**Il turismo riparte con la sostenibilità** –

 **NUOVE ROTTE**. Sempre più clienti scelgono strutture ricettive a favore dell’ambiente, mentre gli operatori del settore attuano strategie e investimenti green che si rivelano vincenti sul medio e lungo periodo

La chiave del successo nel turismo nel futuro? La sostenibilità. I clienti, infatti quando si trovano a dover scegliere una struttura ricettiva, optano sempre di più per un servizio che integra nella propria offerta commerciale un approccio etico e sostenibile nel tempo.

Tra un hotel che implementa azioni sostenibili- come l’adozione di un sistema di illuminazione a basso consumo energetico o l’acquisto di prodotti locali a kilometro zero- e un hotel che non attua nessun accorgimento, sempre più clienti scelgono il primo, escludendo indirettamente il secondo.

Basta pensare alle maggiori piattaforme di prenotazioni online, che recentemente hanno aggiunto il criterio di selezione di un alloggio “sostenibile”, o alla ricerca da parte degli imprenditori più lungimiranti di ottenere certificazioni green per la propria struttura.

Il turismo poi rispetto ad altri settori ha una marcia in più. Il settore trainante dell’economia italiana dimostra infatti una grande trasversalità nell’implementazione di un approccio sostenibile con esempi che vanno dal turismo lento , offrendo un servizio di noleggio bici e indicando agli ospiti le possibilità di usufruire del territorio attraverso questo mezzo , alla creazione di posti di lavoro , qualificando i propri dipendenti e coinvolgendoli nelle transizione ecologica , dall’utilizzo di materie prime biologiche e l’attenzione verso le allergie e le intolleranze alimentari della clientela, all’uso sapiente delle risorse energetiche, fino alla valorizzazione del paesaggio e della cultura del luogo, per esempio stipulando convenzioni ad hoc con i musei del territorio.

Nel turismo, la sostenibilità può essere davvero applicata a 360 gradi e in tutta la filiera, cercando fruttuose collaborazione che permettono di condividere rischi cosi come i costi, attirare un numero crescente di ospiti e capitalizzare gli investimenti.

I dati confermano come sempre più clienti siano disposti a pagare un prezzo più alto per queste caratteristiche. Per questo motivo, è bene avere chiaro fin da subito che la sostenibilità non è solo un costo, ma un investimento che porta con sé un valore economico, sociale, ambientale.

18 febbraio 2022 Lara Citon