

A vendéglátás zöld lesz!

A vendéglátás hogyan tudja megmutatni elkötelezettségét?



A szektor felelőssége és a társadalmi felelősségvállalás.

- A vendéglátóiparnak nincs jó hírneve a fenntarthatóság szempontjából, függetlenül attól, hogy annak társadalmi, környezeti vagy gazdasági oldaláról van szó. Az általunk elvégzett felmérés azt mutatta, hogy a téma iránti érdeklődés erősödőben van, különösen a nagyvállalati csoportok részéről, (pl. Accor, NH Hotels), de újabban kisebb vállalkozások is hajlandóak fenntartható politikát kidolgozni.
-
- Olyan üzleti társaságok, mint például az UMIH és a GNI, különféle útmutatókkal igyekeznek tanácsot adni a vállalatoknak a cselekvésre. A projekt során több olyan vállalkozással találkoztunk, amelyek érdeklődést mutattak a téma iránt, ám a konkrét módszerek hiányából adódóan lépéseket már nem tudtak tenni.
- A fentiek miatt úgy döntöttünk, hogy bemutatjuk a CSR témáját a pedagógiai útmutatónkban: célja, hogy konkrétan bemutassuk a fenntartható vállalkozást, mindezt könnyen hozzáférhető formában.

Hogyan működik a CSR a vendéglátásban?

- Hangsúlyoztuk annak fontosságát, hogy a létesítmény miként integrálódik a helyi fejlesztésbe, figyelembe véve a fenntartható fejlődés három pillérét azaz a 3 P-t (Planet, People, Profit). A CSR-politikát követő fenntartható vállalkozásnak bizonyítania kell:
- Hogy a vállalkozás a turizmus, a kultúra és az örökség szempontjából fontos szerepet játszik
- Hogy a vállalkozás nyereséges – bár tiszteletben tartja a környezetet és a föld jövőjét.
- Hogy a vállalkozás humánerőforrás-politikája támogatja a sokféleséget; figyelmet fordít a fogyatékkal élőkre és a szegénységben szenvedőkre, valamint nem alkalmaz szexuális megkülönböztetést.
- Hogy a vállalkozás diákok és gyakornokok képzésével foglalkozik.
- Hogy a vállalkozás fontosnak tartja a fenntarthatóság elveinek megismertetését saját alkalmazottai számára.

Az Erasmus+ által támogatott „Green Guest” kísérlet

Fejlesztésünk célja az volt, hogy előmozdítsuk az általunk megosztott értékeket, javítsuk imázsunkat, és törekedjünk kibővíteni befolyásunkat egy eredeti és emlékezetes címke létrehozásával, amely:

- Kihasználja projektünk fő eszközeit és előnyeit
- Tükrözi a fenntarthatóság jövőképét és alapvető értékeit, valamint a tanulók, oktatók és vállalatok támogatását ennek megvalósításában
- Erősíti jelenlétünket és növeli hírnevünket
-

Edutainment, az oktatási módszer a tanulás vonzóbbá tételére játékos formában. Green Quest - Egy komoly játék a tanulás vonzóbbá tételére

- A játékos pedagógia egy olyan konkrét filozófián alapul, amely lehetővé teszi az egyén számára, hogy minden érdeklődésre számot tartó területen tanuljon. Manapság a koncepció új dimenziója a videojátékokkal való megközelítés, amelyek nyilvánvalóan részei célcsoportunk, a szakképzésben résztvevő hallgatók életének, ezzel legitimálva az oktatás a játék formájában történő megközelítését, amely motiváló eszközöket kínál a diákok életmód rutinjának fenntartásában.
- A Green Quest oktatási eszköz, úgynevezett „komoly játékként” a tanulási eszköz két fogalomnak felel meg: videojátéknak és e-learning tanulásnak, azokat az előnyöket hasznosítva, amelyekkel a játék rendelkezik a tanulásban. Ezért a Green Quest komplex tanulási lehetőséget biztosít, amely oktatási, alkalmi, játékos útvonalon szolgáltat adatokat a fenntarthatóság kérdéseiről.
- „Marco Greenhope egy vendéglátóipari képzés hallgatója. A jövőben egy valóban zöld vállalkozásban szeretne dolgozni. Ezért jelentkezett gyakorlatra a Clara Evergreen Hotelbe. Nagy nap ez Marco számára, mivel ma találkozik Clara Evergreen-rel, aki a tulajdonosa a város „legzöldebb” szállodájának. Ha minden jól megy, akkor ennél a cégnél töltheti a gyakorlatát. Clara tudni szeretné, hogy Marco tényleg olyan érdeklődő és lelkes-e a fenntarthatóságot illetően, mint állítja. A látogatás elején feltesz néhány kérdést tesz fel a fenntarthatóság alapelveivel kapcsolatban. Ezután meglátogathatja a szálloda különböző részeit: a konyhát, a szobákat, a kertet, a gyógyfürdőt, a hallt..

Animált vázlat, Utubing (Youtube), korszerűség:a kereskedelem elkötelezettségének növelésre

- Az animált, rajzfilmszerű videóvázlat számos eszközzel ösztönzi a vállalatok elkötelezettségének növelését. Új marketing eszközként foglalja össze a kereskedelem erőfeszítéseit, és szintetizálja a fenntarthatóság három alappilléreinek bemutatását a mi megközelítésünk alapján.
- Hamar rájöttünk, hogy ezt számos módon felhasználhatjuk, például a tanulást segítő eszközként vagy konferenciákon. Használata valóban nagyon rugalmas.
-
- Az LPPDLG videókat készített a 2019. májusában megrendezett eseményünk reklámozására. Ez nagyon eredményesnek bizonyult, és a hatás valóban váratlan volt, és néhány résztvevő azt mondta, hogy ez valódi ösztönzés a volt részvételre. A videó szereplője, egy fiatal nő, a kereskedelem képviselője, egy, a video vázlatához nagyon hasonló forgatókönyvet követve mutatja be a témát... Angolul feliratozva francia nyelven beszél, és nagyon barátságosan, humorosan szólítja meg a szakma szakembereit. A videó jellemzően Youtube-os és technikai hiányosságai ellenére is egy nagyon korszerű promóciós módszert kínál.

A környezetbarát vendéglátás egyéb lehetőségei:

- A projekt során rendezvényközpontú megközelítést alkalmazunk: egyes rendezvényeinket nagyobb eseményekbe ágyazzuk, hogy a projektet mind az oktatási szektor, mind a vendéglátó szakma számára hozzáférhetővé tegyük.
- A „zöld kihívás”: Ez egy főzőverseny megszervezését jelenti tanulók számára. Mindegyik csapatot egy profi séf kíséri mentorként, akit érdekel és érint a fenntarthatóság. A tanulók érdeklődésének fokozása érdekében díjkiosztó ünnepséget rendeztünk a helyi vendéglátás szereplőivel. A rendezvénybe a sajtót is bevontuk. Ez a kihívás ismét remek alkalom volt a fenntarthatóság népszerűsítésére a külső érdekeltek felé. Ezt a bevált gyakorlatot valószínűleg regionális, helyi, sőt, iskolai szinten is célszerű lenne megismételni.
- Fontos, hogy a fenntarthatóság témája specifikussá váljon a vállalkozások számára, amely rendkívül fontos a vendégek, a sajtó, valamint a helyi hivatalok számára, amikor szükséges, és amikor lehetőség adódik.
-

Végeredmény

- A Green Guest elsődleges törekvése az volt, hogy tanulást segítő eszközöket állítson elő, és lehetőséget adjon a vendéglátóipar fenntarthatóság felé irányuló elkötelezettségének támogatására és erősítésére egy marketingcsomaggal. A kommunikáció és a reklám kiemelkedően fontos: ezért akartuk megtalálni a megfelelő kommunikációs csatornákat a projekt minden területén, ideértve annak tanulási aspektusait is.
- A vendéglátás valóban a környezettudatosság irányába halad? Mindenesetre, még ha a folyamat elején is vagyunk is, a környezetvédelmi és éghajlati kérdések égető fontossága még nyilvánvalóbb, mint három évvel ezelőtt, amikor elindítottuk a projektet. Miközben a green guesten dolgoztunk, a kommunikációs módszereinkből tanultak talán elősegítették az iparág elmozdulását a helyes irányba.
- Várható, hogy egy olyan iparágban, melyben az elhelyezkedési lehetőségek nem túl csábítóak, a vállalkozásunk elkötelezettsége és bizonyítékainak népszerűsítése ösztönözni fogja a karrierépítést. Valamennyi eszközünket: a tanulási eszközöket, a marketing eszközkészletet, amelyhez ez a jelentés tartozik, az érdekelt felek mind az oktatási, mind a szakmai környezetben fektetik be. Mindegyik már elérhető a weboldalunkon.

Project number:2016-1-FR01-KA202-024165THIS
PROJECT HAS BEEN FUNDED WITH SUPPORT FROM
THE EUROPEAN COMMISSION. THIS PUBLICATION
REFLECTS THE VIEWSONLY OF THE AUTHOR, AND
THE COMMISSION CANNOT BE HELD RESPONSIBLE
FOR ANYUSE WHICH MAY BE MADE OF THE
INFORMATION CONTAINED THEREIN.