

La Strategia di Sostenibilità

di ADDIOZZI
travel



Sommario

1. Introduzione	3
1.1 Il Processo	6
2. Metodologia	8
2.1 Politiche di Riferimento	8
2.2 Processi di Analisi e Coinvolgimento degli Stakeholder	8
2.3 Progetti e Ambiti di Intervento	9
3. Analisi dello Stato Attuale dell'Azienda	10
3.1 Il processo di certificazione Biosphere	10
4. Analisi dei Progetti e delle Azioni Correnti	12
4.1 L'analisi degli stakeholder	12
5. Valutazione delle Aree di Intervento	17
5.1 Introduzione	17
5.2 Organizzazione interna	25
5.2.1 La formazione	25
5.2.2 Inclusione delle giovani generazioni	26
5.2.3 Posizionamento internazionale	27
5.3 Organizzazione dell'ufficio	28
5.4 Gestione dei fornitori	30
5.5 Proposte di visita	32
6. Definizione delle priorità degli Interventi	35
7. Strategie di Comunicazione e Sensibilizzazione	36
8. Programmazione e conclusioni	39



1. INTRODUZIONE

L'elaborazione della presente Strategia nasce nell'ambito di un progetto europeo, a cui il nostro Tour Operator ha aderito e partecipato nel 2024 e 2025, in congiunzione ad altri progetti europei, nei quali la transizione ecologica e la trasformazione digitale sono state le politiche di riferimento che guidano la nostra azione futura.

Addiopizzo Travel ha aderito al progetto "iSTARS – Island Sustainable Tourism Action Through Resilient SMEs", cofinanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del Single Market Programme (SMP SMP/SME Pillar), che mira a stimolare un turismo più resiliente, innovativo e sostenibile, sostenendo 125 micro, piccole e medie imprese del settore turismo operanti a Cipro, Grecia, Irlanda, Spagna e in Italia. Un viaggio di trasformazione, **il viaggio del 2030 verso la ripresa e la sostenibilità**. L'iniziativa segna un passo cruciale nel favorire approcci più consapevoli dal punto di vista ambientale all'interno dell'industria turistica in tutta Europa.



I-STARS



Co-funded by
the European Union

GLI OBIETTIVI DEL PROGETTO

Dopo il lancio del Bando Aperto a luglio 2023, il progetto iSTARS¹ ha ricevuto una risposta entusiastica da parte delle imprese turistiche, impegnate, attraverso il contributo concesso per favorire la propria transizione verso pratiche sostenibili. Il forte interesse ha confermato un impegno crescente da parte del settore nel considerare **la sostenibilità come una priorità strategica**. A febbraio 2025, risultano **125 le imprese** premiate, che stanno utilizzando il supporto finanziario per collaborare con esperti di sostenibilità di tutta Europa (*Expert*). Questo contributo permette loro di sviluppare e implementare iniziative concrete volte a migliorare la sostenibilità delle loro operazioni. Tra le attività in corso, alcune aziende stanno destinando i fondi all'ottenimento di **certificazioni di sostenibilità**, un passo fondamentale per validare il proprio impegno verso pratiche rispettose dell'ambiente: i processi in corso contribuiscono a rafforzare la credibilità delle imprese e a dimostrare la loro conformità agli standard internazionali di sostenibilità. Altre aziende stanno, invece, lavorando sullo sviluppo di strategie di sostenibilità e piani d'azione personalizzati: investendo nella pianificazione strategica, queste imprese puntano a integrare la sostenibilità in ogni aspetto delle attività d'impresa, garantendo una riduzione continua dell'impatto ambientale. Una parte significativa dei fondi è stata dedicata al miglioramento di aspetti chiave del turismo sostenibile, come **la gestione degli sprechi alimentari, la riduzione dei rifiuti e l'ottimizzazione dell'efficienza energetica**, anche attraverso la partecipazione a corsi di formazione/ informazione che si sono svolti nei mesi di aprile e maggio 2024.

¹ Il sito ufficiale del progetto è visitabile a questo link: <https://ccci.org.cy/istars-project>.

I PARTNER

Il progetto I-STARS è realizzato dalle seguenti organizzazioni partner:

- Camera di Commercio e Industria di Cipro (Cipro)
- Rete delle Camere di Commercio e Industria Insulari dell'Unione Europea - INSULEUR (Grecia)
- Osservatorio sul Turismo per l'Economia delle Isole (Italia)
- Camera di Commercio di Maiorca (Spagna)
- Fondazione Mallorca Turismo (Spagna)
- Vagabond Tours of Ireland (Irlanda)

LA SCELTA DELL'EXPERT ACTA DA PARTE DI ADDIOPIZZO TRAVEL

A seguito di un processo di selezione a livello nazionale, la cooperativa sociale è stata selezionata insieme ad altre 24 imprese italiane per sviluppare la propria strategia di sostenibilità, attraverso l'affiancamento dell'*Expert ACTA – Sensi Contemporanei srl Impresa Sociale* di Milano (www.actanet.it). Addiopizzo Travel ha intrapreso questo percorso in sinergia con **Capaci No Mafia**, l'associazione che nel 2024 ha inaugurato [Must23, Museo Stazione 23 Maggio](#).

Il nostro Tour Operator ha scelto ACTA come partner esperto per questo percorso grazie alla sua comprovata esperienza nella sostenibilità del turismo e alla sua capacità di supportare strategie innovative di sviluppo locale.

ACTA è un'impresa sociale nata come associazione non profit nel 1993 ed evolutasi in impresa sociale nel 2022. Opera nei settori dell'Arte, della Cultura, del Turismo e dell'Ambiente, sviluppando strategie per la sostenibilità e il rafforzamento delle economie locali. Negli ultimi dieci anni, ha concentrato la propria attività sulla pianificazione partecipata nelle destinazioni turistiche sostenibili, affiancando enti pubblici e privati nella gestione strategica, nella realizzazione di progetti e nel monitoraggio degli impatti. Il suo approccio interdisciplinare si basa su un metodo strutturato che integra [Politiche, Processi e Progetti](#), promuovendo un'azione di sviluppo condivisa tra istituzioni, imprese e comunità locali.

A livello internazionale, ACTA ha collaborato con la Commissione Europea, ministeri nazionali e altri partner strategici per la realizzazione di progetti di turismo sostenibile e sviluppo territoriale. La sua esperienza nell'applicazione di criteri per le certificazioni ambientali è consolidata: nel 2000 è stata incaricata dal Ministero dell'Ambiente di definire e coordinare il processo che ha portato all'istituzione dell' Ecolabel europeo nel settore dell'ospitalità e dei campeggi e, nel 2005, alla revisione dei criteri, come prevede il Regolamento europeo; ha introdotto in Italia la Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (ECST) nel 2001. Oggi ACTA continua a supportare autorità locali e organizzazioni regionali nello sviluppo di progetti che rafforzano la consapevolezza e le competenze degli operatori del turismo, contribuendo alla resilienza economica e ambientale delle comunità.

ACTA è inoltre membro fondatore di [ECOTRANS](#), la rete europea di esperti e organizzazioni impegnate nel turismo sostenibile, nell'ambiente e nello sviluppo regionale. ECOTRANS è membro fondatore del Global Sustainable Tourism Council (GSTC) e gestisce il portale Tourism2030, riconosciuto dall'ONU come una "*Partnership per lo Sviluppo Sostenibile*" a supporto degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG). Insieme, ACTA ed ECOTRANS mettono a disposizione del contesto italiano strumenti e servizi di valore internazionale, tra cui il **Going Green Check** (inserito nell'offerta Going Green Ecosystem), per il quale ACTA ha l'esclusiva per la distribuzione in Italia.

Il Going Green Check, in particolare, integra strategie di sviluppo sostenibile con strumenti digitali avanzati, offrendo agli operatori turistici un percorso semplificato verso la sostenibilità. Questo servizio combina accompagnamento strategico e trasformazione digitale, facilitando l'adozione di pratiche responsabili lungo tutta la filiera del turismo.

PERCHÉ ACTA È STATA SCELTA:

1. Esperienza consolidata nella sostenibilità del turismo, con oltre 30 anni di attività e un approccio interdisciplinare che integra pianificazione, gestione e monitoraggio.
2. Opportunità di collaborazione con la rete ECOTRANS, di cui ACTA è partner fondatore, che consente l'accesso a network internazionali e a strumenti innovativi per lo sviluppo di progetti futuri.
3. Partner di Fairweg, la rete di tour operator e agenzie di viaggio in Germania certificata Travelife, e membri insieme a ACTA della rete Ecotrans, che supporta Addiopizzo nel raggiungere nuovi mercati internazionali (azione inserita nel presente piano ed esito del processo di IStars).
4. Rapporto di fiducia pluriennale con Addiopizzo, avviato nel 2012 quando alcuni soci di ACTA, allora esperti del Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica del Ministero dello Sviluppo Economico, hanno accompagnato Addiopizzo nella sua trasformazione da associazione a tour operator.

Questi elementi rendono ACTA il partner ideale per accompagnare il nostro Tour Operator in un percorso strategico di crescita sostenibile, favorendo l'integrazione con network internazionali e strumenti innovativi.

FAIRWEG - <https://fairweg.de/>

FAIRWEG® è un'agenzia di viaggi specializzata in turismo sostenibile, con 12 sedi in tutta la Germania e un team di 78 specialisti del settore. L'azienda offre una gamma di viaggi sostenibili, dalle escursioni in Norvegia ai tour in Asia, viaggi in treno attraverso gli Stati Uniti e safari in Africa. FAIRWEG® si impegna a fornire informazioni dettagliate per sfatare i pregiudizi sulle difficoltà e i costi associati al turismo sostenibile, dimostrando che viaggiare in modo responsabile è accessibile a tutti.

Per valutare le strutture ricettive, FAIRWEG® utilizza il proprio punteggio FAIRWEG® Score, che classifica gli alloggi in base a 12 criteri di sostenibilità allineati agli standard del Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Questo approccio scientifico e costantemente aggiornato consente di offrire soluzioni sostenibili sia ai clienti privati che ai partner commerciali, come tour operator, agenzie di viaggio e destinazioni turistiche.

Per garantire che le strutture e i viaggi proposti rispettino principi di sostenibilità, Fairweg adotta un sistema di valutazione basato su tre pilastri:

1. **Tutela ambientale** – Vengono selezionati hotel e servizi che adottano pratiche ecologiche concrete, come l'uso di energie rinnovabili, la riduzione dei rifiuti e una gestione responsabile dell'acqua.
2. **Beneficio per le comunità locali** – Le strutture e i tour devono favorire l'economia locale, garantendo che una parte significativa dei ricavi rimanga nella destinazione e coinvolga fornitori e lavoratori del posto.
3. **Riduzione dell'impatto climatico** – Viene incentivata la scelta di mezzi di trasporto a basse emissioni e, laddove il volo sia necessario, Fairweg offre la possibilità di compensare le emissioni di CO₂ attraverso programmi di carbon offset.

Inoltre, FAIRWEG® collabora con Travelife, un programma internazionale di certificazione per la sostenibilità nel settore turistico. Travelife ha certificato oltre 900 hotel in tutto il mondo, valutando le loro pratiche in ambito ambientale, sociale ed economico. Questa partnership garantisce che le strutture proposte da FAIRWEG® rispettino elevati standard di sostenibilità, offrendo ai viaggiatori esperienze che minimizzano l'impatto ambientale e promuovono benefici per le comunità locali.

SU COSA STA LAVORANDO ADDIOPIZZO TRAVEL

Il nostro tour operator partecipa attivamente all'impegno per un consumo etico e certificato, promuovendo esperienze "100% Mafia-free" grazie alla collaborazione con la rete Addiopizzo. I nostri ospiti entrano in contatto con una filiera sociale virtuosa, sensibilizzandosi verso pratiche economiche etiche. Il nostro lavoro è un processo continuo, in cui riflettiamo costantemente su etica e sostenibilità per garantire coerenza tra le nostre proposte e i benefici economico-sociali per la comunità locale.

La sostenibilità per noi non riguarda solo l'impatto sociale e culturale, ma richiede un maggiore impegno anche su temi ambientali e il bando offre l'opportunità di sviluppare una strategia ed un piano di interventi per programmare le attività future.

Il nostro obiettivo principale è creare una **strategia** di sostenibilità, un piano di sviluppo del turismo sostenibile che definisca linee guida teoriche e operative in linea con la visione aziendale e le politiche europee e nazionali (come il Green New Deal e gli SDGs).

Attraverso il supporto di esperti, vogliamo affrontare queste sfide in modo sistematico, contribuendo a un modello di turismo etico che abbia impatti positivi a lungo termine.

1.1 IL PROCESSO

Si riporta di seguito il percorso svolto per la costruzione della Strategia di Sostenibilità.

1. Marzo – Giugno 2024: Identificazione degli Indicatori e Progetti in corso

- Organizzazione di meeting e tavoli di lavoro (online) con l'Expert e la partecipazione di nostri collaboratori e dipendenti per favorire il confronto sulle aree di intervento e sui progetti/ iniziative/ prodotti in corso o già sviluppati.
- Identificazione di indicatori ambientali, sociali ed economici tramite griglie di rilevazione per valutarne il livello di sostenibilità.

2. Aprile – Maggio 2024: Griglia di rilevazione e mappatura della filiera turistica

- Completamento di una griglia di rilevazione per identificare le aree di intervento chiave e valutare i progetti turistici in corso e coerenti rispetto agli obiettivi di sostenibilità.
- Mappatura della filiera turistica per identificare aree strategiche d'azione e stakeholder chiave, comprese comunità locali e residenti.

3. Giugno – Settembre 2024: Analisi degli Stakeholder

- Introduzione di un nuovo focus sull'analisi degli stakeholder, supportata da una survey aggiuntiva.
- Raccolta dati guidata dagli Expert, con tre sessioni online e un meeting a luglio per sviluppare un'analisi preliminare dei dati tramite grafici riassuntivi.
- A settembre, completamento dei dati e pianificazione del workshop.

4. Ottobre 2024: Workshop in Presenza a Isola delle Femmine

- 15-16 ottobre: Due giorni di lavoro intensivo presso la sede di Addiopizzo Travel, suddivisi in quattro sessioni principali:

- a) Presentazione dei risultati delle analisi;
 - b) Definizione delle aree chiave di intervento;
 - c) Ideazione di azioni e iniziative per il piano strategico, con presentazione di buone pratiche europee;
 - d) Definizione dei concetti chiave finalizzati alla strategia di comunicazione esterna.
- Coinvolgimento dei nostri collaboratori interni nelle prime tre sessioni e dell'agenzia di comunicazione di Addiopizzo Travel nella quarta.
 - Introduzione del software Going Green Check (ACTA ed Ecotrans) per valutare i programmi di certificazione sostenibile, con test previsti entro febbraio 2025.

5. Ottobre – Dicembre 2024: Ideazione della Strategia

- Elaborazione della Strategia di Sostenibilità, attraverso scambio documentale ed incontri online, comprendente:
 - Analisi dello stato attuale dell'azienda rispetto alla sostenibilità e coerenza con politiche nazionali ed europee.
 - Valutazione delle aree di intervento e progetti futuri, inclusi impatti ambientali, economici e socio-culturali.
 - Identificazione delle priorità strategiche per il futuro.
 - Definizione di azioni di comunicazione e sensibilizzazione rivolte a target specifici.
 - Impostazione di un piano di lavoro per il periodo 2025-2026.

6. Gennaio – Marzo 2025

- Percorso partecipato nel quale sono stati coinvolti i nostri collaboratori e dipendenti che, attraverso una rilevazione strutturata, hanno espresso le priorità d'azione da inserire nella strategia 2025-2026.
- Redazione della roadmap strategica, accompagnata da un piano di comunicazione strutturato (articoli, post social e interviste video).

2. METODOLOGIA

2.1 POLITICHE DI RIFERIMENTO

Il metodo adottato per la costruzione della Strategia di Sostenibilità è stato fornito da ACTA, basato sul modello delle "3P" (Politiche, Processi, Progetti). Questo approccio ha permesso di integrare visione strategica, analisi operativa e sviluppo progettuale in modo coerente e sistematico.

La prima fase è stata guidata dall'analisi delle politiche di riferimento, fondamentali per contestualizzare e orientare le azioni operative. In particolare, le principali politiche esaminate sono state:

- **Green Deal Europeo:** ha fornito un quadro di riferimento per la transizione verso un'economia a impatto climatico zero, sottolineando la necessità di ridurre le emissioni, preservare la biodiversità e promuovere l'uso sostenibile delle risorse.
- **Strategia Europea per il Turismo 2030:** pubblicata dal Parlamento Europeo, questa strategia ha indicato priorità fondamentali per il settore turistico, tra cui la sostenibilità, la digitalizzazione e la resilienza economica.
- **Transition Pathway della Commissione Europea:** ha fornito indicazioni operative per guidare le imprese del settore turistico nella transizione verso pratiche sostenibili, evidenziando la necessità di coinvolgere stakeholder locali e regionali.
- **Linee guida del UNWTO (Organizzazione Mondiale del Turismo):** hanno rafforzato l'importanza di adottare pratiche turistiche che rispettino i principi di sostenibilità ambientale, culturale e sociale.

Queste politiche hanno rappresentato la base strategica per definire un quadro concettuale e operativo. In questa fase, è stato adottato il framework fornito dal **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** come guida concettuale per le azioni future. Il GSTC, riconosciuto a livello internazionale, propone criteri specifici per il settore turistico, suddivisi in due macro-categorie: **Industry Criteria**, dedicati a tour operator e strutture ricettive, e **Destination Criteria**, per la gestione sostenibile delle destinazioni. I criteri GSTC sono stati utilizzati come riferimento per la creazione delle tabelle di rilevazione (proposte dagli *Expert*) e degli indicatori di sostenibilità, garantendo una valutazione rigorosa e allineata agli standard internazionali.

2.2 PROCESSI DI ANALISI E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

La seconda fase del metodo ACTA si è focalizzata sui **processi**, ovvero l'analisi e la ricostruzione delle pratiche di sostenibilità già avviate dal tour operator. Durante questa fase, sono stati analizzati i progetti e le iniziative in corso, tra cui:

- **Tour etici:** con fornitori certificati da Addiopizzo (100% pizzo-free), che contribuiscono al circuito di un'economia pulita e legale.

- **Coinvolgimento delle comunità locali:** progetti che favoriscono l'inclusione sociale e il supporto a fornitori e operatori locali.

Tuttavia, questa fase ha evidenziato la necessità di integrare le precedenti evidenze con un'**analisi degli stakeholder**, fondamentale per comprendere il sistema di relazioni e influenze del nostro tour operator a livello locale, regionale, nazionale e internazionale. Per questo motivo, è stato adottato il modello della **ISO 26000** sulla responsabilità sociale d'impresa. La ISO 26000, standard di riferimento internazionale, fornisce linee guida per identificare e coinvolgere gli stakeholder rilevanti, promuovendo pratiche responsabili in termini economici, sociali e ambientali. Questo framework si è rivelato essenziale per mappare le relazioni del nostro tour operator e immaginare sviluppi futuri coerenti con i principi di sostenibilità.

2.3 PROGETTI E AMBITI DI INTERVENTO

La terza fase del metodo ACTA che ha supportato l'elaborazione della presente Strategia si è concentrata sui **progetti**, con un'analisi approfondita delle carenze e dei punti di forza emersi durante le fasi precedenti. A partire dai dati raccolti e dall'analisi degli stakeholder, è stato possibile:

- Identificare le aree di intervento strategiche.
- Stabilire le priorità operative, selezionando i progetti con maggiore potenziale di impatto ambientale, economico e socioculturale.
- Pianificare le azioni necessarie per colmare eventuali carenze e rafforzare i punti di forza.

Questa metodologia ha permesso di immaginare un percorso di intervento chiaro e concreto, orientato a garantire un impatto positivo e misurabile in termini di sostenibilità, in linea con le politiche di riferimento e i criteri GSTC.

3. ANALISI DELLO STATO ATTUALE DELL'AZIENDA

Oltre alle analisi di approfondimento proposte ed elaborate dall'*Expert ACTA*, il nostro tour operator ha preso parte ad altri due processi che hanno contribuito a delineare lo stato attuale dell'azienda.

1. Il primo riguarda i **questionari di monitoraggio**, proposti da IStars, che hanno permesso di definire lo stato dell'arte del nostro tour operator in relazione a diversi ambiti chiave: gestione dell'acqua, dei rifiuti, dell'energia, del cibo, delle emissioni di CO₂, il rapporto con gli stakeholder, nonché le politiche e le strategie aziendali.
2. Il secondo elemento riguarda il percorso di **certificazione Biosphere**, ottenuta nel febbraio 2025. Questo riconoscimento è stato preceduto da un'analisi approfondita del nostro tour operator, illustrata di seguito.

3.1 IL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE BIOSPHERE

Nell'ambito del progetto ECOTOURS, che vede quale partner italiano la **Fondazione Comunitaria di Agrigento e Trapani**, e di cui Addiopizzo Travel è PMI beneficiaria, è stato avviato un processo di certificazione di sostenibilità in ambito turistico.

Obiettivo del progetto è promuovere l'adozione di buone pratiche di sviluppo sostenibile e trasformare aree marginali colpite dalla pandemia COVID-19 in destinazioni turistiche circolari, verdi e sostenibili.

L'azione conclusiva del progetto è quella di facilitare l'ottenimento di una certificazione di sostenibilità per le PMI beneficiarie, attraverso la consulenza e facilitazione di **ON srl - Impresa Sociale** che si è occupata di:

- preselezionare una rosa di possibili enti certificatori in ambito europeo e attinenti al settore turistico;
- aiutare nella scelta della certificazione più adatta alla PMI beneficiaria;
- supportare la PMI nel processo di certificazione, sintetizzando il meccanismo di funzionamento dell'ente prescelto e indicando quale documentazione è richiesta per far partire il processo di verifica;
- supportare la PMI nella raccolta dei documenti richiesti e nel caricamento nella piattaforma dell'ente certificatore.

La scelta di Addiopizzo Travel è ricaduta sulla certificazione BIOSPHERE, per la completezza dei criteri di sostenibilità utilizzati ma anche per la chiarezza d'uso della piattaforma e del funzionamento generale del processo di certificazione.

Addiopizzo Travel ha trovato evidenze in tutti e 10 i settori di attività che compongono il piano BIOSPHERE, ovvero:

01: Local Impact

02: Healthy, safe and inclusive offer

03: Decent work, parity, and equality

04: Water and energy responsibility

05: Innovation and new technologies

06: Accessibility

07: Cultural identity

08: Circular Economy, waste management, and procurement

09: Environment and Climate Change

10: Communication and customer engagement

Il 13 Febbraio 2025 è stata caricata tutta la documentazione necessaria ed avviato il processo di verifica, che si è concluso con l'ottenimento del badge **"Biosphere Committed"**. Questo primo step riconosce l'impegno dell'organizzazione nel percorso di sostenibilità.

Lo step successivo è l'ottenimento della vera e propria certificazione, continuando ad implementare i comportamenti e processi interni e potendo presentare evidenze in tal senso che vanno sempre caricate in piattaforma nel corso del tempo. Lo status di **"Biosphere Certified"** (Numero del certificato: BTO 004/2025 RTI) è stato raggiunto dalla nostra organizzazione a inizio marzo 2025.

Obiettivo di Addiopizzo Travel è, in prima battuta, dare adeguata comunicazione dell'ottenimento dello status di Biosphere Certified attraverso i materiali comunicativi messi a disposizione della piattaforma, per rafforzare l'immagine della cooperativa e dimostrare l'impegno profuso negli anni nella costruzione di un'alternativa sostenibile in ambito turistico; e, successivamente, implementare le azioni per l'ottenimento della certificazione Biosphere.

Immagine 1: Schermata ufficiale del sito che certifica la presenza nel registro del nostro tour operator e il connesso numero di certificato.

The screenshot shows the Biosphere Sustainable website. At the top, there is a navigation bar with the Biosphere Sustainable logo on the left and links for "Biosphere Destinations", "Biosphere companies", "How we rate", "About us", and "EN". Below the navigation bar, a blue banner reads "TOUR OPERATORS" and "ADDIOPIZZO TRAVEL". To the right of the banner is a white box containing the Biosphere Sustainable logo, a "2025 CERTIFIED" badge, and the text "Certificate number: BTO 004/2025 RTI". Below this box, there is a paragraph explaining that the Biosphere Certified badge is awarded after verifying that sustainable practices are being implemented correctly. At the bottom of the screenshot, there is a white box with the text "ADDIOPIZZO TRAVEL".

Sustainability efforts

Did you know that **ADDIOPIZZO TRAVEL** has committed to the following sustainable actions? Learn more below:

The global sustainability of **ADDIOPIZZO TRAVEL**

Sustainability efforts such as that of **ADDIOPIZZO TRAVEL** require recognition such as Biosphere Certified, want to know more? Continue reading.

- Prioritise the use of new technologies for more sustainable activity.
- They promote social-economic growth in their environment.

4. ANALISI DEI PROGETTI E DELLE AZIONI CORRENTI

4.1 L'ANALISI DEGLI STAKEHOLDER

Nella gestione responsabile delle proprie attività, Addiopizzo Travel adotta un approccio che rispecchia i principi della "Guida alla responsabilità sociale" (UNI EN ISO 26000), che definisce gli **stakeholder** come individui o gruppi il cui interesse è direttamente o indirettamente influenzato dalle attività dell'organizzazione. Comprendere i vari tipi di interessi, sia sociali, ambientali che economici, che questi gruppi possiedono, permette di costruire una relazione più consapevole e responsabile.

Addiopizzo Travel, pur non essendo sempre consapevole di ogni impatto che le proprie decisioni possano avere, ha comunque messo in atto un processo strutturato per identificare e rispondere alle preoccupazioni dei propri stakeholder, in particolare dei fornitori, che costituiscono un elemento centrale della sua catena del valore.

IDENTIFICAZIONE E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il primo passo nell'approccio di Addiopizzo Travel consiste nell'identificare i principali stakeholder attraverso un'attenta analisi. Questo processo implica rispondere a domande chiave:

1. Verso chi l'organizzazione ha obblighi legali?
2. Chi potrebbe essere influenzato positivamente o negativamente dalle decisioni dell'organizzazione?
3. Chi potrebbe esprimere preoccupazioni riguardo le attività dell'organizzazione?
4. Chi è stato coinvolto precedentemente in processi decisionali simili?
5. Chi può aiutare a gestire impatti specifici?

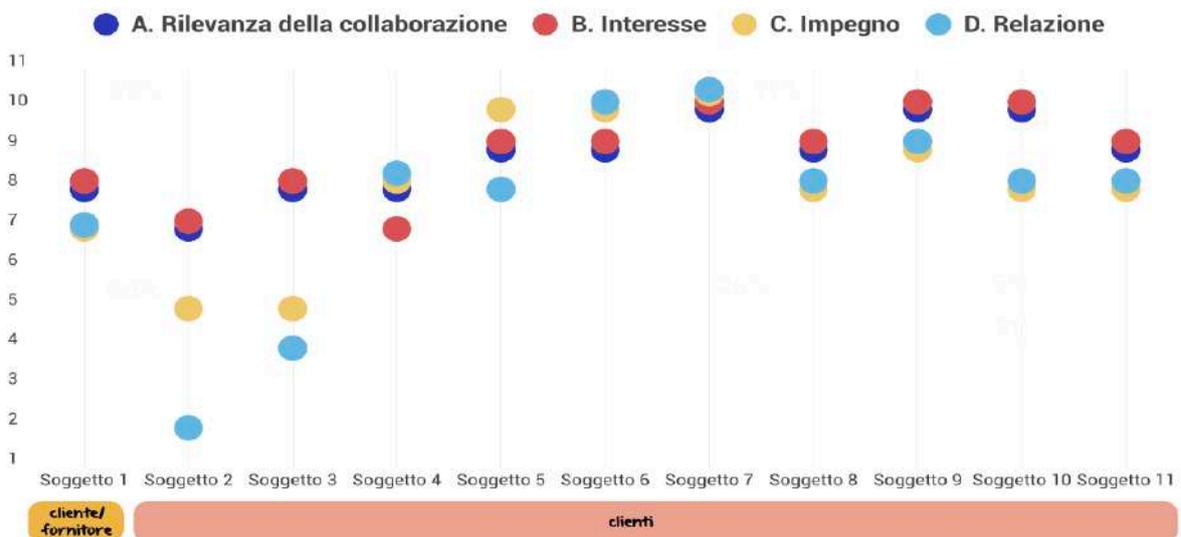
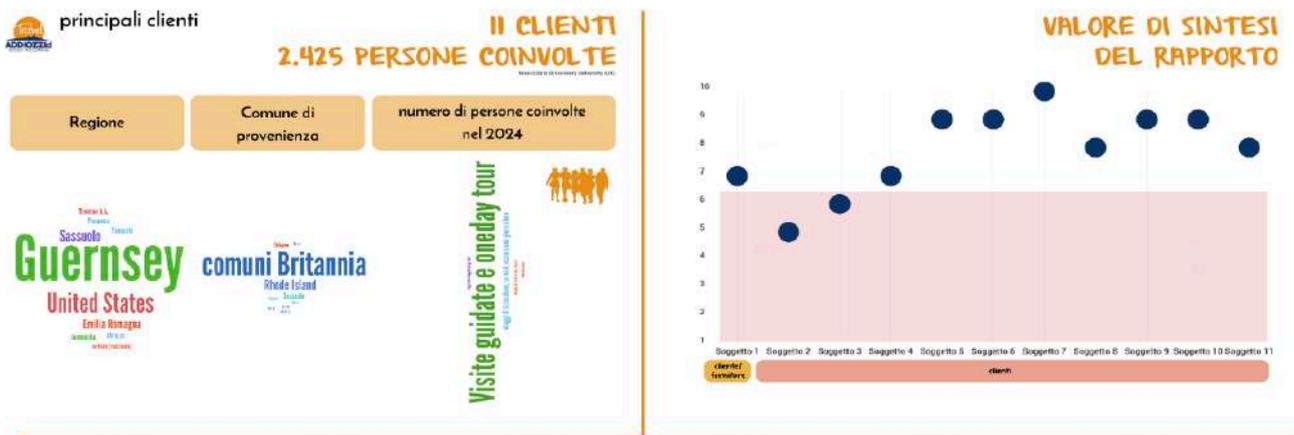
Gli stakeholder di Addiopizzo Travel comprendono non solo i fornitori diretti, ma anche le organizzazioni con cui collabora, come le realtà del movimento "mafia-free" e le istituzioni locali, nazionali e internazionali che promuovono la sostenibilità sociale e ambientale.

Ai fini del presente rapporto, abbiamo preferito rispettare l'anonimato dei nostri partner e non riportare le denominazioni di tutti i soggetti o le organizzazioni con cui abbiamo rapporti, seppur nel processo di rilevazione e analisi siano stati esplicitati, al fine di avviare un successivo percorso di dialogo con tutti che renda esplicite e condivise le decisioni future.

L'immagine di seguito riporta alcuni dati di sintesi a seguito dell'analisi: la rilevazione aveva quale obiettivo la **comprensione della natura delle relazioni esistenti con i partner (intesi, come clienti e fornitori, ad esclusione dei collaboratori)**, misurandola rispetto a 4 dimensioni, analizzate con 4 domande specifiche, in una scala da 1 a 10 (0=per niente - 10=molto):

- 1. Rilevanza della collaborazione.** Indicare in una scala da 0 a 10 quanto è essenziale/importante la collaborazione con lo stakeholder?
- 2. Interesse.** Indicare in una scala da 0 a 10 qual è l'interesse a collaborare con lo stakeholder?
- 3. Impegno.** Indicare in una scala da 0 a 10 l'impegno richiesto nel coinvolgimento/collaborazione? (i concetti di impegno e coinvolgimento sono riferiti a costi, risorse umane e tempo)
- 4. Relazione.** Indicare in una scala da 0 a 10 qual è l'investimento emotivo, psicologico, cognitivo necessari per assumere decisioni e per una mutua comprensione per garantire la collaborazione/relazione

Immagine 2: Numerosità degli stakeholder CLIENTI. Il valore di sintesi rappresenta la sintesi di 4 dimensioni misurate nella rilevazione: A. Rilevanza della collaborazione, Interesse, Impegno, Relazione.



RESPONSABILITÀ SOCIALE E IMPATTI SOSTENIBILI

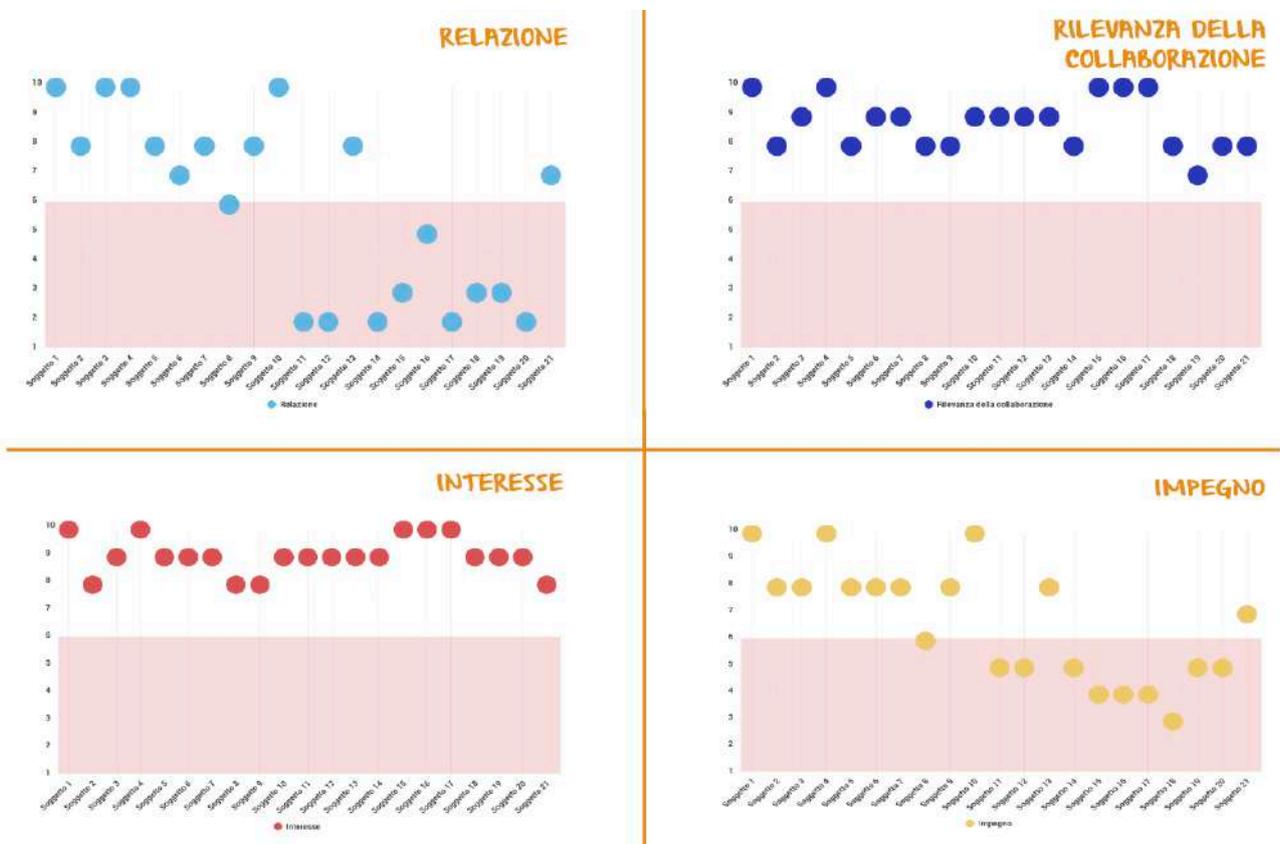
Secondo i principi della ISO 26000, un'organizzazione non è solo responsabile degli impatti diretti delle proprie decisioni, ma anche di quelli indiretti che derivano dalle relazioni con i propri fornitori e partner. Addiopizzo Travel riconosce che la propria influenza si estende oltre la catena del valore, arrivando a impattare sulla comunità locale e sull'ambiente attraverso le scelte dei fornitori. Per questo, la nostra organizzazione si impegna a rispondere a questi impatti in modo proattivo, prendendo misure per mitigare quelli negativi e rafforzare quelli positivi.

A tal fine, stiamo lavorando su diversi fronti:

- 1. Accordi con Fornitori Responsabili:** La nostra organizzazione si impegna a scegliere fornitori che condividano i valori fondamentali di sostenibilità sociale e ambientale, prediligendo quelli con certificazioni di sostenibilità.
- 2. Coinvolgimento degli Stakeholder:** Oltre a lavorare con i fornitori, siamo attivamente coinvolta con le nostre community, le istituzioni locali e altre realtà impegnate nella lotta alla mafia e nella promozione di un'economia legale.
- 3. Formazione e Collaborazione:** La nostra organizzazione promuove attività formative per sensibilizzare i fornitori sull'importanza della sostenibilità, sia a livello sociale che ambientale, così da consolidare una rete di partner responsabili e coerenti con la missione di Addiopizzo Travel.

L'immagine di seguito sarà molto utile nel processo, graduale e differenziato, di dialogo con gli stakeholder che intendiamo avviare, perché ci permette di focalizzarsi su alcuni aspetti del rapporto, per controllare gli impatti che abbiamo analizzato e che potranno essere generati da iniziative future.

Immagine 4: In relazione alla tipologia di stakeholder, il posizionamento rispetto alle 4 dimensioni individuate

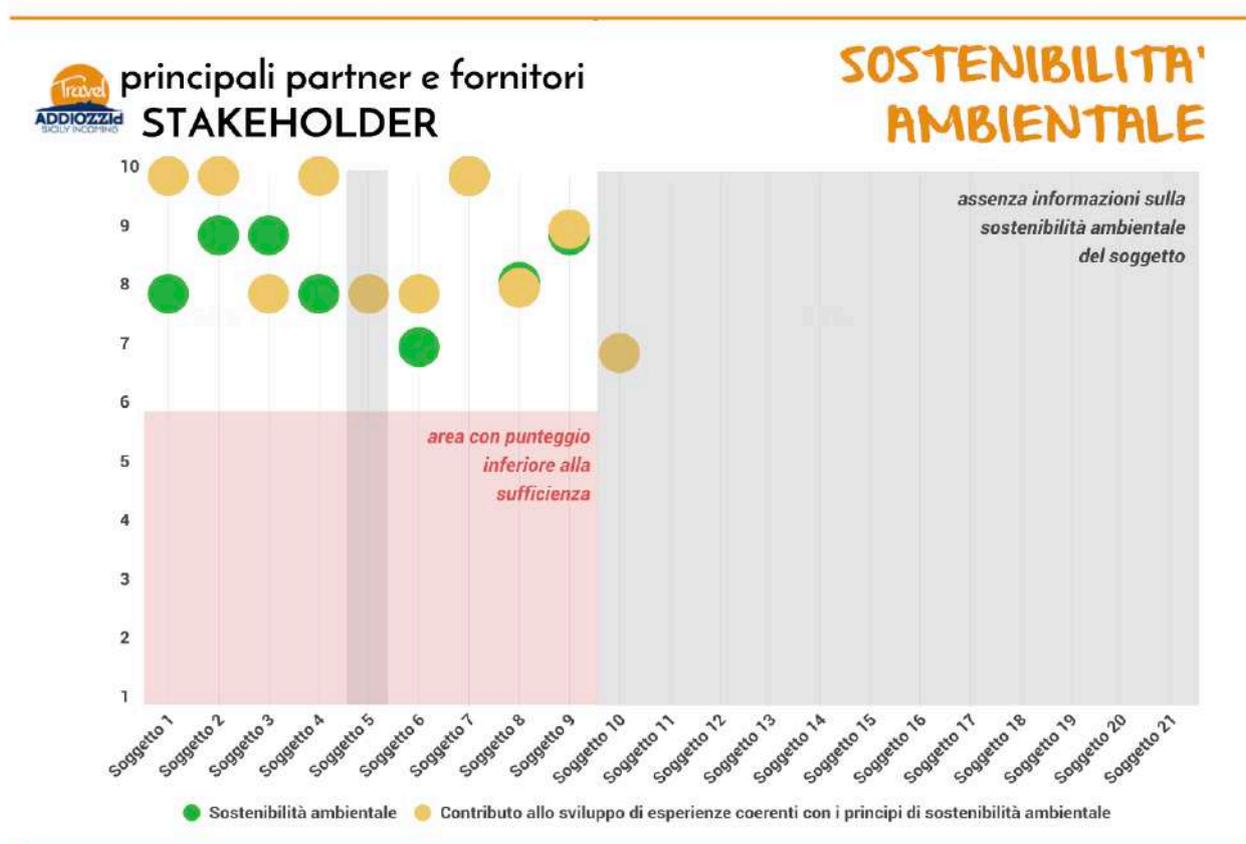


LE PROSPETTIVE DI SOSTENIBILITÀ E IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Nel corso dell'analisi, Addiopizzo Travel ha identificato alcuni ambiti in cui il coinvolgimento degli stakeholder potrebbe essere rafforzato:

- 1. Maggiore Integrazione della Sostenibilità Ambientale:** La nostra organizzazione sta lavorando per integrare completamente la sostenibilità in tutte le sue scelte strategiche, dai fornitori alle attività quotidiane, sviluppando un codice di condotta che comprenda anche gli aspetti ambientali, oltre che quelli sociali già definiti.

Immagine 5: L'impegno verso la sostenibilità, secondo la percezione della nostra organizzazione, da parte degli stakeholder individuati.



- 2. Rafforzamento delle Relazioni con i Fornitori:** Per ottimizzare la nostra rete, Addiopizzo Travel prevede di approfondire il dialogo con i fornitori esistenti e potenziali, stabilendo accordi che vadano oltre la semplice fornitura di servizi, ma che includano l'adozione di pratiche responsabili a lungo termine da parte dei fornitori stessi (e quindi rendicontabili).
- 3. Nuove Opportunità di Collaborazione:** Addiopizzo Travel intende estendere la propria rete di fornitori attraverso l'inclusione di nuovi partner che operano con un forte impegno verso la sostenibilità, sia sociale che ambientale.

5. VALUTAZIONE DELLE AREE DI INTERVENTO

5.1 INTRODUZIONE

Per identificare gli ambiti prioritari su cui Addiopizzo può intervenire per rafforzare il proprio impegno verso la sostenibilità, abbiamo seguito un processo strutturato basato sui **criteri del Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**, così come impostato dall'*Expert ACTA*. Questo approccio ha permesso di allineare l'analisi alle migliori pratiche internazionali e di definire un quadro metodologico chiaro.

IL METODO DI ANALISI

La metodologia adottata si è articolata in tre fasi principali:

- 1. Definizione degli ambiti di analisi:** sono stati presi in esame i criteri del GSTC per i tour operator, che si articolano in quattro aree fondamentali:
 - **Gestione sostenibile:** include la governance, la pianificazione e l'implementazione di strategie aziendali sostenibili.
 - **Impatto socioeconomico:** valutazione delle pratiche che supportano l'economia locale, i diritti umani e l'inclusione sociale.
 - **Impatto culturale:** protezione e valorizzazione del patrimonio culturale e delle tradizioni locali.
 - **Impatto ambientale:** gestione delle risorse naturali, riduzione dell'impronta ecologica e protezione della biodiversità.
- 2. Raccolta dei dati qualitativi:** abbiamo partecipato attivamente al processo fornendo informazioni attraverso un questionario strutturato, suddiviso in cinque sezioni principali:
 - **Organizzazione dell'impresa:** analisi della struttura organizzativa, del personale e delle sedi fisiche.
 - **Mission dell'impresa, collaboratori e fornitori:** valutazione degli obiettivi aziendali, delle collaborazioni e della filiera di fornitura.
 - **Fonti di finanziamento dell'impresa:** esame delle risorse economiche e del loro impiego in attività sostenibili.
 - **Prodotti, servizi, attività e progetti:** identificazione e valutazione delle iniziative e offerte turistiche in chiave sostenibile.
 - **Comunicazione e disseminazione:** pratiche di comunicazione interna ed esterna, con particolare attenzione alla sensibilizzazione verso la sostenibilità.Ogni sezione ha previsto un'analisi dello stato attuale (al 2024) e un'interpretazione evolutiva relativa agli ultimi dieci anni di attività (2014-2024).
- 3. Analisi e interpretazione dei dati raccolti:** i dati qualitativi sono stati incrociati con i criteri del GSTC per individuare le aree di intervento prioritario. Questo processo ha portato all'identificazione di quattro ambiti fondamentali di miglioramento, mentre la comunicazione è stata considerata una dimensione trasversale, da trattare separatamente.

LE AREE DI INTERVENTO PRIORITARIE

ORGANIZZAZIONE INTERNA

L'analisi ha evidenziato che la struttura organizzativa e la gestione delle risorse umane sono centrali per migliorare la sostenibilità aziendale. In primis, la nomina di un **responsabile interno della sostenibilità** (possibilmente tra i giovani del gruppo) che si occupi del coordinamento e della misurazione dell'avanzamento delle attività previste. Sono state identificate opportunità di **formazione** del personale sui temi della sostenibilità, che potrebbero aumentare la consapevolezza e l'engagement interno. Le **giovani generazioni** sono un tema caro ad AddioPizzo che intende strutturare proposte di lavoro per favorirne il loro coinvolgimento operativo. Inoltre, è emerso il bisogno di sviluppare pratiche di governance che integrino la sostenibilità in ogni livello decisionale, come l'adozione di un **piano strategico a lungo termine** che includa obiettivi misurabili.

Sempre da un punto di vista di organizzazione della struttura, un elemento su cui il nostro tour operator intende attivarsi riguarda il **posizionamento strategico nel mercato europeo**. In questo caso, di particolare interesse è la relazione con Fairweg, attivata grazie al supporto dell'Expert ACTA, che ci ha permesso - come illustrato di seguito - di entrare in contatto con un partner europeo specificamente dedicato all'offerta di viaggi sostenibili e certificati, che potrebbe veicolare non solo la nostra offerta, ma anche il nostro disciplinare etico, quale caso distintivo a livello europeo.

ORGANIZZAZIONE DELL'UFFICIO

L'ufficio del nostro tour operator, sito in una vecchia stazione ferroviaria nel Comune di Isola delle Femmine, rappresenta un luogo strategico per l'applicazione di politiche sostenibili. Dall'analisi è emersa la necessità di adottare misure per ridurre l'impatto ambientale, come:

- L'adozione di una politica "plastic free" per tutte le attività di gestione dell'ufficio.
- L'adozione di una politica per individuare i "fornitori green", che seguano un protocollo di sostenibilità, condiviso e reso pubblico (per quanto riguarda le forniture di prodotti dell'ufficio, per lo staff, per l'organizzazione interna).
- La digitalizzazione di alcuni processi per ridurre il consumo di carta.
- La promozione di politiche di mobilità sostenibile per i dipendenti. Questi interventi non solo riducono l'impatto ambientale, ma rafforzano anche l'immagine dell'azienda come promotrice di pratiche responsabili.
- Valutare se in futuro non sia possibile adottare pratiche di compensazione delle emissioni di attività o iniziative delle quali non possono essere ridotte le emissioni di Co2.

GESTIONE DEI FORNITORI

La gestione dei fornitori che sono parte dei tour o delle visite offerte si è rivelata un ambito cruciale per promuovere la sostenibilità lungo tutta la filiera turistica. Sono stati identificati i seguenti punti chiave:

- Favorire la collaborazione con fornitori locali e sostenibili, privilegiando quelli certificati.
- Introdurre criteri di selezione dei fornitori basati su indicatori ambientali, sociali ed economici.
- Monitorare e valutare periodicamente le pratiche dei fornitori per garantire la coerenza con i principi di sostenibilità aziendale.

PROPOSTE DI VISITA

Le proposte di visita offerte dal nostro tour operator sono il cuore dell'attività aziendale e rappresentano un'opportunità significativa per influenzare positivamente i turisti e le comunità locali. L'analisi ha indicato la necessità di:

- Sviluppare itinerari a basso impatto ambientale, oltre a quanto viene già offerto e proposto (i percorsi accessibili in bicicletta o a piedi sono già parte dell'offerta core di Addiopizzo)
- Integrare nei tour attività educative e di sensibilizzazione per i turisti sui temi della sostenibilità ambientale - e non solo sociale- , al fine di favorire comportamenti responsabili.
- Ampliare l'offerta con tour 100% (compensati) da proporre nel mercato europeo.

Queste quattro aree d'intervento sono state identificate come prioritarie perché rappresentano i principali ambiti di miglioramento emersi dall'analisi. Gli interventi previsti contribuiranno a rafforzare la sostenibilità del nostro tour operator sia a livello operativo che strategico, garantendo coerenza con i criteri GSTC e con le politiche di riferimento. La dimensione della comunicazione sarà affrontata separatamente, poiché rappresenta un elemento trasversale che attraversa tutte le aree di intervento.

Tabella nr. 1: La tabella riporta le aree d'intervento individuate, le azioni in generale che potrebbero essere migliorate, alcuni KPI di controllo per il raggiungimento dei risultati, la coerenza con gli Obiettivi di Sviluppo dell'Agenda 2030.

AREA D'INTERVENTO	AZIONE	KPI	SDGS
ORGANIZZAZIONE INTERNA	<p>Nomina di un responsabile della sostenibilità, preferibilmente un giovane membro interno, che si occupa di coordinare le attività legate alla sostenibilità, monitorare i progressi e garantire l'efficacia delle azioni intraprese</p> <p>Pianificare un programma formativo annuale dedicato alla sostenibilità, che includa:</p> <p>Moduli su ambiente, società ed economia in relazione al turismo sostenibile.</p> <p>Sessioni pratiche per implementare strumenti operativi, come la misurazione degli indicatori di sostenibilità aziendale.</p> <p>Collaborare con esperti e istituzioni per sviluppare contenuti formativi più mirati, sfruttando l'esperienza maturata in progetti come Ecotours e I-Stars.</p>	<p>Nomina di un responsabile della sostenibilità</p> <p>Numero di attività coordinate dal responsabile (es. azioni implementate, report prodotti).</p> <p>Frequenza delle revisioni e aggiornamenti del piano di sostenibilità (es. annuale, bimestrale...).</p> <p>Tasso di coinvolgimento dei dipendenti nelle iniziative di sostenibilità (es. % di partecipazione ai progetti).</p> <p>Pianificare un programma formativo annuale sulla sostenibilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Numero di moduli formativi realizzati annualmente. • Numero di partecipanti per sessione/formazione. • Feedback dei partecipanti (es. valutazione media della formazione su una scala da 1 a 5). • % di miglioramento nella conoscenza delle pratiche di sostenibilità (es. test pre e post formazione). <p>Collaborare con esperti e istituzioni per contenuti formativi mirati</p> <ul style="list-style-type: none"> • Numero di esperti/istituzioni coinvolti. • Numero di nuovi moduli o contenuti sviluppati grazie alle collaborazioni. 	<p>SDG 4 – Istruzione di qualità</p> <p>SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica</p> <p>SDG 9 – Industria, innovazione e infrastrutture</p> <p>SDG 11 – Città e comunità sostenibili</p> <p>SDG 12 – Consumo e produzione responsabili</p> <p>SDG 13 – Azione per il clima</p> <p>SDG 16 – Pace, giustizia e istituzioni forti</p> <p>SDG 17 – Partnership per gli obiettivi</p>

	<p>Estendere la formazione a tutti i collaboratori e stakeholder principali, creando una cultura diffusa e condivisa sui principi di sostenibilità.</p> <p>Estendere la rete di collaborazione con partner europei (ad esempio Fairweg) che veicolino viaggi sostenibili, per favorire il posizionamento strategico nel mercato europeo del nostro tour operator. Un posizionamento riconoscibile e coerente con i principi di sostenibilità.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● % di utilizzo di questi contenuti nei programmi formativi aziendali. <p>Estendere la formazione a tutti i collaboratori e stakeholder principali</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Numero di workshop o eventi formativi organizzati per stakeholder esterni. ● Tasso di soddisfazione degli stakeholder sulla formazione ricevuta (es. questionari post-formazione). ● Incremento del numero di iniziative sostenibili adottate dai partner o stakeholder dopo la formazione. <p>Rete di collaborazione europea:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Numero di nuovi partner europei coinvolti (es. Fairweg, altre piattaforme di turismo sostenibile). ● Percentuale di pacchetti di viaggio sostenibili promossi tramite la rete di partner. ● Crescita della quota di mercato nei viaggi sostenibili in Europa (analisi delle vendite e del fatturato legato ai viaggi sostenibili). ● Numero di campagne di marketing e comunicazione congiunte con partner europei. ● Aumento del traffico e delle conversioni sul sito web grazie alla collaborazione con partner europei (monitoraggio di referral e booking online). ● Partecipazione a eventi, fiere e workshop internazionali sul turismo sostenibile (numero di eventi e impatti generati). ● Menzioni e certificazioni ricevute per il posizionamento nel turismo sostenibile (es. riconoscimenti da enti europei). 	
--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> Numero di collaborazioni con enti e organizzazioni per progetti finanziati sull'innovazione nel turismo sostenibile. 	
ORGANIZZAZIONE DELL'UFFICIO	<p>Introdurre un disciplinare "Plastic Free" con azioni specifiche per eliminare definitivamente l'uso delle plastiche superflue.</p> <p>Ridurre i consumi idrici ed energetici attraverso interventi tecnici mirati e l'adozione di pratiche più efficienti.</p> <p>Compensare le emissioni residue con iniziative concrete di sostenibilità ambientale, come la piantumazione di alberi.</p> <p>Collaborare con le aziende di trasporto pubblico per incentivare l'uso di mezzi a basso impatto tra collaboratori e viaggiatori.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Percentuale di riduzione della plastica monouso rispetto all'anno precedente, misurata in kg o unità di prodotti eliminati. Numero di prodotti in plastica sostituiti con alternative sostenibili, suddivisi per categoria (bottiglie, imballaggi, posate, ecc.). Riduzione del consumo idrico pro capite (litri per dipendente/giorno) prima e dopo l'implementazione delle misure di efficientamento. Riduzione del consumo energetico per struttura e per dipendente/giorno (kWh), con confronto annuale. Quantità di emissioni di CO₂ compensate tramite progetti di sostenibilità (espressa in tonnellate di CO₂/anno). Numero di alberi piantati e superficie totale rimboschita (in ettari o metri quadrati). Percentuale di collaboratori e viaggiatori che utilizzano mezzi di trasporto pubblico o a basso impatto rispetto al totale. Riduzione delle emissioni di CO₂ legate agli spostamenti dei collaboratori e viaggiatori grazie all'uso di trasporti a basso impatto (calcolata in tonnellate di CO₂ risparmiate). 	<p>SDG 12 – Consumo e produzione responsabili</p> <p>SDG 13 – Azione per il clima</p> <p>SDG 14 – Vita sott'acqua</p> <p>SDG 15 – Vita sulla terra</p> <p>SDG 7 – Energia pulita e accessibile</p> <p>SDG 11 – Città e comunità sostenibili</p>
GESTIONE DEI FORNITORI	<p>Creazione di un Regolamento per la Selezione dei Fornitori: Definire un regolamento interno che stabilisca criteri chiari per la selezione dei fornitori, con</p>	<ul style="list-style-type: none"> Percentuale di fornitori selezionati in base a criteri di sostenibilità sul totale dei fornitori attivi. Numero di fornitori certificati o aderenti a iniziative antimafia e network di economia legale, rispetto al totale. 	<p>SDG 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica</p> <p>SDG 12 – Consumo e produzione responsabili</p>

	<p>particolare attenzione alla sostenibilità sociale ed ambientale. Questo regolamento includerà anche la preferenza per aziende che hanno aderito ad iniziative antimafia e a network che promuovono l'economia legale.</p> <p>Formazione dei Fornitori: Attivare programmi di formazione per i fornitori, sensibilizzandoli sui temi della sostenibilità e della legalità, con l'obiettivo di consolidare una rete di partner responsabili che condividano i valori fondamentali della cooperativa.</p> <p>Espansione della Rete di Fornitori: Incrementare la rete di fornitori impegnati su tematiche di sostenibilità, privilegiando aziende che adottano pratiche di turismo responsabile, etico e circolare.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Numero di fornitori certificati nella sostenibilità ambientale, rispetto al totale. • Redazione e implementazione del regolamento di selezione fornitori, con aggiornamenti annuali basati su nuovi standard e best practice. • Numero di sessioni formative erogate ai fornitori su sostenibilità e legalità. • Numero di fornitori che hanno completato con successo i programmi di formazione rispetto al totale dei fornitori coinvolti. • Tasso di miglioramento delle pratiche di sostenibilità nei fornitori misurato tramite audit o questionari di autovalutazione pre e post formazione. • Incremento del numero di fornitori con certificazioni ambientali, etiche o di economia circolare rispetto all'anno precedente. • Percentuale di acquisti effettuati da fornitori sostenibili rispetto al totale degli acquisti aziendali. • Espansione della rete fornitori: numero di nuovi fornitori che adottano pratiche di turismo responsabile, etico e circolare nel corso dell'anno. • Impatto economico generato verso aziende che promuovono la sostenibilità e la legalità (es. valore degli ordini effettuati verso queste realtà). 	<p>SDG 16 – Pace, giustizia e istituzioni solide</p> <p>SDG 17 – Partnership per gli obiettivi</p>
<p>PROPOSTE DI VISITA</p>	<p>Viaggi d'istruzione: L'ampliamento dei temi trattati nei pacchetti e la maggiore flessibilità nella progettazione sono state scelte fondamentali per rispondere alle esigenze delle scuole.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del numero di partecipanti per misurare l'incremento del numero di clienti rispetto all'anno precedente. • Soddisfazione del cliente, monitorare la soddisfazione dei clienti tramite sondaggi post-tour. • Numero di temi nuovi aggiunti, quantificare i nuovi temi e modalità di fruizione introdotti. 	<p>SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica</p> <p>SDG 12 - Consumo e produzione responsabili</p> <p>SDG 4 - Istruzione di qualità</p>

	<p>Oneday tour: Incremento delle proposte, perfezionamento dei contenuti e della logistica, con una particolare attenzione alla formazione del personale. Introduzione di una sessione di formazione (per accompagnatori, per servizio civile) da delegare a esperti/associazioni amiche</p> <p>Tour di più giorni: L'offerta si è arricchita con l'inclusione di nuovi temi e modalità di fruizione, al fine di attirare un pubblico sensibile ma non necessariamente "impegnato".</p> <p>Tour 100% green: ideazione del nuovo tour 100% green, che segnerà un passo significativo verso la piena sostenibilità nelle offerte turistiche.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tasso di ritorno dei clienti, misurando la percentuale di clienti che tornano per un tour successivo. • Emissioni di CO2 per partecipante, monitorando la riduzione delle emissioni di carbonio per ciascun partecipante al tour. • Aumento della domanda di tour green, monitorando l'incremento della domanda per pacchetti turistici eco-sostenibili. • Certificazioni ecologiche ottenute, monitorando il numero di certificazioni ecologiche ricevute dal tour (es. Green Key, Eco-Label, etc.). 	
--	--	--	--

5.2 ORGANIZZAZIONE INTERNA

A seguito delle analisi dei dati raccolti, e con riferimento all'organizzazione interna di Addiopizzo Travel, sono stati individuati due macro ambiti di intervento: la formazione e il coinvolgimento dei giovani. Prioritariamente, è stato deciso di nominare un **responsabile della sostenibilità**, preferibilmente un giovane membro interno, che si occuperà di coordinare le attività legate alla sostenibilità, monitorare i progressi e garantire l'efficacia delle azioni intraprese. La **formazione** rappresenta un aspetto centrale per promuovere una cultura aziendale sostenibile, potenziando le competenze del personale e puntando a integrare i tre pilastri della sostenibilità (ambientale, sociale ed economico). Parallelamente, **l'investimento sui giovani** è visto come una scelta strategica per garantire innovazione, continuità e inclusione nel lungo termine, valorizzando le nuove generazioni attraverso percorsi formativi, il Servizio Civile Universale e opportunità di crescita professionale. Questi due ambiti sono fondamentali per costruire un'organizzazione solida e orientata al futuro.

Inoltre, sempre da un punto di vista di organizzazione della struttura, un elemento su cui il nostro tour operator intende attivarsi riguarda il **posizionamento strategico nel mercato europeo**. In questo caso, di particolare interesse è la relazione con Fairweg, attivata grazie al supporto dell'*Expert ACTA*, che ci ha permesso - come illustrato di seguito - di entrare in contatto con un partner europeo specificamente dedicato all'offerta di viaggi sostenibili e certificati, che potrebbe veicolare non solo la nostra offerta, ma anche il nostro disciplinare etico, quale caso distintivo a livello europeo.

5.2.1 LA FORMAZIONE

La formazione rappresenta un aspetto centrale per promuovere una cultura aziendale sostenibile e rafforzare le competenze del personale. Tuttavia, dall'analisi è emerso che, pur essendo state avviate iniziative formative significative negli ultimi anni, queste non hanno ancora affrontato in modo sistematico e integrato i tre pilastri della sostenibilità (ambientale, sociale ed economica). Le iniziative formative del tour operator si dividono in due principali categorie: formazione obbligatoria e formazione volontaria.

1. Formazione obbligatoria

- Moduli sulla Sicurezza sul Lavoro: come previsto dalla normativa italiana, il personale ha partecipato a corsi relativi alla sicurezza sul luogo di lavoro, essenziali per garantire il rispetto delle leggi e delle migliori pratiche.
- Formazione interna sui temi di Mafia e Antimafia: considerata indispensabile per tutti i collaboratori, questa formazione fornisce il background necessario per operare coerentemente con la missione del tour operator. Include, ad esempio:
 - Una bibliografia minima sui temi di Mafia e Antimafia.
 - Lecture, slide, materiali testuali e audiovideo dedicati alla storia e all'impatto del movimento Addiopizzo.
 - Documenti a uso interno che descrivono gli itinerari e la distribuzione dei contenuti di ciascun tour, ad esempio la traccia dettagliata del tour "Palermo No Mafia", che rappresenta una delle esperienze più emblematiche offerte dalla cooperativa.

2. Formazione volontaria

- A partire dal 2020, anno del lockdown dovuto alla pandemia, la cooperativa ha intrapreso diverse iniziative di formazione opzionali per i suoi membri e collaboratori, cogliendo l'opportunità di implementare competenze strategiche in aree chiave. Tra gli esempi più significativi:
 - Corsi di marketing digitale per migliorare la promozione dei prodotti e dei servizi turistici.
 - Formazione sulla normativa del lavoro, con l'obiettivo di rafforzare le capacità gestionali interne.
 - Corsi di lingue straniere, utili per ampliare il target internazionale.
 - La partecipazione di alcuni soci a percorsi formativi organizzati da Ashoka, focalizzati sull'imprenditoria sociale e il changemaking.
 - Nell'ambito dei progetti I-Stars ed Ecotours (Cosme), corsi specifici su sostenibilità ambientale e turismo circolare, che rappresentano un primo passo verso una maggiore consapevolezza e preparazione in ambito sostenibile.

AMBITI DI MIGLIORAMENTO

Nonostante i progressi realizzati, l'analisi ha evidenziato alcune carenze che limitano il pieno potenziale della formazione come leva per la sostenibilità. In particolare:

- **Desiderio di migliorare l'approccio integrato alla sostenibilità:** mentre i corsi recenti hanno affrontato tematiche ambientali, solo in modo non prioritaria è stata sviluppata una formazione strutturata che includa anche i pilastri **sociale** ed **economico**. Ad esempio, si intendono esplorare questi temi come:
 - L'inclusione sociale nelle attività turistiche, incluso il tema della disabilità.
 - La valutazione dell'impatto economico positivo delle attività sul territorio.
 - La gestione delle relazioni con la comunità locale e i fornitori secondo principi di equità e giustizia.
- **Approfondimenti specifici:** alcune tematiche legate alla sostenibilità richiedono un maggiore livello di approfondimento. Ad esempio:
 - La gestione delle risorse naturali nel contesto locale.
 - Strumenti pratici per la riduzione dell'impronta ecologica dell'ufficio e delle attività operative.
 - Certificazioni di sostenibilità per operatori turistici o certificazioni per i tour proposti.
- **Target esteso:** mentre la formazione si è concentrata prevalentemente sui membri della cooperativa, vi è un margine per coinvolgere anche collaboratori esterni e partner chiave, al fine di creare una rete più ampia di soggetti formati sui temi della sostenibilità.

5.2.2 INCLUSIONE DELLE GIOVANI GENERAZIONI

Un ulteriore ambito di intervento identificato da Addiopizzo Travel riguarda il coinvolgimento e la valorizzazione dei giovani, riconosciuti come risorsa fondamentale per il futuro della cooperativa e del settore del turismo sostenibile.

Dal 2017, la cooperativa partecipa attivamente al **Servizio Civile Universale**, accogliendo ogni anno quattro volontari di età compresa tra i 18 e i 28 anni. Questi giovani vengono coinvolti non solo nelle attività operative quotidiane ma anche, in parte, nelle decisioni aziendali, con l'obiettivo di offrire loro una formazione concreta e prepararli all'ingresso

nel mondo del lavoro. Questa esperienza non solo arricchisce le competenze dei volontari, ma permette anche ad Addiopizzo Travel di promuovere un modello di lavoro etico e formativo.

L'impegno verso i giovani si è ulteriormente rafforzato nel 2023, quando la cooperativa ha assunto a tempo indeterminato due giovani dipendenti che avevano precedentemente concluso la loro esperienza di Servizio Civile. Questo rappresenta un segnale tangibile della volontà di Addiopizzo Travel di investire nelle nuove generazioni e di offrire opportunità stabili e di crescita professionale.

AMBITI DI MIGLIORAMENTO

Nonostante i risultati già raggiunti, Addiopizzo Travel intende ampliare ulteriormente il proprio impegno verso i giovani attraverso nuove iniziative, che potrebbero includere:

- **Partnership con istituti scolastici e università:** proseguire ed ampliare le collaborazioni con scuole superiori, università e master in turismo sostenibile per offrire tirocini, stage e percorsi formativi dedicati ai giovani interessati a intraprendere una carriera nel turismo responsabile.
- **Laboratori di innovazione sociale e turistica:** organizzare altri laboratori periodici rivolti ai giovani per sviluppare nuove idee e progetti nel campo del turismo sostenibile, con il coinvolgimento attivo dei volontari del Servizio Civile e dei nuovi collaboratori.

AZIONI FUTURE

Per migliorare l'organizzazione interna, il tour operator potrebbe:

- 1. Pianificare un programma formativo annuale dedicato alla sostenibilità**, che includa:
 - Moduli su ambiente, società ed economia in relazione al turismo sostenibile.
 - Sessioni pratiche per implementare strumenti operativi, come la misurazione degli indicatori di sostenibilità aziendale.
- 2. Collaborare con esperti e istituzioni** per sviluppare contenuti formativi più mirati, sfruttando l'esperienza maturata in progetti come Ecotours e I-Stars.
- 3. Estendere la formazione a tutti i collaboratori e stakeholder principali**, creando una cultura diffusa e condivisa sui principi di sostenibilità.

5.2.3 POSIZIONAMENTO INTERNAZIONALE

Con riferimento all'intenzione di migliorare il posizionamento strategico nel mercato europeo, di particolare interesse è la relazione con Fairweg, che ci ha permesso di entrare in contatto con un partner europeo specificamente dedicato all'offerta di viaggi sostenibili e certificati, che potrebbe veicolare non solo la nostra offerta, ma anche il nostro disciplinare etico, quale caso distintivo a livello europeo.

AMBITI DI MIGLIORAMENTO:

- 1. Espansione e Diversificazione dell'Offerta:** Attualmente, l'offerta di tour è ampiamente focalizzata su temi e modalità etiche, ecologiche e sostenibili, ma potrebbe essere ampliata con esperienze ancora più personalizzate o esclusive che rispondano a nicchie di mercato specifiche in Europa. Intendiamo introdurre pacchetti specializzati per specifici segmenti di clientela (es. famiglie, coppie, turisti senior), puntando su esperienze sostenibili e 100% green.
- 2. Comunicazione e Visibilità Internazionale:** Nonostante la relazione con Fairweg rappresenti un'opportunità importante, la visibilità e la promozione della nostra offerta potrebbero beneficiare di un'ulteriore espansione della comunicazione, specialmente in altri mercati europei. Inoltre, Fairweg potrebbe favorire la diffusione del nostro disciplinare etico, che potrebbe essere comunicato e valorizzato al di fuori del mercato nazionale, nel loro sito, insieme ad altre iniziative di sostenibilità europee. Intendiamo rafforzare il brand e la comunicazione del disciplinare etico come valore distintivo, creando contenuti informativi e testimonianze che raccontano come i viaggiatori possano fare la differenza scegliendo un tour operator sostenibile. Potenziare la visibilità attraverso social media, eventi europei e partecipazioni a fiere internazionali del settore turistico.

5.3 ORGANIZZAZIONE DELL'UFFICIO

L'organizzazione dell'ufficio di Addiopizzo Travel continua a distinguersi per un avanzato livello di sostenibilità sociale ed economica, mentre si individuano margini di miglioramento sul fronte ambientale e in alcune dimensioni dell'inclusività, che rappresentano priorità per il 2024-2025.

AZIONI ESISTENTI

La sede dell'ufficio si trova a Isola delle Femmine, in un immobile sottoutilizzato concesso in comodato d'uso da Rete Ferroviaria Italiana (RFI). Tale scelta riflette l'impegno di Addiopizzo Travel verso la valorizzazione del patrimonio edilizio esistente, un principio cardine della sostenibilità.

Negli anni, sono state adottate diverse misure per promuovere la sostenibilità:

1. Riuso e ottimizzazione delle risorse materiali:

- Utilizzo di computer ricondizionati, mobilio recuperato e materiali riutilizzabili.
- Sostenibilità dei gadget distribuiti durante i tour, in linea con i principi di economia circolare.

2. Fornitura di energia sostenibile:

- Contratto con NEN Energia, che fornisce elettricità proveniente esclusivamente da fonti rinnovabili con compensazione delle emissioni di CO₂.

3. Gestione responsabile dell'acqua:

- L'ufficio ha registrato un consumo di circa 380 m³ all'anno, ritenuto elevato a causa di perdite nella rete idrica e dell'utilizzo condiviso da parte di un altro soggetto. La cooperativa ha avviato una valutazione per risolvere questi problemi.

4. Plastic Free e utilizzo responsabile delle risorse:

- Installazione di un sistema di depurazione interno, che elimina l'uso di bottiglie di plastica. Collaboratori e dipendenti utilizzano esclusivamente borracce.
- Utilizzo di tazzine e stoviglie in ceramica o vetro per dipendenti, collaboratori e ospiti, contribuendo alla riduzione dei rifiuti generati.

5. Mobilità sostenibile:

- La maggior parte dei collaboratori raggiunge l'ufficio con mezzi sostenibili, come treno, bicicletta, monopattino elettrico o a piedi.

6. Gestione responsabile dei rifiuti:

- Rigorosa raccolta differenziata e utilizzo prevalente di documenti digitali, limitando la stampa per ridurre sprechi di carta e inchiostro.

AMBITI DI MIGLIORAMENTO

Nonostante i risultati raggiunti, sono emerse aree di miglioramento su cui concentrarsi nei prossimi anni:

1. Inclusione e accessibilità per persone con disabilità:

- L'ufficio si trova al primo piano di un edificio privo di ascensore, rappresentando una barriera architettonica che limita l'accessibilità. Inoltre, l'edificio non è di proprietà e non è dunque possibile promuovere interventi infrastrutturali. Nonostante ciò, sebbene attualmente non vi siano collaboratori con disabilità motoria, Addiopizzo Travel ritiene prioritario affrontare questo tema nel 2025 nei servizi offerti, attraverso progetti come la realizzazione di tour per persone con disabilità.

2. Elaborazione di una politica interna "Plastic Free":

- Avviare un'**analisi sistematica delle plastiche in uso** per identificare i materiali ancora eliminabili o sostituibili con alternative più sostenibili.
- Definire un **disciplinare interno** e un regolamento per l'eliminazione delle plastiche rimanenti, da attuare entro i prossimi anni.

3. Gestione idrica:

- Risolvere le criticità legate al consumo eccessivo di acqua, inclusa la riparazione delle perdite sulla rete idrica e una revisione delle modalità di utilizzo condiviso del contatore.

4. Monitoraggio dei consumi energetici:

- Eseguire un'**analisi dei consumi energetici dello stabile** per individuare aree di inefficienza e definire un piano di riduzione delle emissioni.
- Compensare le emissioni non eliminabili attraverso iniziative concrete, come la **piantumazione di alberi** o altre attività di compensazione ambientale.

5. Accordi con società di trasporto pubblico:

- Esplorare la possibilità di stipulare **accordi con le società di trasporto pubblico**, per favorire ulteriormente l'utilizzo di mezzi sostenibili sia da parte dei collaboratori sia dei clienti.

AZIONI FUTURE

Nel 2025-2026, Addiopizzo Travel si propone di:

1. Introdurre un disciplinare "Plastic Free" con azioni specifiche per eliminare definitivamente l'uso delle plastiche superflue.
2. Ridurre i consumi idrici ed energetici attraverso interventi tecnici mirati e l'adozione di pratiche più efficienti.
3. Compensare le emissioni residue con iniziative concrete di sostenibilità ambientale, come la piantumazione di alberi.
4. Collaborare con le aziende di trasporto pubblico per incentivare l'uso di mezzi a basso impatto tra collaboratori e viaggiatori.

5.4 GESTIONE DEI FORNITORI

La selezione dei fornitori rappresenta un aspetto cruciale per promuovere una cultura aziendale responsabile e sostenibile, in linea con la missione di Addiopizzo Travel. Sebbene siano stati compiuti passi significativi nella scelta di partner che condividono valori legati alla legalità e all'etica, l'analisi ha evidenziato che c'è ancora un potenziale inespresso nell'approccio alla sostenibilità integrata tra tutti i fornitori, sui tre pilastri: sociale, ambientale ed economico. Il coinvolgimento dei fornitori si articola in due principali categorie: fornitori legati al movimento "mafia-free" e fornitori che sposano la causa della sostenibilità.

1. Fornitori Legati al Movimento "Mafia-Free"

Addiopizzo Travel seleziona i propri fornitori attingendo principalmente dal network di imprese "mafia-free", promosse da **Addiopizzo**, che hanno scelto di opporsi alla mafia e di sostenere un'economia legale e trasparente. Questa scelta è un atto di sostegno sia simbolico che concreto nei confronti di chi ha deciso di contrapporsi alla cultura mafiosa. Inoltre, aderendo al **Codice Etico del Turismo Responsabile** di **AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile)**, Addiopizzo Travel conferma il proprio impegno a favorire la collaborazione con imprese che seguono pratiche di legalità e responsabilità sociale.

2. Fornitori e Partner per la Sostenibilità

Addiopizzo Travel favorisce la collaborazione con fornitori e partner commerciali che condividono i valori fondamentali dell'organizzazione, come l'opposizione al pagamento del pizzo alla mafia e l'impegno verso un'economia legale e trasparente. Per rafforzare la mission, la cooperativa sta lavorando per definire una politica formale di selezione dei fornitori, che privilegi le imprese sociali, quelle che promuovono il cambiamento sociale e quelle che adottano pratiche sostenibili, sia a livello sociale che ambientale.

Tra i partner principali vi sono organizzazioni locali come il **Comitato Addiopizzo**, **No Mafia Memorial**, **Libera** e la **Casa Memoria Felicia e Peppino Impastato**, che operano attivamente contro la mafia. Inoltre, a livello internazionale, Addiopizzo Travel collabora con **Ashoka**, **Mafia Nein Danke**, e altre reti che promuovono la cultura della legalità e della sostenibilità globale.

AMBITI DI MIGLIORAMENTO

Nonostante gli sforzi compiuti, l'analisi ha evidenziato alcune aree di miglioramento che potrebbero ottimizzare ulteriormente la gestione dei fornitori in chiave sostenibile. Tra queste:

- 1. Mancanza di un Approccio Integrato alla Sostenibilità:** Pur esistendo un impegno verso la legalità e la sostenibilità sociale, non è stato ancora sviluppato un sistema strutturato che integri in modo completo anche le tematiche ambientali ed economiche. È necessario sviluppare linee guida specifiche che considerino la sostenibilità su tutti i fronti.
- 2. Certificazioni di Sostenibilità:** Nonostante la selezione di fornitori etici, non tutti sono certificati in ambito ambientale o sociale. L'introduzione di partner con certificazioni di sostenibilità specifiche per il settore turistico potrebbe garantire una maggiore trasparenza e responsabilità.
- 3. Coinvolgimento di Nuovi Partner:** Sebbene la cooperativa collabori già con importanti realtà locali e internazionali, c'è spazio per coinvolgere nuovi fornitori e partner che abbiano già implementato pratiche sostenibili, amplificando così l'impatto positivo dell'organizzazione.

AREE DI INTERVENTO: FORNITORI E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Un ulteriore ambito di intervento riguarda la selezione di fornitori che adottano pratiche sostenibili anche in ambito ambientale. Sebbene alcuni fornitori abbiano già intrapreso azioni in tal senso, è importante consolidare questa pratica attraverso:

- **Accordi con Fornitori Certificati:** Formalizzare accordi con fornitori che abbiano ottenuto certificazioni di sostenibilità ambientale e sociale riconosciute, come ad esempio ISO 14001 o EMAS, per garantire che i servizi e prodotti offerti rispettino gli standard elevati in termini di impatto ecologico e responsabilità sociale.
- **Sviluppo di Pacchetti Green:** Creare pacchetti turistici che mettano in evidenza l'impegno sociale ed ecologico, come ad esempio tour che promuovono la cultura della legalità e dell'ambiente. Questi pacchetti rappresenterebbero un'opportunità per i clienti di scegliere esperienze che coniugano la sostenibilità sociale e ambientale.

AZIONI FUTURE

Addiopizzo Travel intende rafforzare il proprio impegno verso una selezione dei fornitori sempre più orientata alla sostenibilità attraverso nuove iniziative, che potrebbero includere:

- **Creazione di un Regolamento per la Selezione dei Fornitori:** Definire un regolamento interno che stabilisca criteri chiari per la selezione dei fornitori, con particolare attenzione alla sostenibilità sociale

ed ambientale. Questo regolamento includerà anche la preferenza per aziende che hanno aderito ad iniziative antimafia e a network che promuovono l'economia legale.

- **Formazione dei Fornitori:** Attivare programmi di formazione per i fornitori, sensibilizzandoli sui temi della sostenibilità e della legalità, con l'obiettivo di consolidare una rete di partner responsabili che condividano i valori fondamentali della cooperativa.
- **Espansione della Rete di Fornitori:** Incrementare la rete di fornitori impegnati su tematiche di sostenibilità, privilegiando aziende che adottano pratiche di turismo responsabile, etico e circolare.

Per ottimizzare ulteriormente la gestione dei fornitori e dei partner, Addiopizzo Travel potrebbe:

- **Pianificare un Programma di Certificazione per i Fornitori:** Introdurre un programma di certificazione che attesti il rispetto dei criteri di sostenibilità sociale, economica ed ambientale per tutti i fornitori.
- **Rafforzare la Collaborazione con Enti Certificatori:** Avviare partnership con enti certificatori e reti internazionali che promuovono il turismo sostenibile e responsabile, come FAIRWEG E BIOSPHERE, per garantire che i fornitori siano allineati con gli standard internazionali.

5.5 PROPOSTE DI VISITA

Il nostro tour operator ha sempre cercato di offrire esperienze che non solo promuovano la conoscenza dei temi legati alla legalità e alla memoria, ma che siano anche sostenibili e responsabili. Nell'ambito del finanziamento di iStars ed in collaborazione con **Up2you**, l'organizzazione aveva progettato inizialmente un tour, con l'intento di rendere compensabile l'impatto ambientale dei viaggi. Sebbene questa proposta sia tuttora valida, a seguito dei workshop di ottobre 2024, insieme a **ACTA**, è stato deciso di sviluppare un nuovo tour 100% green. Questo rappresenta un passo importante per allinearsi con le esigenze di sostenibilità e per rispondere alle aspettative di un turismo sempre più attento all'ambiente.

Il nuovo prodotto, in progettazione nel biennio 2025-2026, si concentrerà sull'ideazione e la costruzione di un tour che riduca al minimo le sue emissioni di carbonio e compensi gli impatti inevitabili². La realizzazione di un tour di questo tipo richiederà diverse fasi preparatorie, tra cui:

- 1. Individuazione di fornitori ambientalmente sostenibili:** Ogni fornitore coinvolto nel tour dovrà rispettare criteri rigorosi in termini di sostenibilità ambientale, dalla logistica ai trasporti, dalle strutture ricettive alle attività proposte. Sarà fondamentale garantire che ogni componente del pacchetto abbia un basso impatto ecologico.
- 2. Misurazione delle emissioni di CO₂:** Sarà necessario effettuare una valutazione dettagliata delle emissioni delle singole componenti del tour, per poter determinare con precisione l'impronta ecologica di ogni viaggio. Questo aiuterà a individuare le aree su cui intervenire per ridurre al minimo l'impatto ambientale.
- 3. Compensazione delle emissioni:** Una volta misurate le emissioni, Addiopizzo Travel si impegnerà a compensarle attraverso azioni concrete, come il finanziamento di progetti di riforestazione o altre iniziative che contribuiscano a neutralizzare la CO₂ generata dai viaggi.

² Un **tour compensato**, come previsto dalla collaborazione con **Up2you**, è un'esperienza turistica progettata per ridurre al minimo l'impatto ambientale attraverso una serie di azioni compensative. L'obiettivo di questo tipo di tour è calcolare e compensare le emissioni di CO₂ generate durante il viaggio, inclusi i trasporti, il pernottamento e altre attività, mediante l'investimento in progetti di sostenibilità, come la riforestazione o altre iniziative ambientali. Up2you offre una piattaforma che permette di misurare le emissioni di ogni componente del tour e di acquistare crediti di carbonio per neutralizzarle.

4. **Formazione e sensibilizzazione:** Un altro passaggio cruciale sarà la formazione del personale coinvolto nei tour, per garantire che ogni aspetto dell'esperienza turistica rispetti i principi di sostenibilità. Questo includerà anche la sensibilizzazione dei partecipanti sui temi legati all'ambiente e alla legalità.
5. **Partnership strategiche:** Sarà fondamentale sviluppare alleanze con enti e organizzazioni che supportano l'integrazione di pratiche green nel settore turistico, in modo da promuovere un turismo responsabile e integrato con le esigenze della comunità e dell'ambiente.

L'OFFERTA DI VIAGGI E L'EVOLUZIONE DEI PACCHETTI

Nel 2024, le principali fonti di introito per Addiopizzo Travel derivano dalle seguenti categorie di attività turistiche:

- **65% Viaggi d'istruzione:** Questi rappresentano la fetta più consistente dell'offerta e sono caratterizzati dall'ampliamento dei temi trattati, con una maggiore flessibilità per soddisfare le esigenze delle scuole. Le esperienze educative includono approfondimenti su legalità, memoria e cultura antimafia, consentendo ai giovani di entrare in contatto diretto con i luoghi simbolo della resistenza contro la mafia.
- **21% Oneday tour:** Un segmento in costante crescita, con un incremento delle proposte e un miglioramento dei contenuti e della logistica. Particolare attenzione è stata dedicata alla formazione dello staff, per garantire che ogni visita sia coinvolgente e ben strutturata.
- **14% Viaggi di più giorni:** Questa tipologia di tour si è evoluta con l'ampliamento dei temi trattati e una maggiore cura nella modalità di fruizione, rispondendo così alle esigenze di turisti sensibili ai temi della legalità, ma che non necessariamente cercano un'esperienza "impegnata".

AMBITI DI MIGLIORAMENTO

In futuro, oltre al potenziamento dell'offerta turistica, esploreremo nuove fonti di introito, tra cui:

- **Merchandising MuST:** L'introduzione di prodotti legati al Museo della Memoria e della Storia potrebbe rappresentare una nuova via per diversificare gli introiti, rafforzando l'identità dell'organizzazione.
- **Donazioni a favore di Enti e Soggetti Particolari:** Una parte del margine proveniente dai tour sarà destinata a sostegno di organizzazioni e iniziative di rilevanza sociale. Nel 2023, ad esempio, è stato donato il 6% del margine da tour al **Comitato Addiopizzo**, contribuendo con un importo di 17 mila euro.

AZIONI FUTURE

Nel corso degli anni, Addiopizzo Travel ha progressivamente migliorato la propria offerta turistica, attraverso un processo di costante evoluzione:

- **Viaggi d'istruzione:** L'ampliamento dei temi trattati nei pacchetti e la maggiore flessibilità nella progettazione sono state scelte fondamentali per rispondere alle esigenze delle scuole.

- **Oneday tour:** Incremento delle proposte, perfezionamento dei contenuti e della logistica, con una particolare attenzione alla formazione del personale.
- **Tour di più giorni:** L'offerta si è arricchita con l'inclusione di nuovi temi e modalità di fruizione, al fine di attirare un pubblico sensibile ma non necessariamente "impegnato".

A questi sviluppi, nel 2025-2026, si aggiungerà l'ideazione del nuovo tour 100% green, che segnerà un passo significativo verso la piena sostenibilità nelle offerte turistiche.

6. DEFINIZIONE DELLE PRIORITÀ DEGLI INTERVENTI

Le azioni delineate nel paragrafo precedente rappresentano un importante passo verso il rafforzamento della nostra strategia di sostenibilità. Tuttavia, ciascuna di esse richiede procedure specifiche, la stipula di accordi, risorse economiche e un impegno di tempo significativo. Per questo motivo, il nostro tour operator ha ritenuto fondamentale individuare delle **priorità** strategiche, selezionando gli interventi che, nel breve e medio termine, possono avere il maggiore impatto sulla nostra crescita sostenibile e sul posizionamento nel mercato europeo.

Questa scelta non è stata fatta unilateralmente, ma è il risultato di un **percorso partecipato e condiviso con tutti i dipendenti**. Crediamo fermamente che il coinvolgimento delle persone che quotidianamente operano all'interno della nostra organizzazione sia essenziale per definire strategie realmente efficaci e in linea con le esigenze operative. Per questo motivo, abbiamo avviato un'indagine interna attraverso la quale abbiamo chiesto a tutti i membri del team di esprimere le loro opinioni e le loro priorità rispetto alle azioni proposte.

Immagine 6: Le priorità strategiche individuate dai collaboratori e dipendenti del nostro tour operator



Al fine di poter definire la programmazione 2025-2026, proseguiremo con il processo partecipato all'interno della nostra organizzazione per dare attuazione ad alcune di queste azioni.

7. STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE

Il piano di comunicazione è un elemento chiave per supportare le azioni di sostenibilità di Addiopizzo Travel e va sviluppato in collaborazione con l'agenzia che si occupa del tour operator. È essenziale che il piano venga aggiornato **gradualmente**, in base ai progressi delle iniziative e agli sviluppi delle attività in corso. La comunicazione interna ed esterna riveste un ruolo fondamentale, con un'attenzione particolare a quella esterna, che deve essere parte integrante della strategia di **sensibilizzazione**. In particolare, è importante sensibilizzare non solo i dipendenti e collaboratori, ma anche i visitatori che acquistano i tour, informandoli sulle azioni concrete in atto per migliorare la sostenibilità.

Il piano di comunicazione deve focalizzarsi su messaggi chiave che veicolano l'impegno di Addiopizzo Travel nella sostenibilità, mettendo in risalto i risultati concreti raggiunti e le iniziative future. I messaggi devono essere chiari, coerenti e facilmente comprensibili, per coinvolgere i vari target di riferimento. I principali messaggi chiave – a titolo di esempio - da comunicare potranno essere:

- 1. Impegno concreto per la sostenibilità:** "Addiopizzo Travel si impegna a costruire un futuro sostenibile, con tour progettati e gestiti con attenzione all'ambiente, alla società e all'economia locale."
- 2. Transizione verso un turismo 100% green:** "Siamo al lavoro per creare un tour 100% green, dal rispetto dell'ambiente alla compensazione delle emissioni. Ogni viaggio contribuirà alla salvaguardia del nostro pianeta."
- 3. Formazione e inclusione per il futuro:** "Investiamo nei giovani, offrendo opportunità di crescita e formazione professionale in un settore sostenibile, con un focus su inclusione e innovazione."
- 4. Comunità e impatto sociale:** "Sostenibilità non è solo ambientale, ma anche sociale: lavoriamo per il benessere delle comunità locali, contribuendo a progetti significativi come Casa Memoria Impastato e No Mafia Memorial."
- 5. Un viaggio che fa la differenza:** "Ogni nostro tour è una scelta responsabile. Partecipa a esperienze che non solo ti arricchiscono, ma che supportano attivamente progetti locali e globali di sostenibilità."
- 6. Comunicazione trasparente e coinvolgente:** "Segui il nostro percorso di sostenibilità in tempo reale, con aggiornamenti regolari e contenuti multimediali sui nostri canali ufficiali."

<Sulla base delle priorità precedenti, alcuni temi specifici che potranno essere trattati nella comunicazione esterna includono, ad esempio:

- 1. Nomina del responsabile della sostenibilità** – un post di presentazione della figura interna incaricata di guidare le iniziative sostenibili, con una descrizione delle sue mansioni e obiettivi, da condividere a gennaio 2025.
- 2. Sviluppo del tour 100% green** – comunicare l'avvio del progetto per ideare un nuovo tour ecologico, con dettagli sugli step successivi (selezione fornitori, misurazione e compensazione delle emissioni), in modo da coinvolgere e sensibilizzare il pubblico sulla transizione sostenibile dei tour.
- 3. Formazione del personale sui temi di sostenibilità** – documentare e condividere le attività formative in corso, come corsi e workshop sull'integrazione dei principi di sostenibilità nell'offerta turistica, con focus sui giovani e sulle opportunità di crescita professionale.
- 4. Impegno verso la compensazione delle emissioni** – illustrare il processo di compensazione delle emissioni, dal calcolo delle stesse alla scelta di progetti compensativi specifici, e come i visitatori possano contribuire tramite la loro partecipazione a tour compensati.

- 5. Avvio della collaborazione con Fairweg**, e presenza del disciplinare etico di Addiopizzo nella pagina dedicata del portale - illustrare le motivazioni della collaborazione, l'intento di lavorare sui mercati europei, la necessità di individuare collaboratori sostenibili e certificati per dare valore alla nostra filiera.

TARGET

I messaggi devono essere adattati per i diversi target di riferimento, che includono:

- 1. Visitatori e turisti:** Persone interessate a viaggi responsabili, che desiderano supportare progetti di sostenibilità attraverso le loro scelte di viaggio.
 - Messaggi chiave: sostenibilità ambientale, responsabilità sociale, impatto positivo dei tour, coinvolgimento diretto nel processo di compensazione delle emissioni.
- 2. Studenti e personale scolastico:** Studenti di scuole di ogni ordine e grado, docenti, insegnanti e accompagnatori BES/DVA, interessati ad approfondire dal punto di vista educativo le tematiche trattate da Addio Pizzo Travel.
 - Messaggi chiave: sostenibilità ambientale, responsabilità sociale, impatto positivo dei tour, coinvolgimento diretto nel processo di compensazione delle emissioni.
- 3. Giovani e potenziali collaboratori:** Nuove generazioni che sono attratte da carriere in settori innovativi e sostenibili, come i giovani in Servizio Civile Universale o in cerca di opportunità formative.
 - Messaggi chiave: formazione continua, inclusione, sviluppo professionale in un ambiente che promuove la sostenibilità.
- 4. Stakeholder e partner aziendali:** Fornitori, associazioni e altre realtà con cui Addiopizzo Travel collabora, che sono coinvolti nell'implementazione delle iniziative sostenibili.
 - Messaggi chiave: impegno di Addiopizzo Travel a rispettare standard etici e sostenibili, trasparenza nelle relazioni, promozione della responsabilità sociale e ambientale condivisa.
- 5. Comunità locali e enti beneficiari:** I beneficiari diretti delle iniziative sociali, come i progetti in favore di Casa Memoria Impastato o No Mafia Memorial, che ricevono supporto economico o sociale tramite le attività di Addiopizzo.
 - Messaggi chiave: impatto positivo della sostenibilità sociale, supporto diretto a iniziative locali di valore, impegno di Addiopizzo Travel per la crescita delle comunità.
- 6. Pubblico generalista e media:** Persone interessate a tematiche legate alla sostenibilità, ai viaggi e al turismo responsabile.
 - Messaggi chiave: aggiornamenti costanti sulle azioni di sostenibilità di Addiopizzo Travel, impegno dell'azienda per l'ambiente, innovazione e progetti sostenibili nel turismo.

Le azioni comunicative saranno articolate su vari canali:

- **Sito internet:** una pagina dedicata al progetto iStars e aggiornamenti periodici con video, foto e interviste, mostrando l'evoluzione del progetto e gli impatti concreti.

- **Pagina Facebook/Instagram:** almeno 4 post per l'anno in corso, con focus sugli avanzamenti, come il coinvolgimento di Addiopizzo nel progetto, eventi significativi e interviste con i protagonisti delle iniziative.
- **Pagina LinkedIn:** articoli sullo stato di avanzamento, come il supporto ricevuto da Addiopizzo e Capaci No Mafia per aggiornare le loro politiche di sostenibilità e l'intenzione di condurre interviste con gli stakeholder per il bilancio sociale.
- **Piano di sostenibilità:** a marzo 2025, pubblicazione del Piano di Sostenibilità o di alcune sue parti, frutto delle attività e analisi condotte, da presentare sui canali ufficiali e integrare nei materiali informativi.

8. PROGRAMMAZIONE E CONCLUSIONI

Il Piano strategico di sostenibilità è per noi, come Tour Operator, non solo un documento di indirizzo strategico, ma anche uno strumento operativo che ci accompagna concretamente nel lavoro quotidiano. È uno spazio di elaborazione condivisa che ci consente di definire priorità, orientare le nostre azioni, monitorare gli avanzamenti e mantenere vivo il confronto all'interno del gruppo di lavoro. Questa visione è pienamente coerente con quanto indicato da diverse policy e linee guida in materia di sostenibilità – tra cui, ad esempio, le raccomandazioni dell'**Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO)** e le **Linee Guida OCSE per le imprese responsabili**, che sottolineano come gli strumenti di pianificazione volontaria siano fondamentali per accompagnare percorsi graduali di transizione sostenibile e per favorire processi partecipativi e adattivi.

In questa fase, il Piano rappresenta dunque una cornice dinamica e aperta, che guiderà le attività nei prossimi mesi. Il gruppo di lavoro del nostro Tour Operator si impegna a completare la sezione relativa alla programmazione biennale 2025–2026 entro i prossimi mesi, definendo in maniera più puntuale le azioni e i relativi tempi di attuazione. Questo processo riflette la volontà di rendere il Piano uno strumento realmente utile e attivo, capace di sostenere l'evoluzione concreta del nostro impegno per la sostenibilità.

Data di revisione del documento:
maggio 2025

Realizzato nell'ambito del progetto:
iStars Island Sustainable Tourism Action Through Resilient SMEs



I-STARS



Co-funded by
the European Union

Gruppo di lavoro:
Lorenzo Canova, Elena Viani, Anna Pedroncelli

Expert:
ACTA impresa sociale
www.actanet.it
team@actanet.it

ARTE **CULTURA** **TURISMO** **AMBIENTE**

 **ACTA**
Evolviamo la complessità in armonia
www.actanet.it

Poniamo al centro delle nostre pratiche e delle metodologie di lavoro la sperimentazione e l'innovazione sociale, finalizzate al rafforzamento della coesione sociale e territoriale, allo sviluppo delle comunità locali, all'accrescimento del valore ecosistemico dell'ambiente, esteso a tutti gli organismi viventi, a favore di una vita prospera. Lavoriamo sul metodo per rendere:

la complessità una risorsa  **la sostenibilità un linguaggio**  **la creatività un'espressione**  **la politica una visione concreta**

ACTA è un gruppo di professionisti che nasce nel 1994 come associazione no profit e nel 2022 si trasforma in impresa sociale (ETS) | team@actanet.it