

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Salema EcoCamp Around the Eden



↳ Especificidades do negócio, conceito ou produto

A Around the Eden, através do projeto e marca Salema Eco Camp, tem como intuito o desenvolvimento de um serviço que seja focado na harmonia do homem em sintonia com a natureza. A preservação da diversidade do espaço, tendo como foco a regeneração de cada elemento que o rodeia, é um dos maiores objetivos enquanto coletivo. O lucro rápido e a oferta de serviços fictícios não fazem parte dos seus objetivos. A experiência eco camp que deseja é que os clientes, staff ou visitantes se possam sentir em casa ou que possam descobrir o seu refúgio, com consciência de estarem num sítio ecológico e que está a regenerar. Como diz o diretor da empresa: “os nossos clientes são o nosso maior tesouro, gostamos que se sintam felizes”. “Propósito: Sabemos as consequências da atuação da humanidade nos ecossistemas e qual o novo caminho a trilhar na área do turismo – a regeneração. Celebramos e honramos a diversidade natural e social. Queremos inspirar e ser inspirados na arte de bem-acolher”. São o Propósito e os Valores de respeito mútuo, honestidade, responsabilidade, comunicação, partilha e interajuda, confiança e organização que norteiam as ações deste espaço turístico, que procura uma constante evolução e atualização. Para isso, com simplicidade criam-se redes e parcerias para atrair clientes alinhados. O grande objetivo ESG é que o projeto Salema Eco Camp venha a ser “escola ecológica”, onde se criam atividades em que o cliente, escolas e comunidade se interliguem, mudando o panorama do que é passar férias, viver ou visitar um Parque de Campismo e Glamping. O parque está inserido numa zona de vales verdejantes, próxima do mar a sul (cerca de 2km) e a Oeste (cerca de 15km). Está inserido no Parque Natural da Costa Vicentina e Sudoeste Alentejano e chegam a Salema sobretudo clientes ibéricos e do norte e centro-oeste da Europa. O espaço beneficia dos diferentes perfis de staff, desde os mais introvertidos aos mais expansivos, com várias proveniências e vivências. Existe um sentimento generalizado de compromisso

perante a visão abrangente, é uma equipa que é comunidade, com espaços de convívio e de partilha. Deseja-se que cada elemento do staff possa ser um embaixador.

↳ Nível de criatividade/ inovação a nível da sustentabilidade ambiental

Em 2024 instalou uma ETAR onde reutiliza a água tratada na rega e está a desenvolver dois projetos de investigação científica relacionados com a sedimentação e infiltração da água da ribeira e o consumo de água. Co-cria investigações na UAlg e IST-Lisboa e projetos rejuvenescedores com empresas locais, associações ambientais, culturais, como a Rewilding Sudoeste, ZERO, Vale da Lama, Mãozorra, escolas, etc. Através de uma equipa de regeneração, restaura a qualidade dos solos e da biodiversidade local, escolhendo espécies que equilibram o ecossistema. Ademais, finalizou a construção de uma estufa para os workshops e trabalhos de propagação e sementeira de plantas. Calcula a pegada carbónica anual e investe em projetos de descarbonização. Tem uma ecostore de produtos locais ou biológicos, que é exemplo único num raio de 20km. Não vende água engarrafada e refrigerantes; tem sim água filtrada e bebidas naturais. Está desde 2024 a trabalhar para ser ZERO WASTE e a compostagem.

↳ Impacto a nível regional e nacional

Em 2024 foram realizados investimentos na ordem dos 400.000€ em três grandes projetos: a instalação de painéis fotovoltaicos para produção de energia, a construção de uma ETAR e a solidificação da equipa de Sustentabilidade & Regeneração. Localmente, tem um impacto num território de Vila do Bispo/Sagres, Aljezur e Lagos/Portimão e que está a dar passos para

>> (continua)



SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Salema EcoCamp Around the Eden



>>

ser uma referência no campismo e glamping ibérico (através de consultorias) e no turismo regenerativo. Organiza dias abertos, onde apresenta músicos locais, promove mercados de artesanato local e 2ª mão e apresenta atividades para crianças/famílias para dar a conhecer o parque e a regeneração. É “neutra” nas emissões de carbono (emissões diretas e indiretas) + margem de segurança de 10%. O objetivo da marca é, mesmo com as alterações climáticas, manter o espaço verde, cheio de VIDA, com clientes, staff e comunidade satisfeitos. Quer ser um exemplo de boas práticas ESG e este prémio da AHRESP confirma a sua vontade e dedicação.

↳ Resultados obtidos e evolução dos mesmos

As pernoitas têm aumentado de ano para ano. Apesar disso, a empresa conseguiu reduzir a pegada de carbono por pernoita desde o ano vintage 2021 até vintage 2023. 2021 - 151 CO₂e(t) - 3,29 CO₂e(kg)/pernoita 2024 - 284,5 CO₂e(t) - 2,86 CO₂e(kg)/pernoita O usufruto de água tem vindo a diminuir de 2022 registado em 18625 m³ para 15177 m³ em 2023, 14981m³ em 2024 o que só deve ser reforçado com a ETAR. O consumo elétrico aumentou entre 2022 (244117 kWh) e 2024 (274298 kWh), mas com a instalação em 2024 de painéis fotovoltaicos para produção de energia, espera-se que agora grande parte da energia usada no parque seja gerada através dessa fonte. A instalação de painéis solares para aquecimento das águas, tem feito o consumo de gás do eco-campo decair (4613 m³ em 2022 e 1954 m³ em 2024). Criaram-se eventos sustentáveis e projetos de conservação da fauna e flora da Costa Vicentina, abordando a importância das mesmas.

↳ Certificações ou esforços no sentido da obtenção

Tem o certificado GreenKey desde 2021 e estão no processo de renovação 2025. Desde 2020 fazem o cálculo de carbono e com-

pensação carbónica em projetos da Verified Carbon Standard, Golden Standard e da ONG portuguesa VERDE. Estão no Programa de Eficiência Energética para PMEs da Nova SBE. Tem o certificado Zero Waste - on the road - da organização europeia Zero Waste Europe, na qual receberam um galardão em março em Barcelona. Este trilho do Zero Desperdício, acarretou caracterizações qualitativas e quantitativas dos resíduos, onde concluíram que 41% do lixo eram resíduos orgânicos e que cada hóspede gera em média 2,13kg. Estes resultados geraram o início de um sistema de compostagem comunitária no parque e a reciclagem de outros itens além dos já habituais (verde, amarelo e azul).

↳ Fatores mais relevantes que contribuíram para o sucesso do projeto

Em 9 anos de existência foram dados vários passos. Neste espaço de slow living de 12 hectares, existem ofertas para quem procura maior conforto (glamping e alojamentos) ou a aventura do campismo ou caravanismo. Tem dois locais de trabalho para nómadas digitais, uma ecostore com produtos locais ou biológicos e o restaurante Nazari tem no seu menu mediterrânico a pegada de carbono de cada prato. Usam exclusivamente produtos ecológicos na limpeza dos espaços e das roupas. Proporciona ao staff momentos de convívio e de debate, num ambiente seguro e de acolhimento à diferença do outro. Ao nível integrativo, tem espaços e atividades dedicadas ao bem-estar e a um estilo de vida saudável no Jardim (Magic Garden) e no espaço de terapias (Alma Mater): festividades, tratamentos, massagens, diferentes estilos de yoga e terapias todos os dias. O Magic Garden é um palco ao ar livre abraçado por um salgueiro e uma tenda Tipi. Ao nível regenerativo/sustentabilidade, os maiores aspectos de sucesso foram a 1) a reorganização de espaços com sistemas de agrofloresta que trouxe maior organização

>> (continua)



SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Salema EcoCamp Around the Eden



>>

e mais clientes ao parque, 2) a construção de uma estufa que aumentaram a produtividade, rentabilidade e eficácia das plantas e 3) a Estação de Tratamento de Águas Residuais (ETAR) torna-os mais resilientes e independentes, reutilizando a água pelo menos mais uma vez antes desta ser reintroduzida no solo através do sistema de irrigação. Bem-hajam.

↳ Prémios / Distinções

Top 5 prémios sustentabilidade AHRESP, distinção parque de campismo ZERO WASTE.

Nome	Salema EcoCamp - Around the Eden
Distrito	Faro
Setor de atividade	Turismo
Tipo de empresa	PME
N.º de funcionários	38
Website	https://www.salemaecocamp.com/
Redes sociais	 

