Deloitte, cresce la propensione a viaggi e soggiorni sostenibili

shutterstock-1090720109-5716ba45

Italiani sempre più attenti all’ambiente e sempre più disposti a pagare un sovrapprezzo anche per viaggi e soggiorni sostenibili.

A rivelarlo è “Obiettivo sostenibilità: nuove traiettorie di sviluppo per il turismo italiano”, il nuovo studio di **Deloitte** in collaborazione con AICEO-Associazione Italiana Ceo che analizza l’impatto della sostenibilità sulla filiera del turismo italiano. "*Con questa ricerca abbiamo cercato di capire in che modo gli operatori del settore stanno affrontando le sfide della sostenibilità e come i turisti percepiscono e applicano le buone pratiche di sostenibilità nella loro esperienza di viaggio e soggiorno*", ha affermato **Tommaso Stranieri**, partner di Deloitte, presentando lo studio in occasione della fiera Sia Hospitality Design di Rimini. Che aggiunge: "*Dalla nostra ricerca emerge che la maggioranza dei viaggiatori oggi riconosce il valore e la necessità di pratiche di gestione sostenibili da parte degli operatori del turismo. Ma non solo: più di uno su due dice di essere disposto a pagare un sovrapprezzo, a patto che tali pratiche siano effettivamente riconoscibili ed efficaci*".

Turismo Sostenibile a difesa del clima e delle comunità locali. Il 64% degli intervistati dichiara che sono gli effetti del cambiamento climatico ad aver influito sulla considerazione di viaggiare in maniera più sostenibile – percentuale che sale fino al 71% quando si parla della Gen Z. A spingere a una forma di “turismo sostenibile” è soprattutto il desiderio di tutela del territorio (60%), con l’obiettivo di preservare l’ambiente e la cultura di un luogo, e la volontà di riduzione dell’impatto ambientale tramite mezzi di trasporto ecologici (52%). Inoltre, il 63% degli intervistati ha dichiarato di prediligere mete turistiche locali per incentivare il turismo di prossimità e rivalutare i borghi del proprio Paese. Significative anche le percentuali di coloro che scelgono ristoranti che offrono prodotti a Km 0 (45%) o che si affidano a tour operator del posto per le proprie escursioni, prestando attenzione a dare priorità ad attività organizzate rispettose dell’ambiente (41%).

Comportamenti sostenibili anche in vacanza. Così, anche nell’ambito delle vacanze, sette intervistati su dieci dichiarano di riuscire facilmente a seguire comportamenti consapevoli, adottando misure pratiche per ridurre il proprio impatto nella località in cui soggiornano. Si tratta di

comportamenti spesso mutuati dalle abitudini sviluppate in casa, come la riduzione degli sprechi tramite il riutilizzo delle bottiglie plastica (46%), la riduzione del consumo di acqua (40%) ed elettricità (39%). Oppure l'attenzione verso la scelta di mezzi di trasporto poco inquinanti sia per raggiungere la propria destinazione (44%), sia durante il soggiorno, ad esempio scegliendo la bicicletta o i mezzi pubblici per spostamenti locali quando possibile (37%). Ancora poco praticata invece è la compensazione delle proprie emissioni di carbonio tramite l'acquisto di carbon credits (13%).

L'importanza di comunicare (bene) l'impegno per la sostenibilità. La sostenibilità, dunque, ormai è un fattore importante per dirsi soddisfatto della propria esperienza di alloggio (68%) e di viaggio (65%). Dalla ricerca, però, emerge che solo il 30% dei turisti dichiara di trovare con facilità informazioni sulle pratiche sostenibili delle strutture alberghiere o dei mezzi di trasporto. Ma non solo: i turisti segnalano anche una mancanza di chiarezza nella comunicazione. Solo il 30% ritiene che strutture ricettive e operatori di trasporto comunichino in maniera chiara le proprie politiche sostenibili e solo il 38% pensa che le strutture sostenibili siano facilmente riconoscibili e ben segnalate su siti di booking online, in agenzia o sul sito della struttura. Comunicare in modo efficace, invece, è estremamente importante: il 47% dei turisti, infatti, dichiara che la disponibilità di informazioni in merito alle politiche ESG di una struttura impatta sulla scelta finale dell'alloggio, così come avviene per il 48% dei consumatori quando deve scegliere il trasporto. Inoltre, secondo il 69% degli intervistati la presenza di una certificazione di sostenibilità è sinonimo di responsabilità e il 52% ritiene che questi strumenti contribuiscano positivamente nella formazione del giudizio nei confronti dell'attività stessa. La presenza di una certificazione di sostenibilità è inoltre un importante driver di scelta della struttura per il 61% degli intervistati.

Come migliorare l'offerta legata al turismo sostenibile. Secondo gli italiani (77%) anche i siti di booking online e più in generale le agenzie di viaggio devono migliorare la segnalazione delle strutture con certificazioni sostenibili per facilitare il turista. Inoltre, i turisti sarebbero favorevoli alla creazione di un portale del turismo sostenibile: la maggioranza dei turisti (68%) lo troverebbe molto utile per poter trovare in un unico punto di facile accessibilità e semplice consultazione. Per realizzare questo obiettivo, i turisti identificano nel Governo e nelle Istituzioni nazionali e sovranazionali (46%) gli attori più indicati, seguiti dalle agenzie di viaggio e tour operator (32%), sia virtuali che fisici. Più marginale il ruolo delle strutture ricettive (13%) e delle associazioni ambientaliste (9%).

Sì a un sovrapprezzo, ma a fronte di azioni concrete degli operatori. Se il costo complessivo di una vacanza green potrebbe essere una barriera per molti, la maggioranza degli italiani oggi sembra essere disposta a pagare un sovrapprezzo pur di potere usufruire di servizi e operatori che lavorano in maniera sostenibile. Circa la metà dichiara infatti di essere disposta a spendere un 5-10% in più, mentre circa il 20% si spingerebbe fino al 15-20% in più. Questo maggiore investimento è giustificato da motivazioni etiche, ma deve essere avallato anche da informazioni accurate e affidabili in merito alle attività ed iniziative dei vari operatori.