

## Premio Turismo Responsabile Italiano 2015

Padova 19 settembre, WTE - World Tourism Expo  
Salone Mondiale del Turismo nelle città e nei siti Unesco,  
Palazzo della Ragione

Il **Premio Turismo Responsabile Italiano, TRI**, è stato fondato nel 2010 da **L'Agenzia di Viaggi**, il giornale dei professionisti del turismo, con il patrocinio di *Enit*, *Fiavet* e *Uftaa*. Ogni anno a settembre la cerimonia di premiazione si svolge al WTE, il Salone del Turismo nei siti Unesco che, insieme all'Associazione Beni Italiani Patrimonio Mondiale Unesco, riunisce a Padova – nell'antico Palazzo della Ragione – città e siti iscritti alla lista del Patrimonio dell'Umanità.

**L'Agenzia di Viaggi** con questo riconoscimento si prefigge di divulgare la cultura della responsabilità nel turismo e di far conoscere persone e imprese che, in Italia e in tutto il mondo, sono attivi nell'offerta di Turismo Responsabile in linea con i criteri del GSTC e prenotabile nelle agenzie di viaggi, anche online. Oltre 50 imprese hanno già ricevuto il premio nelle quattro categorie: Agenzie di Viaggi, Tour operator, Ospitalità, Enti del turismo pubblici e privati.

### Regolamento

**Per candidarsi** all'edizione 2015 del **Premio TRI** si invia la descrizione di un pacchetto turistico – dettagliato e quotato – e si compila il questionario **Turismo Responsabile Italiano**. Il tutto va inviato a: [redazione@lagenziadiviaggi.it](mailto:redazione@lagenziadiviaggi.it) entro il **6 agosto 2015**.

Saranno selezionati tre vincitori, mentre alle altre proposte meritevoli sarà assegnato il riconoscimento di "sostenitore" del **Turismo Responsabile Italiano**.

## Che cosa è il Turismo Responsabile

Rispetto dell'ambiente, della biodiversità, della cultura e delle popolazioni locali: sono i criteri costitutivi dell'idea di **Turismo Responsabile**, applicabili a ogni tipo di viaggio, dal lusso alla capanna all'aria aperta.

L'organismo internazionale a cui *L'Agenzia di Viaggi* si riferisce per i propri standard è il **Global Sustainable Tourism Council, GSTC** – sotto gli auspici di UNWTO – che ha stilato due serie di criteri: per "Destinazioni" e per "Tour Operator e Hotel". In inglese il Turismo Responsabile viene definito *Sustainable Tourism* per la conservazione dell'ambiente, della cultura e la riduzione della povertà.

Il viaggio è un importante fenomeno culturale, il modo migliore per aprire la mente e stabilire relazioni con popoli di diversa cultura e per imparare a dare valore alla diversità. Chi lavora nel turismo cerca "il bello e il buono" con dedizione ed esperienza. Tutti noi siamo responsabili delle nostre scelte e la nostra missione è portare con noi ovunque la consapevolezza del valore di ogni esperienza, sia da organizzatori che da viaggiatori.

vettore ufficiale



con la collaborazione di



Azienda \_\_\_\_\_

Indirizzo \_\_\_\_\_

Contatti \_\_\_\_\_

Responsabile \_\_\_\_\_

Note \_\_\_\_\_

### Categoria

Agenzia di Viaggi  Tour Operator  Hotel/Ricettività  Ente Pubblico/Privato

Data \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

### Regolamento

Per candidarsi all'edizione del **Premio TRI 2015**, si invia pacchetto turistico - descritto nei dettagli e quotato - insieme al questionario TRI a: [redazione@lagentiadiiviaggi.it](mailto:redazione@lagentiadiiviaggi.it). Il pacchetto o itinerario turistico dovranno contenere: ospitalità, pasti, attività e informazioni sul territorio (cultura, natura e popolazione) ed escursioni.

### Questionario

Il questionario **TRI** si ispira ai principi del Global Sustainable Tourism Council\* applicati all'area di attività di aziende o persone candidate. Nel campo note si dovranno segnalare le iniziative e i progetti individuali che caratterizzano ciascun candidato.

Il **Turismo Responsabile Italiano** è un premio internazionale e non ci sono limiti geografici alle candidature, ma è riservato a quattro categorie principali: Tour Operator e Agenzie di Viaggi con licenza, Alberghi e strutture ricettive riconosciute, Enti turistici territoriali pubblici e privati. Tutti i pacchetti e i prodotti turistici devono poter essere venduti in agenzia, perché tra gli obiettivi del Premio TRI c'è anche la valorizzazione del ruolo di consulenza dell'intermediazione turistica.

\* Global Sustainable Tourism Council e gli indicatori sono stati elaborati da una coalizione che include United Nations Foundation (UNF), Rainforest Alliance, World Tourism Organization (UNWTO) e United Nations Environment Programme (UNEP)

I criteri e gli indicatori per misurarne la conformità sono disponibili su [www.gstcouncil.org](http://www.gstcouncil.org)

*Per compilare il questionario si segna la casella 'SI' in corrispondenza delle attività esplicitamente incluse nel programma aziendale per la sostenibilità.*

### PER TUTTI

#### Management e marketing

Formazione sul comportamento responsabile in azienda; monitoraggio e archiviazione dei dati sullo sviluppo dei progetti green; divulgazione dell'impegno responsabile dell'impresa sul materiale informativo, sul sito e nel rapporto con la comunità locale.

SI  NO

#### Rapporti con i clienti

Garanzia di standard sanitari, sicurezza e privacy. Informazione ai viaggiatori sul corretto comportamento da tenere nella destinazione: sostenibile e rispettoso della cultura locale.

SI  NO

#### Relazione con il territorio

Promozione e sostegno a iniziative per la conservazione dell'ambiente nella destinazione, per la tutela dell'equilibrio sociale.

SI  NO

#### Benefici per la comunità

Sviluppo di benefici economici per la popolazione locale e incentivo al benessere della comunità; miglioramento delle condizioni di lavoro e dell'accesso all'occupazione nel turismo.

SI  NO

#### Benefici per i viaggiatori

Offerta ai viaggiatori di proposte di viaggio che favoriscono il contatto con le popolazioni locali, per una migliore comprensione della cultura e del tessuto sociale. Promozione del rapporto rispettoso tra viaggiatore e popolazione locale. Accesso a questo tipo di turismo alle persone diversamente abili.

SI  NO

### Trasporti

Contenere e ridurre l'uso dei mezzi privati per favorire l'utilizzo della rete locale di trasporto pubblico. Programmare itinerari a piedi e in bicicletta o con mezzi alimentati da combustibile alternativo.

SI  NO

### TOUR OPERATOR

Sviluppo e gestione del prodotto turistico con i criteri del turismo responsabile; programmazione di tour e pacchetti con l'utilizzo di formule e servizi che minimizzano l'impatto ambientale, sociale e culturale del turismo.

SI  NO

### Contratti con i fornitori

I criteri di sostenibilità che l'impresa ritiene essenziali sono inseriti negli accordi con fornitori e corrispondenti.

SI  NO

### STRUTTURE RICETTIVE

#### Acquisti responsabili

Acquisto di beni e servizi da fornitori locali, utilizzo di prodotti alimentari biologici e del territorio. Utilizzo di legno, carta, utensili, gadget, imballaggi da materiali riciclati.

SI  NO

#### Patrimonio Naturale

Contributo alla difesa del biosistema locale nei giardini e nelle colture legate al turismo e alle strutture ricettive, protezione e tutela delle specie animali tipiche dell'habitat.

SI  NO

#### Edilizia

Utilizzo per le costruzioni di materiali locali e di criteri di edilizia sostenibile.

SI  NO

#### Cultura e tradizioni

Rispetto dei valori estetici del territorio e nelle strutture, valorizzazione delle tradizioni e della cultura locale, dell'arte e degli usi della popolazione. Contributo alla tutela di locali storici, archeologici e di alto valore culturale.

SI  NO

#### Risparmio energetico

Illuminazione e riscaldamento a basso consumo, utilizzo di elettrodomestici classe A; isolamento termico, uso di energie rinnovabili nelle varie forme.

SI  NO

#### Acque

Impiantistica a ridotto consumo idrico, trattamento delle acque grigie, utilizzo e stoccaggio dell'acqua piovana, tecniche di irrigazione e giardinaggio "verde". Detersivi e sostanze chimiche eco compatibili in contenitori riciclati.

SI  NO

#### Rifiuti

Gestione dei rifiuti solidi con l'obiettivo di ridurre al minimo la quantità, riciclo e riutilizzo degli stessi.

SI  NO

### ISTITUZIONI E OPERATORI DEL TERRITORIO

#### Mappatura turistica

Mappatura della propria area di competenza per individuare le aree di eccellenza ambientale e culturale. Valorizzazione e diffusione delle tradizioni tipiche, dei prodotti di artigianato e gastronomia; promozione degli eventi.

SI  NO

#### Strutture e impresa

Database di strutture ricettive, ristoranti e, in generale, di organizzazioni e imprenditori che adottino – almeno in parte – pratiche "responsabili" per l'ambiente e la cultura locale, anche al fine di creare sinergie commerciali

SI  NO

#### Formazione

Sensibilizzazione della popolazione locale sullo sviluppo sostenibile del territorio, al fine di "soddisfare i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la possibilità che le generazioni future riescano a soddisfare i propri" (Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo, Onu, 1987)

SI  NO

#### L'offerta turistica

Sensibilizzazione di agenzie di viaggi e tour operator del territorio per la programmazione di un prodotto turistico responsabile, che riunisca più segmenti: gastronomia, itinerari naturalistici e culturali, attività (sport e altro), ospitalità, prodotti tipici e di artigianato.

SI  NO

#### Divulgazione e promozione

Pubblicazione online e su carta, in italiano e in inglese, di informazioni sul territorio con pacchetti turistici fruibili in agenzia di viaggi. L'offerta dovrà comprendere informazioni su: attività sportive e di svago, istruzioni per raggiungere la destinazione e altro (stagionalità, cosa mettere in valigia e consigli utili alla visita). Diffusione capillare del materiale informativo, anche locale e su tutti i canali disponibili.

SI  NO

#### Pianificazione territoriale sostenibile

Realizzazione di un quadro ambientale della propria zona, identificazione delle aree di intervento possibili e, con l'ausilio degli organismi preposti, pianificazione territoriale per la tutela del territorio sul lungo periodo.

SI  NO