

## **Actionplan**

**Società Cooperativa Turistica Alta Badia**

1. Scopo del documento	3
2. Budget	3
3. Macro Obiettivi del piano d'azione	4
4. Piano d'azione futura	6

## 1. Scopo del documento

Lo scopo di questo piano d'azione è di **definire le azioni future** su diverse questioni. Questo dovrebbe aiutarci ad esprimere misure concrete in modo che queste possano essere attuate anche in futuro. Per questo, esprimiamo un piano concreto e fissiamo anche delle scadenze. Il documento si aggiorna in base alle varie discussioni, riunione e feedback provenienti dal Green Team, dai dipendenti, dai soci, dagli ospiti ecc.

## 2. Budget

Essere sostenibili vuole anche dire, implementare azioni concrete per ottenere dei risultati.

Come Alta Badia abbiamo intrapreso questo percorso ormai da piú di 2 anni. Sono già state introdotte figure responsabili per la sostenibilità, tanti cambiamenti anche in piccole cose in ottica sostenibile, e in futuro si prevedono altre attività in questa direzione. Rimane sempre ancora difficile stimare un budget dettagliato.

Nel 2022 la prima azione concreta a seguito della certificazione è stato l'aumento di lavoro per il personale, ed è quindi stata introdotta una **nuova funzione tra SCTAB e ABB che ha il compito di seguire tutti i progetti di sostenibilità, come anche revisionare periodicamente la documentazione GSTC, ed implementare i principi sostenibili nelle azioni e compiti quotidiani. Sia la SCTAB che ABB hanno introdotto la figura di green manager full time.** In termini di numeri quindi, già da questo primo anno, sappiamo che è necessario un budget minimo di 50.000,00 € per far fronte ai primi aumenti di costi a causa dell'assunzione delle figura responsabili. Inoltre sono state prese decisioni rilevanti per la produzione di materiali promozionali su carta riciclata (100%) per tutti gli stampati, sono inoltre stati aumentati i budget destinati ad associazioni locali, sono stati attivate iniziative concrete, come per esempio, il progetto EGA, e si valuta l'organizzazione di eventi e convegni dedicati alla sostenibilità con costi sostanziosi. Possiamo quindi presumere che nei prossimi anni il budget annuo relativo a progetti strettamente legati alla sostenibilità fra SCTAB e ABB verrà aumentato a 75.000,00/100.000 €. Relativi a progetti ad attività oltre che ad azioni di comunicazione.

### 3. Macro Obiettivi del piano d'azione

Ambito Management:

L'obiettivo è quello di **rafforzare costantemente la struttura interna che si occupa di temi sostenibili, ed incentivare la collaborazione e le sinergie tra gli stakeholder del territorio.**

ABB, per esempio, riunisce già la SCTAB, CIFAB e i due eventi internazionali. Coni comuni e le associazioni di categoria il dialogo è costante al fine di definire una strategia, ed attività concrete e sostenibili per il futuro. La strada del dialogo e delle iniziative condivise, grazie anche a tavoli di lavoro, come il "Green Team Alta Badia" sono la linea marcata per il futuro.

In questo ultimo anno abbiamo ripreso i workshop con Brand Trust per il prosieguo del piano strategico dell'Alta Badia includendo nel gruppo di discussione anche gli Stakeholder esterni (Comuni, associazioni albergatori, associazioni locali). Al momento stiamo discutendo e valutando il piano di lavoro e il servizio di assistenza che vogliamo confermare con l'agenzia esterna. Come descritto in precedenza, le figure di green manager sono operative full time (svolgendo anche mansioni ulteriori) sia in ABB che nella SCTAB, è inoltre stata creata una task force interna volta a supportare le strutture ricettive interessate nel percorso di certificazione GSTC. L'obiettivo è quello di rendere sia la struttura interna, che i rapporti esterni, sempre più consolidati e orientati ad un percorso comune volto ad un percorso sostenibile.

Ambito Socio-Economico:

Vogliamo includere sempre di più la popolazione nelle visioni e nella strategia del comprensorio, in special modo i giovani, attraverso programmi di tirocinio e partecipazione ai processi decisionali su tutti i livelli. C'è la volontà, insieme agli altri stakeholder, di creare infrastrutture e programmi accessibili per tutte le categorie.

Uno dei capisaldi del comprensorio è da sempre **l'inclusione, l'accoglienza e la valorizzazione di ogni singolo individuo.**

Il piano strategico spiegato nel punto precedente (Management) ha proprio come obiettivo generale quello di estendere le visioni e la strategia a tutti gli stakeholder esterni. Inoltre nell'ultimo anno abbiamo iniziato la collaborazione con la Scuola Superiore locale con la quale abbiamo sviluppato un progetto di accompagnamento, sviluppato in 10 moduli, della 4a classe per tutto il secondo semestre, con ottimi risultati e con la convinzione di continuare anche nei prossimi anni. Tramite il progetto, i ragazzi hanno incontrato gli operatori turistici, e

non solo, nella loro quotidianità, per comprendere le dinamiche del loro lavoro e orientarsi nelle scelte future.

Un altro importante progetto è relativo alla produzione di una serie di contenuti video promozionali, dedicato alle associazioni no profit locali, tra le quali i vigili del fuoco, le bande musicali e le "Patrones", massima espressione della cooperazione e sostegno locale. Tramite questi video si è voluto dare loro l'importanza che meritano.

#### Cultura:

La cultura ladina è il valore che contraddistingue maggiormente il nostro territorio. Si tratta di un elemento innato, un motivo di orgoglio ed appartenenza presente in tutti gli abitanti della valle e che sta assumendo sempre più importanza soprattutto fra le nuove generazioni. Le misure di **supporto e tutela della lingua e cultura** sono da anni un caposaldo della strategia politica, turistica e sociale. L'obiettivo è quello di rafforzare e valorizzare costantemente questo patrimonio.

Nell'ultimo periodo abbiamo cercato di sostenere nei limiti possibili le attività culturali del posto, specialmente il Musical Ojöp da Oies ne è una conferma. Il ladino è inoltre presente in tutte le campagne di comunicazione del territorio, oltre che nella quasi totalità degli eventi ed attività proposte agli ospiti. Fra i 5 valori del marchio, è senza dubbio quello più importante.

#### Ecosostenibilità:

Siamo consapevoli di fungere da guardiani di un territorio fragile e visitato annualmente da moltitudini di persone provenienti da tutto il mondo. L'obiettivo è quello di creare **consapevolezza in ogni singolo abitante del posto, ma anche e soprattutto nei visitatori**, ad un approccio sostenibile, consci delle problematiche connesse ad un ambiente tanto sensibile. Con iniziative proprie, ed insieme alle istituzioni, c'è la volontà di creare progetti e infrastrutture volti a ridurre l'impatto delle attività, turistiche e non, sul territorio.

Il primo progetto concreto che stiamo valutando assieme a tutti gli stakeholder è l'istituzione di un **ufficio mobilità interno**. L'obiettivo è quello di creare un ufficio competente che si occupi di tutte le questioni di mobilità del territorio, e dello sviluppo di progetti e azioni concrete che aiutino a migliorare il traffico intenso soprattutto in alcuni periodi dell'anno.

In questo ambito da citare nuovamente il piano di supporto strategico e operativo ideato per le strutture in ottica di certificazione GSTC e il progetto EGA, volto a sensibilizzare ed incentivare la valorizzazione dell'acqua di fonte. Insieme ad Etifor, si cercherà inoltre di

creare nuove zone boschive da sistemare, ed è costante il dialogo con le organizzazioni competenti per provare a contrastare il problema bostrico. In tale ambito viene prevista settimanalmente un'escursione dedicata agli ospiti per informarli sulla tematica.

## 4. Piano d'azione futura

### 1. Impatti climatici e vulnerabilità della destinazione

<b>Obiettivo</b>	La destinazione Alta Badia deve essere consapevole dei rischi connessi all'evoluzione climatica. Ha bisogno di capire quali questioni possono colpire particolarmente la destinazione e come può affrontare questa tipologia di problemi. La destinazione deve assolutamente includere le tematiche legate alla sostenibilità nella sua strategia e agire di conseguenza.
<b>Azioni</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sensibilizzazione degli stakeholder (Progetto Brandtrust 2030)</li> <li>2. Sensibilizzazione degli ospiti alle tematiche sostenibili</li> <li>3. Espansione di progetti (ETIFOR) e prodotti sostenibili</li> <li>4. Spirito innovativo delle prossime generazioni in relazione alla sostenibilità</li> <li>5. Ridurre il rischio dei boschi protettivi (es. Vaia) con iniziative come WOWNature</li> <li>6. Alta Badia Climate Positive</li> <li>7. Progetto EGA</li> <li>8. Progetto e piani infrastrutturali insieme a Provincia e Comuni</li> </ol>
<b>Deadline</b>	Entro 2030
<b>Interventi concreti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizzazione workshop con i 3 comuni e Etifor per progetti di riforestazione urbana</li> <li>• partecipazione a progetto interreg assieme a più destinazioni, con focus su temi di sostenibilità</li> </ul>

### 2. Programmi di qualificazione

<b>Obiettivo</b>	I collaboratori di tutto il Comprensorio devono essere informati sui temi e progetti sostenibili, soprattutto in relazione alla certificazione GSTC, e trasmettere queste informazioni soprattutto agli ospiti, alle parti interessate e alla gente del posto.
<b>Azioni</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Organizzazione di programmi interni di qualificazione nel settore della sostenibilità</li> <li>2. Formazioni online e in presenza su temi specifici dell'ambiente</li> <li>3. Partecipazione a formazioni organizzate da parte di altre strutture (IDM, HGV...)</li> </ol>

	4. Progetti di supporto alle strutture (GSTC)
<b>Deadline</b>	Entro 2024
<b>Interventi concreti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Per ogni nuovo collaboratore è previsto l'obbligo di partecipazione al corso GSTC</li> <li>• Raggiungimento di 10 strutture certificate GSTC</li> </ul>

### 3. Promozione dell'apprendistato nel turismo

<b>Obiettivo</b>	Aumentare l'attrattiva dell'apprendistato nel turismo insieme alle aziende associate. Le persone devono essere rese consapevoli dell'importanza del turismo per la nostra regione e del contributo che possono dare ad esso.
<b>Azioni</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cooperazione con le scuole di gestione alberghiera per una migliore commercializzazione</li> <li>2. Migliore comunicazione delle offerte di apprendistato nelle aziende associate</li> <li>3. Progetti di coinvolgimento dei ragazzi direttamente in collaborazione con le scuole (Es. Progetto Scuola e Turismo)</li> </ol>
<b>Deadline</b>	Sviluppo del progetto già avviato nel 2024
<b>Interventi concreti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riproposizione annuale del progetto Scuola e Turismo</li> <li>• Disponibilità di 4 periodi di stage annuali per studenti del posto</li> </ul>

### 4. Riduzione dello spreco energetico

<b>Obiettivo</b>	La destinazione Alta Badia deve essere consapevole di quanta energia è necessaria nei processi interni ed esterni, per ottimizzare il consumo di elettricità. Le misure volte al risparmio energetico devono essere definite e integrate in tutta l'azienda.
<b>Azione</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creare una linea guida per ridurre il consumo di energia per ogni dipartimento.</li> <li>2. Risparmiare elettricità tramite piccoli gesti, che vengono comunicati a tutti i dipendenti, come <ul style="list-style-type: none"> <li>- spegnere il computer quando non serve</li> <li>- usare la luce del sole quando possibile</li> <li>- ecc....</li> </ul> </li> <li>3. Sensibilizzazione dei soci e partner a fare lo stesso porgendo assistenza</li> <li>4. Valutazione e monitoraggio del consumo necessario per tutti gli eventi ed attività proposte nelle varie stagioni.</li> </ol>
<b>Deadline</b>	Entro 2024
<b>Intervento concreto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Misurazione dettagliata del consumo energetico delle strutture CTAB e ABB</li> <li>• Implementazione annuale di almeno 5 eventi totalmente "energetic free"</li> </ul>

## 5. Riduzione dell'acqua

<b>Obiettivo</b>	La cooperativa turistica deve operare per ottenere una costante riduzione dell'acqua utilizzata nella propria attività. Misure concrete devono essere definite e comunicate a tutti i dipendenti. Le aziende associate devono essere coinvolte ed informate quando vengono implementate attività o procedure importanti.
<b>Azione</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Fare un controllo dell'acqua per l'azienda: strumenti online come <a href="https://www.co2online.de/energie-sparen/heizenergie-sparen/warmwasser/wasser-sparen-kaltwasser/">https://www.co2online.de/energie-sparen/heizenergie-sparen/warmwasser/wasser-sparen-kaltwasser/</a></li><li>2. Comunicare alle aziende associate di fare lo stesso</li><li>3. Stabilire un punto di acqua piovana per l'irrigazione delle piante per migliorare l'aspetto del paese.</li><li>4. Sviluppare iniziative volte a informare e sensibilizzare gli stakeholder sull'utilizzo dell'acqua (es. Progetto EGA)</li></ol>
<b>Deadline</b>	Entro 2024
<b>Intervento concreto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vogliamo raggiungere minimo 30 strutture partecipanti al Progetto EGA.</li><li>• Ideare un'attività (escursione) volta a sensibilizzare l'utilizzo dell'acqua di fonte.</li></ul>

## 6. Riduzione CO2

<b>Obiettivo</b>	ABB e SCTAB devono raccogliere e monitorare costantemente i dati relativi alle attività sulle fonti di emissione. Questo deve essere comunicato anche alle aziende associate. L'azienda stessa può sviluppare prodotti e modelli di business sostenibili, così come i corrispondenti concetti di ritiro e smaltimento dei prodotti.
<b>Azione</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Iniziativa con ETIFOR:<ul style="list-style-type: none"><li>- Calcolo Co2 di tutta la destinazione</li><li>- Calcolo Co2 per aziende associate</li></ul></li><li>2. Progettare nuovi eventi con le emissioni di Co2 come tema centrale</li><li>3. Promuovere eventi in bicicletta per evitare le auto e altri modi di trasporto</li><li>4. Alta Badia Going Green</li><li>5. Elaborazione di un codice green interno per eventi e manifestazioni</li><li>6. Verifiche periodiche dello status quo raggiunto</li></ol>
<b>Deadline</b>	Entro 2030
<b>Intervento concreto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rendere almeno il 50% degli eventi in calendario carbon neutral</li></ul>



## 7. Evitare l'inquinamento luminoso

<b>Obiettivo</b>	L'obiettivo è quello di ridurre l'impatto luminoso sia all'interno che all'esterno. Per questo, l'azienda deve stabilire misure chiare e farne comunicazione.
<b>Azione</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Definizione di una linea guida per l'utilizzo e riduzione dell'inquinamento luminoso per ABB e SCTAB, ma anche per le aziende associate.</li><li>2. I piccoli gesti per ridurre l'inquinamento luminoso nella vita quotidiana dovrebbero essere consolidati</li><li>3. Uso di misure di risparmio energetico per luci e lampade, come lampade a LED e simili.</li><li>4. Definizione di un piano d'azione a livello di eventi e attività in tutte le stagioni.</li></ol>
<b>Deadline</b>	Entro 2024
<b>Intervento concreto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• In base a tabella dei consumi dell'abbellimento natalizio, vogliamo ridurre il consumo di circa il 5%</li></ul>

## 8. Supporto alla cultura locale

<b>Obiettivo</b>	L'obiettivo è quello di supportare ed incentivare tutte le attività culturali del posto legate alla ladinità o alle tradizioni nostrane. Il supporto può essere in termini economici, di collaborazione organizzativa e nell'ambito della comunicazione e valorizzazione
<b>Azione</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Prevedere budget annuale di supporto economico</li><li>2. Promuovere nuove iniziative assieme alle associazioni locali</li><li>3. Coinvolgimento delle associazioni negli eventi turistici o nell'organizzazione turistica durante l'anno.</li><li>4. Comunicazione della ladinità attraverso campagne di comunicazione sui canali e piattaforme ufficiali.</li></ol>
<b>Deadline</b>	Entro 2024
<b>Intervento concreto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conferma Budget di 100.000 euro con obiettivo aumento del 5%</li></ul>