

Giovedì 03 Luglio

## Mobilità sostenibile nei viaggi d'affari

*di Aline Bavard*

**Un recente convegno a Milano ha messo a confronto analisti, operatori, società di business travel management, catene alberghiere e vettori aerei. Le tematiche ambientali iniziano a destare interesse**

Mobilità sostenibile, risparmio energetico e salvaguardia dell'ambiente iniziano a essere oggetto di discussione anche nel business travel. Si è parlato di questo il 25 giugno a Milano, al forum internazionale "Viaggi d'affari e ambiente: verso la mobilità sostenibile", organizzato da Carlson Wagonlit Travel. Se il costo del carburante aumenta – e se le aziende stesse attuano politiche di cost reduction sui viaggi di lavoro – e se nel mercato globale del turismo le tematiche legate all'ecologia cominciano a uscire dai circuiti di nicchia, oggi la questione della mobilità sostenibile sembra destare l'interesse degli operatori. "L'attenzione verso l'ambiente e un business sostenibile sta assumendo un'importanza crescente all'interno di molte aziende, e non solo nelle imprese multinazionali e di grandi dimensioni, ma anche in alcune piccole e medie imprese", ha detto Roberto Bacchi, amministratore delegato di Carlson Wagonlit Travel Italia, all'apertura dei lavori. Bacchi ha aggiunto: "recenti ricerche di Accenture e PriceWaterhouseCoopers evidenziano significativi benefici anche di carattere economico/finanziario per le imprese che adottano un approccio sostenibile".



### Gli interventi



E' ancora presto per dire che ambiente e responsabilità sociale hanno un ruolo forte nelle scelte delle aziende; secondo Accenture, però, per quanto riguarda le imprese della lista Fortune, l'87 per cento dei Chief executive officer dichiara che la sostenibilità ha un impatto importante sui profitti. Il 73 per cento crede che sia una fonte di cost saving. La sostenibilità, ha detto Danilo Troncarelli, senior manager di Accenture Management Consulting, "si sta trasformando, per alcune aziende, in un'occasione di valore, che può concretizzarsi in un aumento di revenue o in una riduzione dei costi o in una mitigazione dei rischi, piuttosto che nella costruzione di "intangibile assets", come il valore del brand o l'immagine di azienda sostenibile". Per alcune imprese, la sostenibilità comincia ad essere un valore. "Successo economico e una

politica aziendale orientata alla protezione e sostenibilità ambientale sono strettamente correlati per Lufthansa”, ha detto Karlheinz Haag, responsabile del dipartimento Ambiente della compagnia. Haag ha annunciato interventi come il rinnovo della flotta - 175 nuovi aeromobili - ; l’ottimizzazione del controllo del traffico aereo; il lancio di nuove, dirette e più brevi rotte; un’attenta gestione delle risorse di acqua e carburante; l’ottimizzazione della velocità e dei processi di manutenzione e progetti di compensazioni volontarie.

## I progetti delle aziende

Sono proprio i vettori del trasporto aereo i più bersagliati su questo fronte, come ha ricordato David Jarach, docente area marketing di Sda Bocconi: "Il settore - ha spiegato - è frequentemente additato, benché sia responsabile solo del 2% delle emissioni mondiali di CO2, come uno dei maggiori responsabili dell'aumento del gas serra ed è quindi chiamato a dare una risposta proattiva. L'intera filiera sta oggi lavorando verso l'obiettivo ambizioso dell'annullamento progressivo delle emissioni di CO2, da portare a compimento entro 50 anni".



Le innovazioni riguarderebbero i costruttori di motori, di velivoli, le aerolinee e le società di gestione aeroportuale. Il tema della sostenibilità tocca da vicino anche le strutture ricettive: Chema Basterrechea, amministratore delegato della catena spagnola NH Hotels, ha spiegato che una delle direzioni intraprese dal gruppo è quella del controllo dei consumi: “abbiamo definito un piano per i prossimi tre anni, focalizzato in particolare sul risparmio e la riduzione del consumo energetico, oltre che di acqua. Le opportunità di miglioramento sono enormi: a livello corporate ci poniamo obiettivi di riduzione dei consumi energetici del 20%, ma in Italia abbiamo target ancora più ambiziosi e pari al 30-35%.

## Il business travel

Organizzare e gestire i viaggi d'affari, con un'acquisita sensibilità all'ambiente, può portare a cambiare metodo: “L'adozione di un approccio “sostenibile” amplia il ruolo del travel manager e del procurement manager”, ha detto Bacchi per Carlson Wagonlit Travel. Italia, società specializzata nel travel management. Bacchi ha ricordato “l'esigenza di focalizzarsi, in particolare, su quattro aree: la selezione dei fornitori in un'ottica di acquisto responsabile di beni e servizi di viaggio e di mobilità in genere; l'educazione dei viaggiatori; la costante misurazione e controllo delle performance attraverso efficaci sistemi di reporting ambientale, nonché azioni dirette alla riduzione e compensazione delle emissioni di anidride carbonica”.



Come muoversi? “Iniziamo con l'analizzare le classi merceologiche di acquisto e associamo a ciascuna di esse, se realistico, il rischio ambientale e sociale, oltre ai rischi tipici della catena di fornitura”, ha detto Luca Guzzabocca, procurement director Europe di Gsk e co-chairman di acquisti e sostenibilità. “Mappiamo quindi tutti i prodotti rischiosi in ordine di priorità e identifichiamo per ognuno le possibili azioni. Non sappiamo se tutto ciò possa essere realizzato in tempi brevi, ma crediamo che questa sia la strada - forse l'unica - che occorre imboccare per creare un fattore differenziale tra la propria azienda e prodotti e le altre”.