

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



È possibile far
crescere la tua attività
turistica con impatto
positivo senza fare
grandi investimenti?
SIII

Turismo sostenibile



PARTNER

MEDIA PARTNER

PARTNER ISTITUZIONALI



Chi sono?

Sara Vitali
consulente per operatori turistici.

La mia esperienza



tour provider



gestione hotel



digital marketing



progettazione

La mia missione è aiutare gli operatori e le destinazioni a **crescere** avendo un **impatto positivo**, senza richiedere enormi investimenti attraverso corsi di formazione e consulenza.



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



1. Il mindset

- La mentalità

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI



La mentalità

Alcuni concetti chiave da interiorizzare per
lavorare al meglio:

- non avere fretta;
- ascoltati;
- scegli qualche azione utile;
- focalizzati.

PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

CON LA COLLABORAZIONE DI

SAATCHI & SAATCHI

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



2.La teoria

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



La base del turismo sostenibile

- turismo e le tre dimensioni della sostenibilità;
- destinazione e operatori privati;
- accessibilità



PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

CON LA COLLABORAZIONE DI

SAATCHI & SAATCHI

INVITALIA

PARTNER ISTITUZIONALI



Turismo sostenibile definizione

Il turismo è sostenibile quando..



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Turismo sostenibile definizione

Il turismo è sostenibile quando
tiene pienamente in considerazione il presente
e futuro impatto economico, sociale e
ambientale sul territorio rispondendo alle
esigenze di visitatori, industria turistica,
ambiente e comunità ospitanti.
- Organizzazione Mondiale del Turismo
(UNWTO)



PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

CON LA COLLABORAZIONE DI

SAATCHI & SAATCHI

INVITALIA

PARTNER ISTITUZIONALI



Turismo sostenibile definizione

La domanda diventa: “come possiamo interpretare e rendere più pratica questa definizione?”

Possiamo affermare che l’approccio sostenibile al turismo deve sempre considerare tre ambiti di applicazione: ambiente, società ed economia.



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Il turismo sostenibile definito dall'UNWTO dovrebbe:

Fare un uso ottimale delle risorse ambientali
che costituiscono un elemento chiave dello
sviluppo turistico, mantenendo i processi
ecologici essenziali e contribuendo a
conservare il patrimonio naturale e la
biodiversità.



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

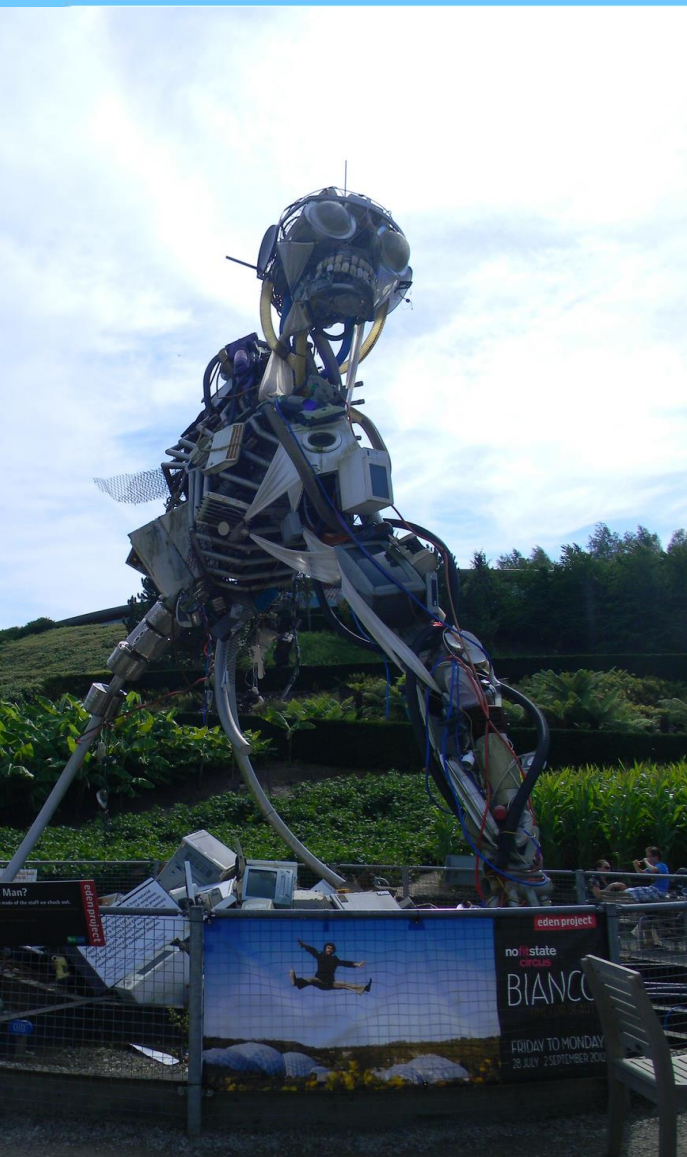
PARTNER ISTITUZIONALI



Il turismo sostenibile definito dall'UNWTO dovrebbe:

Rispettare l'autenticità socio-culturale delle
comunità ospitanti, conservare il loro
patrimonio culturale costruito e vivente e i
valori tradizionali, e contribuire alla
comprensione e alla tolleranza interculturale.

*Essere inclusivo





Il turismo sostenibile definito dall'UNWTO dovrebbe:

Garantire operazioni economiche sostenibili e a lungo termine, fornendo benefici socio-economici a tutte le parti interessate che siano equamente distribuiti, compresa l'occupazione stabile e le opportunità di guadagno e i servizi sociali alle comunità ospitanti, e contribuendo alla riduzione della povertà.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



APPROFONDIAMO

sostenibilità ambientale
sostenibilità sociale
sostenibilità economica.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Sostenibilità ambientale

Significa pianificare la propria attività senza danneggiare l'ambiente
cioè operare con una filosofia di riduco, riuso, riciclo.

Esempi

- sviluppare un piano di gestione che preveda dei miglioramenti nel tempo;
- utilizzo consapevole dell'energia rinnovabile e non.
- attenzione al consumo di carta in ufficio.

PARTNER

MEDIA PARTNER



Sostenibilità socio culturale

Significa pianificare la propria attività in modo inclusivo sia per quanto riguarda l'offerta che la progettazione

Esempi

- Non discriminare durante la scelta dello staff e delle organizzazioni con cui collaborare;
- accogliere e ideare proposte per tutti, nell'ottica di sviluppare una destinazione per tutti (ad esempio senza barriere architettoniche);
- collaborare nell'estendere la stagione permettendo più vita nella destinazione e una minor pressione sul territorio; *
- proporre formazione e opportunità di lavoro;
- garantire sicurezza e accesso al territorio per i residenti;
- supportare cause sociali.

PARTNER

MEDIA PARTNER

PARTNER ISTITUZIONALI



Sostenibilità economica

significa pianificare la propria attività per durare nel lungo termine,
investendo in risorse fondamentali.

Esempi

- privilegiare l'occupazione locale rispetto a quella internazionale che cerca scambi di esperienza;
- assicurare il lavoro in un ambiente sicuro con salario commisurato ;
- contribuire alla formazione, la crescita economica e responsabile dei dipendenti;
- collaborare con produttori e artigiani locali;
- supportare iniziative del territorio in particolare legate al no profit e alle infrastrutture locali.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI



La base del turismo sostenibile

Destinazione e operatori privati

il turismo sostenibile richiede una stretta
collaborazione tra enti pubblici e operatori
privati.



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



La base del turismo sostenibile

Accessibilità e inclusività oltre le norme
relative.. altrimenti ci sono alcuni rischi..

PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

SAATCHI & SAATCHI

INVITALIA



La base del turismo sostenibile

Questo non è accessibilità o inclusività



Foto di Roberto Vitali, Village 4 All

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



I 3 errori più comuni

- Tipologia VS approccio
- TS = SOLIDARIETA'
- Investimento VS Risparmio



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Tipologia VS approccio

Li confondiamo spesso e pensiamo che
l'approccio sostenibile al turismo sia una
tipologia turistica, come l'ecoturismo.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Tipologia VS approccio

Una tabella comparativa per comprendere meglio

<p>ECOTURISMO CARATTERIZZATO DA?</p> <p>Deve prevedere sempre un progetto di conservazione.</p>	<p>CHE FINE HA?</p> <p>conservazione dell'area naturale visitata e impatto positivo sulla comunità locale.</p>	<p>DOVE SI SVOLGE?</p> <p>Aree naturali, in particolare protette</p>
<p>TURISMO SOSTENIBILE CARATTERIZZATO DA?</p> <p>LA sostenibilità economica deve essere assicurata o almeno ricercata.</p>	<p>CHE FINE HA?</p> <p>considerare il presente e futuro impatto economico, sociale e ambientale sul territorio rispondendo alle esigenze di visitatori, industria turistica, ambiente e soprattutto comunità ospitanti nel lungo periodo.</p>	<p>DOVE SI SVOLGE?</p> <p>Ovunque</p>

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI



Turismo sostenibile vs solidarietà

capiamo la confusione

- Fiere del settore no profit come Fa la Cosa giusta.
- Organizzazioni no profit che operano in paesi svantaggiati come tour operator.
- Turismo spesso menzionato nei report di organizzazioni internazionali come strumento di sviluppo sostenibile



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Turismo sostenibile vs solidarietà

un po' di realtà

- La tipologia di turismo lusso è una delle maggiori categorie del turismo ad utilizzare un approccio sostenibile.
- Aziende internazionali e multinazionali come Intrepid Travel, TUI e SONEVA hanno alti standard di sostenibilità e regole ferree per fornitori e ospiti.
- ecoturismo (tipologia) e turismo accessibile (approccio) hanno un mercato in crescita stabile.



PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

SAATCHI & SAATCHI



Risparmiare invece che investire

vedere la scelta sostenibile come solo un
riparmio invece che un investimento



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



3. Gli esempi

PARTNER



MEDIA PARTNER

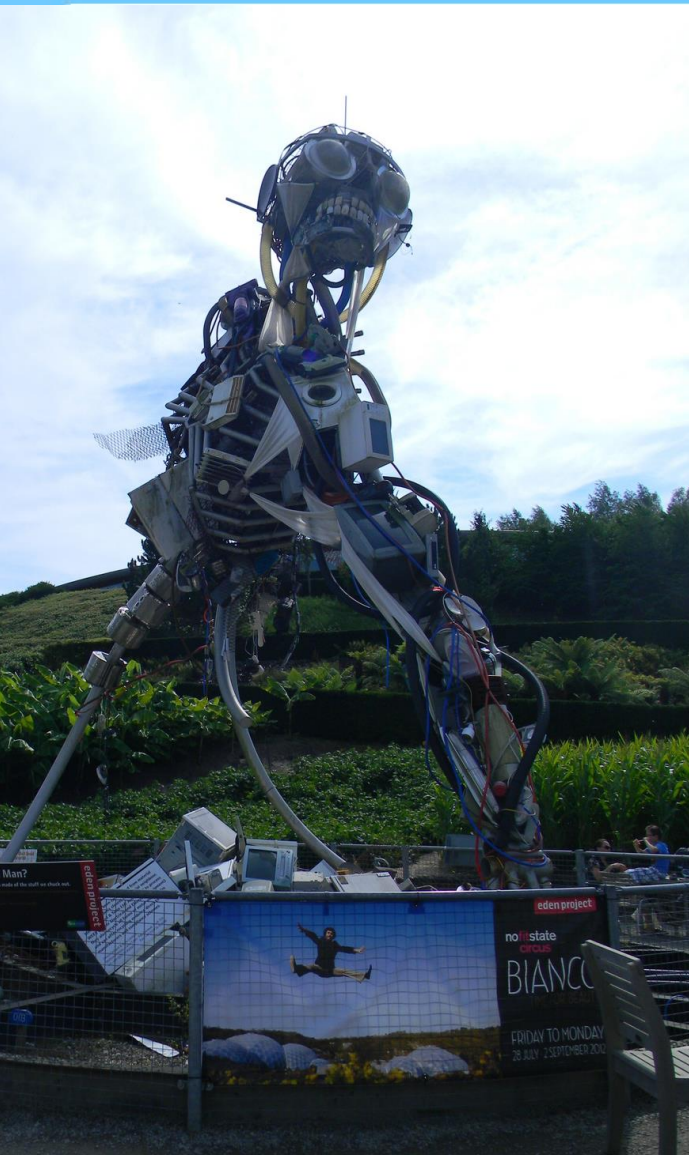


CON LA COLLABORAZIONE DI



PARTNER ISTITUZIONALI





Da dove iniziare?

Scelte e priorità!

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Sostenibilità nel turismo

Per iniziare ti suggerisco 5 azioni:
rispondere a 4 domande e prendere 1 decisione

Qual è la situazione iniziale della tua attività?

Verifica il consumo di energia, acqua, gas, cibo e plastica.

Domandati se la tua attività è accessibile a tutti, o almeno a tutti nel tuo target.

Controlla il tuo coinvolgimento nella comunità. Partecipi a qualche attività? Organizzi/ ospiti qualche evento?

Valuta il tuo coinvolgimento nel sociale. Condividi o promuovi qualche causa? Come?

PARTNER

MEDIA PARTNER



Sostenibilità nel turismo

Per iniziare ti suggerisco 5 azioni:
rispondere a 4 domande e prendere 1 decisione

Quale priorità hai per questo progetto?
Scegli al massimo 3 iniziative

Dedicati a massimo 3 iniziative l'anno e realizzale con cura. dedicati ad almeno una personalmente, anche se hai un team che può occuparsene.

Ti suggerisco di spalmarle nell'arco dell'anno (1 ogni 4 mesi ad esempio).

Ti suggerisco di scegliere iniziative diverse e complementari: 1 in loco durante l'apertura, 1 online e 1 di comunità che ti permetta di portare avanti i rapporti con la comunità locale nell'arco dell'anno.

Prevedi gli imprevisti: tieni pronta 1 iniziativa extra.

PARTNER

MEDIA PARTNER

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



Alcune attività e le loro priorità

PARTNER



FERRERO

LAVAZZA
GROUP

TIM

UniCredit

Unipol

MEDIA PARTNER



COMIN & PARTNERS



SAATCHI & SAATCHI



cdp



INVITALIA



MINISTERO
DELLA
CULTURA



MINISTERO DELLA
TRANSIZIONE ECOLOGICA



PARTNER ISTITUZIONALI



Hotel e accommodation di piccole dimensioni

Albergo Diffuso Fra i Sassi Residence

www.fraisassiresidence.com

ETICHETTA ECOLABEL

Indica attenzione verso la sostenibilità ambientale

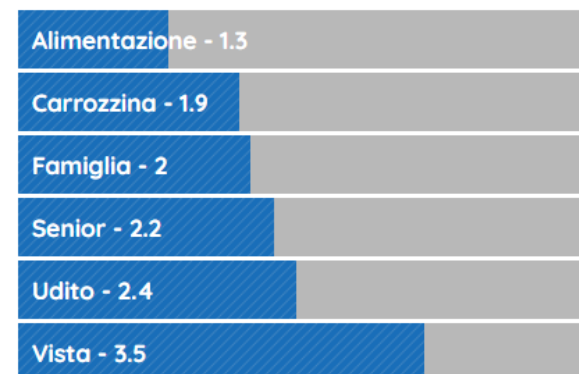
ACCESSIBILITA' CERTIFICATA VILLAGE

4 ALL

Dimostra l'impegno nel rendere la struttura
migliore e più accessibile per tutti

Punteggio Accessibilità

[Scopri di più](#)



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Hotel e accommodation di piccole dimensioni

Munta e Cara Albergo Diffuso

<https://muntaecara.it>

RECUPERO E RIUTILIZZO EDIFICI

Tutte le abitazioni sono state recuperate e restaurate, rispettando i racconti del passato in esse custoditi, e valorizzando l'unicità delle decorazioni del tempo passato.

COLAZIONI PRESIDIO SLOW FOOD E SERVIZIO DI TRASPORTO BAGAGLI

L'hotel è inserito nel circuito Slow Food, garanzia di qualità e ricercatezza nella selezione di ingredienti eccellenti e massima cura nella preparazione delle ricette.

La piccola auto elettrica Minnie è a disposizione!



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Hotel grande con vari dipartimenti o catena alberghiera (generalmente lusso)

SONEVA

<https://soneva.com/explore-soneva>



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Hotel grande con vari dipartimenti o catena alberghiera (generalmente lusso)

SONEVA REPORT SULLA SOSTENIBILITA'

I report completi si possono scaricare dal sito

<https://soneva.com/sustainability-at-soneva>

RIDUZIONE DEL CARBONIO

Le emissioni indirette, come i viaggi aerei degli ospiti, sono mitigate attraverso programmi di riduzione del carbonio come la campagna Myanmar Stoves attraverso la Fondazione Soneva.

WOMEN IN SONEVA

Il programma Women in Soneva mira ad aumentare la percentuale di donne maldiviane impiegate nell'ospitalità creando un ambiente accogliente e sicuro per tutti gli ospiti in cui vivere e lavorare, oltre ad affrontare direttamente le opportunità di carriera per le donne.

SONEVA OCEAN STEWARDS

L'investimento di capitale sociale nel nostro programma di nuoto si ripaga enormemente perché le comunità guadagnano molto in termini di competenze salvavita e consapevolezza ambientale.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Agenzia viaggi o tour operator

Intrepid group

www.intrepidgroup.travel/



OTHER PARTNERS

PARTNER



MEDIA PARTNER



PARTNER ISTITUZIONALI



Agenzia viaggi o tour operator

Intrepid group

Le informazioni complete sulla sostenibilità si possono scaricare qui
www.intrepidgroup.travel

TURISMO RESPONSABILE

I viaggi responsabili sono la spina dorsale di tutti i marchi. Si assicurano che tutti i viaggi beneficino le persone locali, la loro cultura, l'economia e l'ambiente.

GESTIONE DEL CARBONIO

E' un'azienda molto attenta all'inquinamento prodotto, compensano le emissioni di carbonio di tutti i viaggi e degli uffici globali.

BENESSERE DEGLI ANIMALI

Incoraggiano attivamente i passeggeri a viaggiare in modo da sostenere il benessere degli animali. Non offrono attività che permettano lo sfruttamento o l'utilizzo degli animali per l'intrattenimento.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Tour provider, guide, accompagnatori

Km zero tours

www.kmzerotours.com/



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Tour provider, guide, accompagnatori

Km zero tours

www.kmzerotours.com/

TRAVELIFE PARTNER

Si riceve lo status di Partner Travelife solo quando:

- sono stati stabiliti i principi di gestione di base ;
- sono state implementate le best practices di base e
- sono stati comunicati a Travelife i risultati raggiunti.

ACCESSIBILITA'

Purtroppo non siamo attrezzati in modo specifico per persone con disabilità, ma abbiamo strutture con cui collaboriamo qui nel Chianti che hanno l'ascensore per poter accedere alle camere, e possiamo creare itinerari privati selezionando posti e paesi accessibili a tutti senza dover fare scale o simili.

ALLA BASE DI KM ZERO TOURS

"Km Zero" (letteralmente "nessuna distanza") significa la scelta consapevole di acquistare prodotti di qualità e di consumarli il più vicino possibile alla zona di produzione, garantendo così freschezza, stagionalità e biodiversità."

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Agriturismo Le Ceregne (Toscana)

www.leceregne.it/

SOSTENIBILITÀ E TRADIZIONE

Ha vinto nel 2013 gli Oscar Green 2013, concorso per valorizzare le aziende agricole più innovative gestite da giovani ed è stato riconosciuto come una delle prime realtà italiane di turismo sostenibile a impatto zero.



La visione di Giada comprende pannelli solari fotovoltaici e agricoltura biologica, Ipad e galline allevate all'aperto, irrigazione con riciclo delle acque piovane e verdura fresca dell'orto, risparmio energetico e raccolta dei frutti spontanei.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Poco Tapas Bar (Bristol)

www.pocotapasbar.com

SPRECO DI CIBO

In base ai principi dell'economia circolare, tutti i prodotti sono scelti in modo da poter essere riutilizzati circolando ad alta qualità sia per essere mangiati, sia per essere compostati o rinnovati.

Gli ingredienti sono ordinati quotidianamente e lasciano che i piatti si esauriscano per mantenere il cibo fresco ed evitare un eccesso di prodotti.



Gli chef e i camerieri pesano ogni giorno i sacchetti della spazzatura, tenendo un registro di cosa e quanto stanno sprecando in modo da poterlo analizzare e ridurre.

I menu hanno delle ricette di salvataggio che trasformano le eccedenze o i prodotti secondari in piatti deliziosi, ad esempio se vendono meno sgombrano di quanto si aspettano, gli chef noteranno l'eccesso e prepareranno un'escabeche.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Poco Tapas Bar (Bristol)

www.pocotapasbar.com

PREMI

Incoronato ristorante sostenibile dell'anno 2016 & 2018, nonché miglior ristorante inglese e miglior ristorante indipendente ai premi della Sustainable Restaurant Association e miglior ristorante etico agli Observer Food Monthly Awards.



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



4. Criteri e certificazioni

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI



Criteri

Perchè iniziare dai criteri e soprattutto quali conoscere? ([GSTC criteria](#))

Sono la parte più utile di ogni certificazione!

PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

CON LA COLLABORAZIONE DI

SAATCHI & SAATCHI

PARTNER ISTITUZIONALI

INVITALIA



Criteri GSTC

- Sono pensati per valutare le organizzazioni che certificano;
- Sono da interpretare, indicazioni d'ispirazione a cui aggiungere le "azioni" più adatte ;
- sono internazionali che vanno adattati alla singola situazione locale
- i criteri comprendono 4 aree





Criteri GSTC

I criteri comprendono 4 aree:

- Dimostrare una gestione sostenibile efficace;
- Massimizzare i benefici sociali ed economici per la comunità locale e minimizzare gli impatti negativi;
- Massimizzare i benefici per il patrimonio culturale e minimizzare gli impatti negativi;
- Massimizzare i benefici per l'ambiente e minimizzare gli impatti negativi.



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Certificazioni

Vogliamo certificarci?
come possiamo utilizzare le certificazioni?
Quali certificazioni possiamo valutare?



PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



5. Comunicazione

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI



La comunicazione..in breve

La base della nostra comunicazione
cosa intendiamo..qual è il nostro messaggio?!
La peste nera della comunicazione: il washing!!

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI



La base della nostra comunicazione

La nostra comunicazione è ciò che ci permette di mostrare al mondo chi siamo.

Se abbiamo le idee chiare su questo e definiamo cosa vogliamo dire e perché otterremo un risultato fantastico: riusciremo ad attirare verso di noi le persone (target) che più si adatta al nostro prodotto o servizio.

La mentalità, le nostre idee in merito alla comunicazione però devono essere forti verso una direzione: trasparenza e chiarezza.

PARTNER

MEDIA PARTNER



La base della nostra comunicazione

Alcuni suggerimenti:

- scegliamo i nostri **colori** per quello che sono e non per i significati e le interpretazioni che possono avere --> evitiamo il green washing ad esempio.
- lavoriamo sulla **precisione della nostra comunicazione**, cerchiamo riferimenti scientifici solidi e affidabili per i nostri progetti che lo richiedono.
- Mostriamo il nostro **work in progress**, le nostre sperimentazioni e i risultati negativi che abbiamo avuto.
- Cerchiamo di essere **autentici e onesti**: condividiamo insegnamenti e lezioni imparate, il nostro percorso merita questa attenzione.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



Cosa intendiamo..qual è il nostro messaggio?!

Ti è mai capitato di leggere la descrizione di un'attività o di un servizio e non comprendere al 100% cosa si intende?

Oltre alla comunicazione canonica commerciale cosa vogliamo dire? Cosa vogliamo promuovere?

Per quanto riguarda l'approccio sostenibile nel turismo prova a rispondere ad alcune domande.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

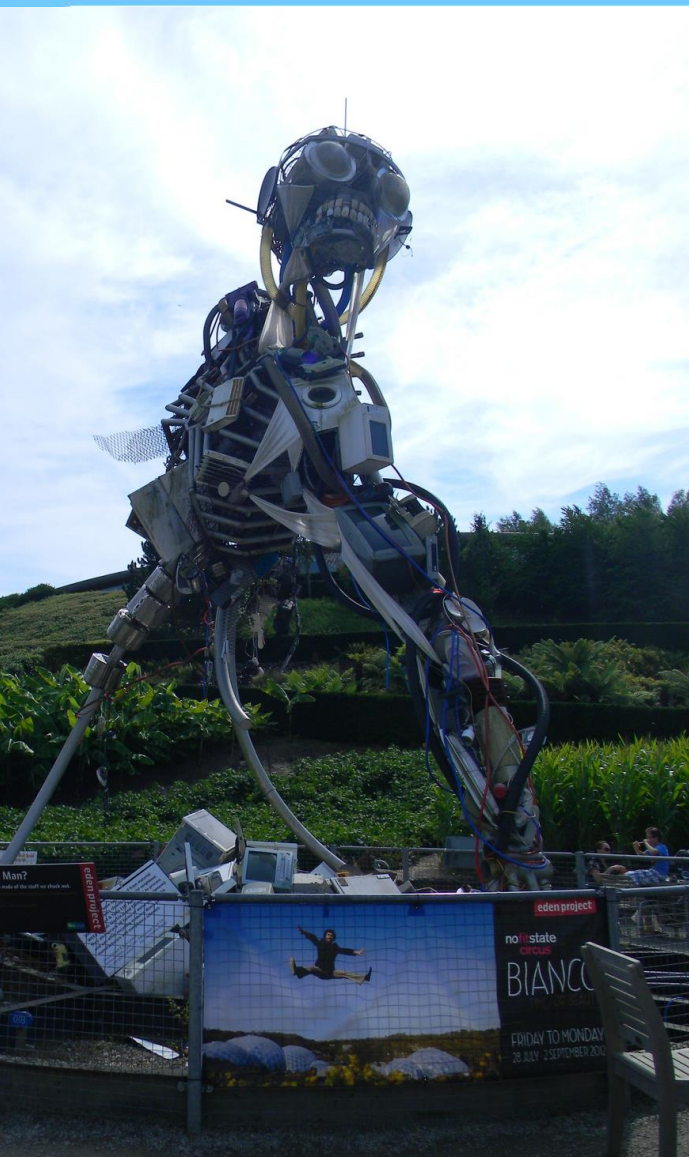
PARTNER ISTITUZIONALI



Cosa intendiamo..qual è il nostro messaggio?!

Prova a dare risposta a questa domanda (non ci sono
risposte giuste o sbagliate):

**“Quando posso pensare di avere un approccio
sostenibile?”**





Cosa intendiamo..qual è il nostro messaggio?!

La seconda domanda (non ci sono risposte giuste
o sbagliate):

**“Quale azione, quale cambiamento rappresenta
per te un passo in avanti verso la sostenibilità?”**

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



Cosa intendiamo..qual è il nostro messaggio?!

E infine:

**Da dove posso cominciare ad occuparmi della
sostenibilità per la mia attività?**

So quale potrebbe essere il mio percorso?

Sono pronta/o a svolgerlo?

PARTNER

MEDIA PARTNER

COMIN & PARTNERS

SAATCHI & SAATCHI

È possibile far crescere la tua attività
turistica con impatto positivo senza fare
grandi investimenti? SIII

SARA VITALI CONSULENTE
PER IL SETTORE TURISMO



La peste nera della comunicazione: il washing!!

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



La peste nera della comunicazione: il washing!!

Greewashing è un neologismo inglese che significa colata verde.

Si dice di un'azienda quando questa utilizza il marketing in modo improprio e annuncia azioni, servizi, processi produttivi o prodotti più verdi (meno inquinanti) di quanto non siano in realtà.

La buona notizia è che un approccio alla comunicazione focalizzato su chiarezza e trasparenza è la carta vincente per non cadere mai nel washing che sia green, azzurro, viola o nero.

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI



GRAZIE!

COME MI PUOI CONTATTARE?



www.saravitali.com



sara@saravitali.com



Profilo Sara Vitali o Pagina
Sustainable Tourism World
(S.Tou.W)



Sara Vitali - consulente turismo

PARTNER

MEDIA PARTNER

CON LA COLLABORAZIONE DI

PARTNER ISTITUZIONALI