Rapporto CWT e GBTA: come far diventare il business travel più sostenibile

Come far diventare il business travel più sostenibile? La risposta viene da uno studio di CWT e GBTA (Global Business Travel Association) dal titolo **“The Big Idea: How Can We Make Business Travel More Sustainable?”**, i cui risultati sono emersi da un panel guidato da quattro alti dirigenti provenienti da diversi segmenti del settore travel, tra cui Director e VP di CWT, Oakwood Worldwide, The LEGO Group e United Airlines.

Ai delegati è stato chiesto quali ritenevano fossero i driver fondamentali per il cambiamento, le opportunità chiave per migliorare la sostenibilità, i limiti che ne impediscono l’implementazione e il ruolo che viaggiatori, **travel buyer**, TMC, compagnie aeree e fornitori del settore ricettivo svolgono nel mettere in pratica le loro idee.

Alla domanda su quanto siano ottimisti riguardo alla capacità del settore di rendere il futuro del **business travel** più sostenibile, il 65% dei rispondenti (tutti travel manager e addetti ai lavori) si è detto sostanzialmente, oppure molto fiducioso. La percentuale è salita al 71% in risposta alla volontà di agire in tal senso.

“In CWT lavoriamo con il massimo impegno per essere una forza positiva nel cambiamento globale e per questo motivo non abbiamo esitato a sponsorizzare questa importante sessione di GBTA, con l’obiettivo di ottenere un feedback di prima mano sul settore tanto riguardo alla domanda quanto sui driver per realizzare viaggi d’affari sostenibili”, afferma **Françoise Grumberg**, Vice President Global Responsible Business and Diversity & Inclusion di CWT.

I viaggiatori, sottolinea lo studio, richiedono travel program più sostenibili. Le aziende che vorranno mantenere alta la propria reputazione dovranno agire di conseguenza. I fornitori, da parte loro, per rimanere pertinenti riguardo a un pubblico di business traveler che sceglie di prenotare con operatori attenti all’ambiente, dovranno necessariamente adattare la loro offerta.

"Questo cambio di mentalità - prosegue il report - aprirà le porte a soluzioni più **ecofriendly** – biocarburanti, maggiore attenzione al riciclaggio negli aeroporti, riduzione della quantità di rifiuti, abolizione della plastica monouso, minor numero di voli con basso tasso di riempimento, flotte di aeromobili moderni, prodotti ecologici per la pulizia – che porteranno a una riduzione delle emissioni di carbonio".

I limiti identificati, invece, spaziano dall’apatia del datore di lavoro sul tema ambientale alla percezione di una mancanza di alternative. Anche l’aumento dei costi per opzioni ricettive e di trasporto aereo più sostenibili, nonché la mancanza di **reporting** o di misurazione sono visti come impedimenti.
“Alla fine, la pressione esercitata dai viaggiatori si tradurrà in azioni positive. Saranno necessari progressi tecnologici per concorrere alla risoluzione di problematiche ambientali più complesse quali la guest experience in hotel e la neutralità del carbonio nell’aviazione, ma esistono già molte opportunità di lavorare con supply chain che implementano e tengono traccia delle pratiche sostenibili lungo la customer journey”, spiega **Scott Solombrino**, COO ed Executive Director di GBTA. “Come industria, dobbiamo lavorare insieme per individuare le soluzioni per aiutare i business traveler a prendere le decisioni più corrette quando viaggiano per lavoro”.