

Promovent la resiliència

Oportunitats i reptes de l'economia i la societat local en l'adaptació al canvi climàtic

Comunicació, certificacions i etiquetes per a un turisme sostenible

Vilafraanca del Penedès, Santa Maria de Palautordera, Amposta. 2019.

La comunicació ambiental, màrqueting verd, sostenible o ecològic, arrenca als anys 90 coincidint amb una preocupació global pel medi ambient. A l'actualitat està força estès i el consumidor ja sap diferenciar perfectament que el que s'està oferint no és "cosmètica ambiental"



La sostenibilitat en comunicació ambiental ha de passar per tot el procés de màrqueting-mix:

- . Política de producte
- . Política de distribució
- . Política de preus
- . Política de comunicació

POLÍTICA DE PRODUCTE:

La promoció del nostre producte com a eco, bio o sostenible, ha de ser veraç. La informació ambiental de la societat és àmplia.

POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓ

Cal aplicar els principis de la sostenibilitat en tot el procés de distribució del nostre producte. Cal revisar tot els processos des de el principi a fi (anàlisi del cicle de vida).

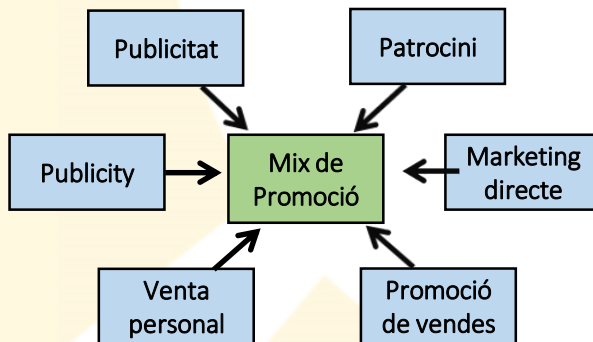


POLÍTICA DE PREUS:

Els preus s'han d'ajustar a la realitat del mercat i no sobrevalorar el producte per la seva condició de sostenible. A la vegada cal tenir en compte la relació entre costos, marge de benefici i preus de la comptència.



POLÍTICA DE COMUNICACIÓ:



Coordinador

Socis



Cambra de Comerç de Barcelona



UNIO GENERAL DE TREBALLADORS DE CATALUNYA



CONSELL COMARCAL ALT PENEDES



COMISSIÓ OBRERA NACIONAL DE CATALUNYA



OFICINA CATALANA DEL CANVI CLIMATIC



COPATE



UNIO DE PAGESOS

Promovent la resiliència

Oportunitats i reptes de l'economia i la societat local en l'adaptació al canvi climàtic

Comunicació, certificacions i etiquetes per a un turisme sostenible

Vilafraanca del Penedès, Santa Maria de Palautordera, Amposta. 2019.

Publicitat	Transmissió d'informació dels nostres productes a través dels mitjans de comunicació (atenció a les xarxes socials).
Publicity	Generar una imatge favorable del producte a través dels mitjans de comunicació (sense pagament: comunicats i notícies favorables als mitjans).
Patrocini	Recolzament a activitats i esdeveniments de temàtica addient als productes que ofertem.
Màrqueting directe	Utilització de mitjans de comunicació directes al consumidor (correu, telèfon, e-mail,...)
Venta personal	Es disposa de venedors propis per a la promoció i venda del nostre producte (força de vendes).
Promoció de vendes	Activitas no canalitzades a través dels mitjans de comunicació, amb l'objectiu de estimular les vendes al curt plaç (estratègies 2X1, intermediaris, bonificacions als venedors.

Publicitat

XARXES SOCIALS: CAL ESTAR A TOTES ? QUINES SÓN LES TENDÈNCIES ?
El més important és estar a les més exteses a cada moment i, sobretot, mantenir-les actualitzades.

DADES DEL 2018, CAL ESTAR ATENTS ALS CANVIS QUE VINDRAN !!!

Coordinador Socis



El contingut d'aquesta publicació no reflecteix l'opinió oficial de la Unió Europea. La responsabilitat de la informació és assumida completament pels autors.

Promovent la resiliència

Oportunitats i reptes de l'economia i la societat local en l'adaptació al canvi climàtic

Comunicació, certificacions i etiquetes per a un turisme sostenible

Amposta 2019.

CERTIFICACIONS I ETIQUETES AMBIENTALS

Les etiquetes o certificacions ambientals són uns instruments voluntaris que designen productes o serveis amb cura pel medi ambient. Son les acreditacions conforme el nostre producte (establiment, activitat, servei,...) compleix un seguit de requisits ambientals durant el seu funcionament. Hi han diverses escales: regionals, nacionals i internacionals. Inclouen codis de conducta, programes de bones pràctiques i compromisos de millora ambiental. Els sistemes de certificació en el camp del turisme s'apliquen sobretot a allotjaments i a destinacions e global, tot i que el ventall és força ampli.

CERTIFICACIONS

ISO 14001

És un Sistema de Gestió Ambiental. Ha esdevingut el més conegut i utilitzat. Per a la seva implementació cal fer una declaració mediambiental pública verificada per organismes independents.



Inicialment cal fer una auditoria ambiental o ecoauditoria, amb la finalitat d'avaluar la salut ambiental i el funcionament ecològic de l'organització. Després cal definir una política ambiental i un programa d'actuacions en base a uns objectius. Finalment, cal implementar un seguiment i examen periòdic.

EMAS

Reglament Comunitari d'Ecogestió i Ecoauditoria (EMAS en anglès), impulsat per la Unió Europea l'any 1993. També és un SGA.



Algunes de les avantatges d'estar certificat EMAS són:

- Millora de la relació amb les administracions.
- Millora de la qualitat ambiental del producte/servei/procés.
- Millora en la gestió.
- Reducció de costos/riscos
- Responsabilitat Social Corporativa.

Coordinador Socis



Promovent la resiliència

Oportunitats i reptes de l'economia i la societat local en l'adaptació al canvi climàtic

Comunicació, certificacions i etiquetes per a un turisme sostenible

Amposta 2019.

ECOETIQUETES

Les ecoetiquetes, de la mateixa manera que les certificacions poden tenir un àmbit local, regional, Nacional, Europeu o Internacional.

ÀMBIT LOCAL El *Distintiu Ecoturístic d'Alcúdia*, iniciativa del municipi mallorquí el qual crea en el 1994 el distintiu ecoturístic pels establiments hotelers que compleixin un seguit de requisits ambientals.



ÀMBIT REGIONAL El *Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental* el concedeix la Generalitat de Catalunya des de 1994 a productes i serveis. En el 1998 s'estén als serveis turístics (càmpings), el 2000 als hotels i 2001 als establiments rurals. Té una validesa de 3 anys.



ÀMBIT NACIONAL El *Sistema de Calidad Turística Medioambiental*, Q verde. L'emet el Instituto para la Calidad Turística Española. És una proposta del sector hotelier per tal de crear un sistema específic de Gestió Ambiental pel sector turístic



ÀMBIT INTERNACIONAL

Green Globe 21: Iniciativa promoguda per el WTTC i implementada l'any 1994. És un sistema de certificació progressiu per etapes. Proposa millores ambientals en diferents àmbits: emissions de gasos amb efecte hivernacle; eficiència energètica; gestió de recursos; gestió i conservació d'ecosistemes; gestió d'aspectes culturals i socials; qualitat de l'aire i reducció del soroll ambiental; i implantació de tecnologies de reciclatge.

BIOSPHERE Creat per l'Institut de Turisme Responsable (ITR) el 1998. Certificació avalada per la UNESCO i l'OMT. L'objectiu és que integrin els principis de sostenibilitat, responsabilitat i qualitat. No integra només els aspectes ambientals, sinó també els socials.



Coordinador Socs

