



IL VIAGGIO SOSTENIBILE BUSSA ALLE PORTE DELLE IMPRESE

Nell'era della Corporate Social Responsibility (CSR), anche il viaggiare consapevole fa il suo ingresso nelle pratiche aziendali.

Fonte: ERMES.net

Nell'era della **Corporate Social Responsibility (CSR)**, anche il viaggiare **consapevole** fa il suo ingresso nelle pratiche aziendali. Soprattutto nel settore del cosiddetto **MICE**, acronimo che raggruppa i viaggi legati a conferenze, convegni, meeting, eventi, stage di team-building, incentive per dipendenti, collaboratori e clienti.

In giro per l'Europa l'etichetta '**responsabile**' comincia a circolare anche per questo settore. La Maximillion Event di Edimburgo (www.maximillion.co.uk) offre 'incentive sostenibili' in tutto il mondo. Qualche esempio? San Francisco in eco-hotel, Lapponia con alloggio in hotel nel ghiaccio e corsi di artigianato locale, e, non è uno scherzo, il Principato di Monaco dove regna una famiglia definita molto 'CSR-friendly'! Più in linea con quello che intendiamo noi per turismo consapevole sembrano i 'seminari ecoresponsabili' della francese Cantal (www.cantal-seminaire.com), segnalati dalla rivista online **Voyage et Business** (www.voyageetbusiness.com), che propongono pasti a base di prodotti locali, uso di materiali riciclabili, programmi di compensazione per le emissioni. Sfogliando le pagine della rivista si trovano anche proposte di 'incentive solidale' provenienti da Oltremare, come quella della Business Class di Marrakech (www.businessclass.ma) che offre contatto con le popolazioni locali e partecipazione ad azioni di solidarietà. Speriamo in bene!

In **Italia** la frontiera del MICE, e più in generale del viaggio d'affari responsabile, sembra attestata per lo più sulla **difesa dell'ambiente**. Da un convegno organizzato l'estate scorsa a Milano da Carlson Wagonlit Travel Italia, uno dei giganti del settore, è emerso che molte aziende, anche medio-piccole, si stanno accorgendo che la scelta di viaggi più ecocompatibili può far bene anche all'immagine e al portafogli. Uno dei settori di punta è quello dei '**Green meeting**', eventi aziendali che cercano di mettere in pratica il principio delle quattro R (riduci, riusa, ricicla, ripara), e già ci sono destinazioni che mirano all'eccellenza, come Firenze che si è appena aggiudicata l'Ife Award 2008 per il settore, messo in palio da Italia for Events e consegnato nell'ambito della BTC, la Borsa del turismo congressuale di Roma. Più difficile trovare proposte che si spingono al di là, ma qualcosa c'è.

La **incentive house italiana Kontiki** (www.k-incentives.it) ha messo a punto un'esperienza di team-building solidale. Si chiama S-Team ed è stata sperimentata nell'oasi Lipu di Cesano Maderno dove i partecipanti sono stati impegnati, invece che nelle solite competizioni o giochi di ruolo, nella realizzazione di nidi per le specie protette. Nel campo del Cause Related Marketing, il marketing legato a progetti umanitari, FCT (www.fct.it) offre l'Assegno vacanze etico, una sorta di voucher che l'azienda può regalare al posto dell'incentive. Il viaggio non sarà necessariamente etico, in quanto l'assegno è accettato da diversi tour operator tradizionali, ma una parte della quota del viaggio andrà a progetti di solidarietà. Tra i soggetti che hanno aderito ci sono Telefono Azzurro e le Ong Coopi e Cesvi. Altre ONG, associazioni, tour operator specializzati nel turismo responsabile si rendono disponibili a organizzare incentive ad hoc. Lo stesso vale per specialisti dei viaggi 'fuori dalle rotte del turismo di massa', come Kailas (www.kailas.it) o IntoAsia (www.intoasia.it), che propone viaggi-esperienza nei luoghi e nelle culture, finalizzati alla crescita personale.

Anche tra le proposte di incoming se ne trovano diverse che propongono approcci al viaggio aziendale legati alla conoscenza dei territori, come quelle di Food Valley di Parma (<http://incoming.foodvalleytravel.com>), di **Eliotropica**, specialista per Toscana e Lazio (www.eliotropica.com), di Terre Libere per la Campania (www.terrelibereviaggi.it). Non sarà ancora l'incentive solidale, ma forse le cose stanno cambiando anche per questo settore, tradizionalmente votato al lusso, attratto dallo spreco e dall'eccesso, e che ora, nella sua eterna ricerca di novità, sembra stia acquisendo maggiore **consapevolezza dei suoi impatti** e anche delle sue potenzialità positive.