation facility in 2005, following the guidelines set by the Rio De Janeiro Conference (Eco '92).

"what is done, can be done well, with the right people". And this brings undeniable advantages both environmentally and in terms of profitability.

The managers of the main sectors of the Hotel have been working with the owner for over 35 years, and they became leaders and examples of eco-sustainable behaviour. The real goal - he explained during the interview - is to let the client feel that you have this form of Respect.

These are the words of the owner, Mr. Angelo Faloppa, who was among the first people in Italy to found in the 80's, the Environmental Movement: "Jesolo for the environment", with other 110 Tourist Accommodation Facilities in Jesolo.

In the owner's words, the passion for the environment arises from the awareness that

Hotel Imperia makes a stand for:

- Water saving - through pressure reducers and water softeners installed everywhere to remove scale;
- Energy saving - Writing paper, envelopes, brochures are made with recycled paper. Purchases exclusively made with recyclable packaging;
- Recycling of waste - with great commitment and involvement of the staff working in the hotel, especially of the hotel cleaning staff on the floors.

The Hotel Mission, linked to the topics of “Environmental Protection and Sustainability”, involves anyone who is hosted in the Hotel, including internal staff and guests.

Hotel's Guests are informed on the environmental policy of the hotel. In their rooms, guests can find a brochure with information about the correct behaviour to have in the structure. Everything is based on the close collaboration between the hotel and its guests, on the principle of fair sharing of our “Eco-Responsibilities”.

Guests are also asked to fill in a questionnaire to let the Management know what their perception of environment protection is.

Some details about Imperial Hotel...

The products served at the restaurant are exclusively km 0, organic and biodynamic. Our waiters are trained to create, or increase, the awareness and culture relating to the advantages of the use of local produce. This is achieved both in terms of personal health benefits and economising through energy saving – and our guests are willing participants.

The wine served is exclusively local organic wine – our waiters are ready to explain the reason why it is bio-sustainable, listing all the health benefits for hotel guests.

The use of bicycles is encouraged as an alternative means of transport, through free loan at the hotel. Electric bicycles are recharged with solar panels (with number of calories burnt and CO2 not returned to the atmosphere).

▶ <https://www.hotelimperia.com> ◀

About the presentation of the hotel

Look at the three “pillars” of sustainability. Study the statements below and decide which pillar category is concerned. Circle one letter in each category:



Environmental

A - B - C



Social

A - B - C






Economical

A - B - C

- A. A sustainable business should have the support and approval of its employees, customers. It has an interest in the community it operates in. The company treats its employees fairly and is a good community member, both locally and globally
- B. A business must be profitable but not at any price and therefore should respect the environment and contributes to preserving our planet by taking actions. These environmental actions have a positive financial impact.
- C. The business takes actions in favour of the environment to reduce the environmental footprint of the company and preserve the resources for the benefit of future generations. It contributes to planet's preservation

Find at least one key element about this hotel that illustrates each pillar.

 Environmental	 Social	 Economic

Feedback from customers

These fictitious reviews are inspired by comments left by customers who stayed in the hotel. Read them and answer the question below.

Last summer, in July I was at the Imperia Hotel with my family. I found them very attentive to the environmental aspects. It seems that their motto is always, “recycle” and “do not waste”...but I actually prefer the non-recycled paper. All those bins for recycling everything sometimes annoyed me. In the end I never knew where to throw even a paper of ice cream. I had always to think on which was the right wastebasket... When I am on holiday, I do not want to think about anything. Even in the room I found a brochure where there was a list of sustainable behaviour and a questionnaire to fill in... In any case I did it... something was true... But saving water seemed to be a nightmare. They're always giving you advice on how you can contribute to this...In my opinion, in Italy we do not have any problems related to water, because we have enough, so I do not understand why customers who pay to be on holiday, should be bothered with all these things. For the rest, great food and always very kind service.

Alberto B

* Fictitious comments...

I stayed at the Imperia Hotel with my partner last August. I particularly appreciated the welcome and the helpful attitudes of the staff. The service was really good and the food was excellent. I'm sure it was very healthy – they explained how they were only using products coming from the surrounding area. The suggested menus were always linked to local recipes using seasonal products. The room was very comfortable and clean. It was extraordinary to find an informative brochure explaining in detail all the eco-sustainable aspects the Hotel encourages. It was very clear and at the same time not imposing the hotel's views. I think it must have been interesting reading even for guests who aren't interested in these environmental issues. I believe that staying in an “Eco-Label” Hotel, like this one, would be very useful for everyone: to fully understand the benefits we could have if everyone were more attentive to the environment.

Daniela F

Alberto B. does not care about sustainability. Cross out the one statement which does not match his ideas

- A. Alberto prefers non-recycled paper, not worrying about the risk of deforestation
- B. Alberto hates having to think about how to dispose of waste
- C. Alberto believes in the eco-sustainable approach
- D. Alberto hates having to be careful to save water, because he says that in Italy there will always be plenty of it

Daniela F. appreciates sustainability. Cross out the one statement which does not match her ideas.

- A. Seasonal organic food is very important as well as water and energy savings
- B. The Imperia Hotel tries to transmit to guests its eco-sustainable choices
- C. The Imperia Hotel is only for clients who are interested in environmental issues. Those who aren't worried about sustainability should not stay there
- D. Sustainability implies a better quality of life for the guest and promotes customer satisfaction.

Which of these two customers is sensitive towards sustainability issues?

- Alberto
- Daniela

Sustainability can definitely be an advantage for a business

- I agree
- I don't think so

Reply to these customers.

Dear Alberto,	Dear Daniela,
---------------	---------------