

## Ecoturismo: la sostenibilità genera più competitività

**E**ssere sostenibili conviene. A dirlo l'**ABTA**, l'Associazione agenzie di viaggio e tour operator del Regno Unito presente all'incontro organizzato durante la scorsa edizione del TTG Incontri da **Viaggi dell'Elefante** e il **Centro Studi Antipodi**, da anni impegnati sul tema dell'ecosostenibilità in Italia. Secondo **Nicola White, head of the Destinations and Sustainability Department all'interno di ABTA**, che ha curato un'indagine sull'argomento, l'essere green in tempi di crisi "può fare la differenza, innanzitutto perché l'opportunità di investire in progetti a favore della sostenibilità si rivela anche una leva per l'abbattimento dei costi di molti operatori della filiera turistica". Inoltre, dal punto di vista dell'associazione, che rappresenta da sessant'anni oltre 5.000 agenzie di viaggio e oltre 900 tour operator, "la competitività sul mercato e la propria riconoscibilità si gioca anche intorno alle tematiche verdi, dato che la clientela oggi è più sensibile a questi argomenti e la scelta avviene anche per questo motivo". Il verde può dunque costituire un vero e proprio modello di business da seguire. Lo sa bene **Enrico Ducrot, amministratore delegato Viaggi dell'Elefante**, che ha fortemente creduto in questo settore, tanto da creare ECO Luxury, un brand che unisce i concetti di lusso ed ecologia per quei resort che fanno di questa attenzione per l'ambiente e dell'alta qualità dell'offerta dei propri asset. Ducrot si è inoltre fatto promotore del gruppo interno all'**Astori** per la sostenibilità creato nel 2010: "Mettere al centro del proprio business l'ecoturismo e la responsabilità sociale d'impresa è un fattore in più di competitività per un operatore e contribuisce a migliorarne la promozione. L'esperienza in Astori va proprio in questa direzione - ha detto durante l'incontro. Dal suo osservatorio privilegiato **Antipodi**, presenti i fondatori **Fabio Sacco** e **Stefano Andreotti**, ha confermato tale andamento. Alcuni esempi? Travelocity, che ha lanciato il suo marchio travel for good, e afferma che, nei primi tre mesi del 2010, gli hotel certificati hanno ottenuto il 65% in più di prenotazioni rispetto a quelli non certificati. Oppure i due Conscious Hotel ad Amsterdam o il boutique hotel Stadthalle di Vienna, la cui comunicazione e promozione al pubblico è tutta concentrata su questo essere green. a.gesuelli ■