

# Il green travel fa bene

Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e strutture alberghiere rispettose dell'ambiente sono le tematiche fondamentali. Ne parliamo con Luca Guzzabocca, co-chairman di Acquisti & Sostenibilità

di Michele  
de Gennaro



Luca Guzzabocca è co-chairman e co-founder di Acquisti & Sostenibilità, organizzazione non profit fondata nel 2007 con l'obiettivo di creare valore sociale, etico, economico ed ambientale, informando, mettendo in contatto, supportando, indirizzando le imprese private e pubbliche e le organizzazioni non profit/onlus/ong nello sviluppo delle loro iniziative di sostenibilità lungo la catena di fornitura estesa (fornitore-cliente).

## Come si pongono oggi le aziende italiane sui temi della sostenibilità? Greenwashing o reale sensibilità?

«Acquisti & Sostenibilità pubblica annualmente l'Osservatorio Sostenibilità Supply Chain (OSSC), che analizza le pratiche di sostenibilità della catena di fornitura nei rendiconti Csr delle principali aziende italiane. L'edizione 2013 ha evidenziato come il 100% delle imprese FTSE IT All Share (e il 96% delle imprese non FTSE IT All Share) applica un codice etico ad acquisti e fornitori. Mentre il 30% delle imprese FTSE IT All Share adotta strumenti specifici per la valutazione di sostenibilità dei fornitori. I settori con il maggior numero di rendiconti Csr, tra le 50 società quotate, sono Utilities ed Energia con il 24%, Credito (22%) e Industria (16%). Quindi possiamo sostenere che i vantaggi competitivi della comunicazione trasparente, basata sulla condivisione con gli stakeholder dei progressi nella gestione sostenibile della Supply Chain, sono sempre più tangibili e misurabili. È chiaro che solo delle imprese che pubblicano un rendiconto e rendono trasparenti le iniziative in termini di sostenibilità ambientale, sociale, etica ed economica è possibile constatare il valore e la concretezza, distinguendole da quelle che applicano soltanto il "greenwashing". Non si può infatti parlare di sostenibilità se non c'è trasparenza di informazione e comunicazione».

## Qual è in particolare l'interesse nell'area del business travel?

«Il nostro studio A&S Watch Business Travel, quest'anno alla sua seconda edizione dopo quella del 2011, realizzato specificatamente sul tema del Business Travel Soste-

nibile con il supporto di Hrg, rivela che insieme con la sicurezza e il comfort dei viaggiatori, il criterio classico con il quale fino a oggi sono stati gestiti i viaggi d'affari è sempre stato il costo. Oggi però le aziende, soprattutto i grandi gruppi e le multinazionali, si stanno accorgendo che attraverso una diversa gestione della propria travel policy e ponendo l'accento sulla variabile "green" possono godere di diversi benefici. Alla riduzione dell'impatto sull'ambiente dei viaggi aziendali infatti è spesso associato un risparmio, un aumento dell'efficienza e della competitività dell'azienda e un miglioramento della reputazione aziendale. È anche vero che negli ultimi tre anni le imprese, a causa della crisi economica globale e della recessione in atto, hanno accelerato la riorganizzazione delle loro politiche relative alle trasferte, riducendole drasticamente nel numero e nel budget, selezionando minuziosamente le esigenze di spostamento, creando alternative di "lavoro mobile" con il supporto delle tecnologie, spingendo all'utilizzo dei mezzi pubblici e così via. Secondo un recente studio condotto a livello internazionale da AirPlus International, risulta che un'azienda su cinque (20%) compensa le emissioni di gas-serra derivanti dai viaggi. In Italia il dato è un'azienda su quattro (26%).

«Vi sono due tematiche fondamentali legate alla sostenibilità nei viaggi d'affari. La prima è quella della riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> (Carbon Footprint), la seconda è il "Green Lodging", cioè l'identificazione e la scelta di hotel che per gestione, manutenzione e funzionamento risultano conformi a parametri ambientali/sociali sulla

base di linee guida oppure di certificazioni di sistema e di prodotto. Infine, non meno importante ma di crescente interesse per il suo drammatico impatto nei prossimi venti anni è la considerazione sul consumo e conservazione dell'acqua, a cui si riferisce la misurazione della cosiddetta "Water Footprint". Il settore alberghiero, ad esempio, nella catena del business travel è sicuramente quello nel quale questo fattore è particolarmente importante».

## Quali sono le previsioni di crescita della sensibilità verso questi temi nel prossimo futuro?

«Consideriamo l'utilizzo di mezzi di trasporto pubblico, quali metropolitana, autobus, tram, oppure forme di mobilità come il bike sharing, car pooling, car sharing e taxi pooling, una componente importante del nuovo pacchetto del "viaggio aziendale sostenibile" e della cosiddetta "mobilità integrata", anche alla luce delle decisioni prese dalle imprese per ridurre i costi e riorganizzare il lavoro dei propri dipendenti in ufficio e casa. Il concetto della "mobilità integrata" propende verso una visione olistica dell'organizzazione del viaggio ai fini dell'efficienza generale sia di costo che di produttività. Le tecnologie di comunicazione remota sono un'altra componente fondamentale della trasformazione del viaggio in "non viaggio", con molti benefici e vantaggi per le aziende e la comunità. Anche i rifiuti e lo spreco sono ormai considerati un aspetto da governare all'interno del "viaggio aziendale": su questo aspetto la sensibilità di viaggiatori e di fornitori sta crescendo con iniziative sia di compagnie aeree che di catene alberghiere in tutto il mondo». ●