

Mobilità sostenibile tra mare, cielo e terra. Leader della Travel industry a confronto

Sul palcoscenico del Travel Innovation Hub il confronto tra i leader della travel industry sul ruolo cruciale di sostenibilità ambientale e sociale, nonché di una nuova governance aziendale come chiave per affrontare le sfide globali

Milano, 5 Dicembre 2024

Il Gruppo Bluvacanze ha dato appuntamento il 5 dicembre 2024 nell'auditorium di MonteRosa91, dove ha sede il suo Travel Innovation Hub, con un nuovo dibattito su un tema di trasformazione cruciale, quello della sostenibilità ambientale, sociale e della governance aziendale (ESG). La transizione più decisiva per la società e per l'economia perché le aziende che abbracciano questi principi non solo si posizionano meglio per affrontare i rischi, ma diventano anche motori di cambiamento positivo per intere comunità.

Con un evento dal titolo "**Mobilità sostenibile tra mare, cielo e terra. Leader della travel industry a confronto**", il Gruppo Bluvacanze pone l'attenzione sull'importanza della collaborazione dell'intera filiera dei viaggi in quanto essenziale per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità globale: lo dice l'ONU.

Intervenuti al dibattito del 5 dicembre nel Travel Innovation Hub del Gruppo Bluvacanze in MonteRosa91, i leader della mobilità in ambito turistico e di business travel hanno condiviso azioni e pensiero sulle strategie ESG delle proprie aziende nonché obiettivi condivisi. Vediamoli.

La collaborazione lungo la catena di fornitura facilita l'adozione di "tecnologie verdi" e innovazioni che possono essere sviluppate su larga scala. Ad esempio, l'uso maggiore di **carburante sostenibile per l'aviazione (SAF)**.

A questo proposito, da parte di Air France-KLM c'è la conferma che: «Il carburante sostenibile per l'aviazione (SAF) è uno dei fattori chiave per ridurre la propria impronta di carbonio, ma non è ancora disponibile su larga scala. Nel 2023, le compagnie aeree del Gruppo **Air France-KLM** hanno incorporato circa 80.000 tonnellate di SAF, quasi il doppio rispetto al 2022, rendendo il Gruppo il più grande utilizzatore di SAF al mondo per il secondo anno consecutivo».

[Comunicazione alla stampa]

La sostenibilità è un elemento sempre più importante anche nei viaggi aziendali e a tal proposito una supply chain che condivide valori e obiettivi comuni può supportare le aziende nel proporre **offerte integrate e personalizzate**. A2A, player nazionale nei settori della transizione energetica e dell'economia circolare che da oltre 10 anni pubblica i Bilanci di Sostenibilità, ha condiviso il suo approccio innovativo ai temi della mobilità sostenibile con le oltre 13.000 persone del Gruppo «fornendo informazioni relative alle emissioni di CO2 che le diverse soluzioni di viaggio potrebbero generare e promuovendo attivamente i vettori di trasporto più green», ha spiegato **Edoardo Iacopozzi**, Amministratore Delegato di A2A Services & Real Estate.

A suggello di questi presupposti, **Eleonora Lorenzini**, Direttore Osservatorio Travel Innovation del Politecnico di Milano, dichiara: «I risultati delle nostre indagini mostrano come l'attenzione dei turisti alla sostenibilità vari da Paese a Paese. In Italia solo il 15% dei turisti ha cercato informazioni sulla sostenibilità ambientale dei servizi prima della prenotazione, contro il 37% degli statunitensi, ma la sensibilità cresce quando guardiamo alle fasce più giovani della popolazione. In ambito corporate travel, invece, l'attenzione è più alta: l'80% delle aziende italiane intervistate dall'Osservatorio attua azioni per migliorare la sostenibilità dei viaggi d'affari».

La sostenibilità diventa, quindi, un **motore di innovazione**: la trasformazione ESG stimola le aziende a ripensare i loro modelli di business, sviluppando tecnologie innovative. Ed è il caso delle crociere, da sempre industria che sa rinnovarsi.

«MSC Crociere pone la sostenibilità al centro delle proprie strategie perché la salvaguardia del mare è un aspetto cruciale per il futuro dell'intero pianeta. Continuiamo a lavorare per raggiungere emissioni nette di gas serra pari a zero entro il 2050, investendo in nuove tecnologie e design, combustibili rinnovabili e migliorando l'efficienza operativa. Una sfida complessa ma a nostro avviso raggiungibile, anche perché siamo fiduciosi di arrivare già a una riduzione delle emissioni del 40% prima del 2030. Abbiamo anche già realizzato nel 2023 una crociera a zero emissioni nette, la prima in assoluto nel settore delle crociere, con MSC Euribia che per il viaggio inaugurale da Saint-Nazaire a Copenhagen ha utilizzato con successo il bioGNL, diventando quindi la prima nave al mondo ad aver compiuto quest'impresa. Il nostro impegno sulla sostenibilità ambientale non riguarda soltanto le emissioni, ma anche le acque reflue, il ciclo delle pulizie di bordo, l'efficienza energetica, il minor impatto ambientale in termini di rumore delle eliche per non infastidire la fauna ittica e i mammiferi e tanto altro», ha sottolineato **Leonardo Massa**, Vice Presidente Sud Europa di MSC Crociere.

Sul tema, è proprio la filiera della mobilità ad avere realizzato **modelli antesignani** nel trasporto ferroviario con Italo, che l'anno scorso ha portato a termine il processo di rifinanziamento della struttura del capitale esistente tramite nuovo prestito bancario "green" del valore di 1,4 miliardi di euro proprio per supportare gli investimenti sulla sostenibilità. **Gianbattista La Rocca**, Amministratore Delegato di Italo: «Siamo pienamente consapevoli che il settore del trasporto ferroviario è un pilastro della mobilità sostenibile e per questo ci impegniamo quotidianamente sviluppando azioni e processi a basso impatto ambientale e basso consumo energetico. Italo ha dimostrato sin dall'inizio e nel tempo di essere un operatore di trasporto con una flotta di treni ecologici all'avanguardia e un leader della sostenibilità ambientale nel mercato dell'alta velocità ferroviaria ottenendo la classificazione di *pure player*».

A completamento del contesto Travel più ampio fin qui rappresentato e della **mobilità aziendale** più da vicino, macroarea in cui normalmente per le imprese del settore dei servizi si colloca la gran parte delle emissioni indirette con gli spostamenti casa-lavoro e la gestione delle flotte aziendali, non si può prescindere dalla transizione energetica più sfidante di sempre, quella dell'elettrificazione nell'automotive. **Massimiliano Archiapatti**, Vice President Operations Europe ha commentato: «La mobilità elettrificata è una vera e propria rivoluzione che però trova ancora resistenza sul mercato. Consapevoli della complessità che abbiamo davanti, riteniamo che sia fondamentale un approccio olistico a questa materia, una visione integrata, dall'incremento della flotta, alla definizione di servizi ad hoc. Il percorso di sostenibilità che abbiamo intrapreso ci sta dando soddisfazioni soprattutto nel settore del business travel e ci porta sempre più vicini all'obiettivo di diventare un leader nel moderno ecosistema della mobilità e di farlo come azienda attenta all'ambiente, questa è la nostra ambizione».

Conclusioni

La giornata di confronto nel Travel Innovation Hub del Gruppo Bluvacanze ha evidenziato come la sostenibilità non sia più un'opzione, ma una necessità strategica e collettiva. Attraverso una visione condivisa e la collaborazione intersettoriale, la filiera della mobilità e del business travel può trasformarsi in un motore di innovazione e crescita sostenibile, rispondendo così alle sfide globali e alle richieste di viaggiatori e aziende sempre più consapevoli. L'evento ha rappresentato un importante passo avanti per rafforzare il dialogo tra i leader di settore e costruire un futuro orientato alla responsabilità ambientale, sociale e di governance. Investitori e autorità di regolamentazione spingeranno maggiormente verso pratiche ESG per ridurre i rischi legati a cambiamenti climatici e alle disuguaglianze sociali.

Un orientamento peraltro già evidente nell'introduzione di standard internazionali, come la tassonomia UE per le attività sostenibili, e nell'aumento delle richieste di trasparenza e rendicontazione ESG.

Contatti Stampa:

Paola Baldacci

Corporate Communication Manager

Ufficio Stampa Bluvacanze

Direzione Marketing Gruppo Bluvacanze

T. 02-881261 - mobile 335 7303450

paola.baldacci@bluvacanze.it

ufficiostampa@bluvacanze.it

Nota per il redattore:

*Di proprietà di MSC Cruises, il Gruppo opera industrialmente nel settore turistico con tre diverse legal entities: **Bluvacanze** dedicata alla distribuzione turistica, **Going al Tour Operating** e **Cisalпина Tours** al Business Travel ed al MICE (Meeting Incentive Congress Event).*

In particolare, Bluvacanze è di fatto la più grande agenzia di viaggi d'Italia con circa 300 punti vendita di proprietà, cui si aggiungono altre 600 agenzie indipendenti affiliate al suo polo distributivo Blunet.

*Il tour operator **Going** è specializzato nei viaggi personalizzati e su misura, con 40 destinazioni in programma, ma presenta 4 ulteriori divisioni operative, quali **GOING4You** che è una piattaforma digitale B2B per il dynamic packaging, **Going Resort** per le vacanze in strutture dedicate ed esclusive per il mercato italiano, **Going4Cruises** per le estensioni di soggiorno abbinate in pre/post alle crociere negli home port internazionali più importanti di MSC Cruises, **Going2Italy** per il nuovissimo programma incoming e la commercializzazione all'estero delle migliori esperienze turistiche in Italia a target luxury.*

Il Gruppo ha sede a Milano e possiede altre 4 branch a Torino, Roma, Padova e Napoli. È presente con uffici a New York, in Turchia, a Cipro, in Brasile, ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra.

CISALPINA TOURS

*È la TMC (travel management company) del gruppo, che organizza e gestisce i viaggi d'affari di 800 aziende clienti, sia nazionali che internazionali, per circa 2 milioni di transazioni all'anno. Oltre al business travel, Cisalpina è dedicata all'organizzazione e alla gestione di eventi aziendali, viaggi di incentivazione, programmi congressuali e possiede al suo interno un'agenzia di live communication che si chiama **Out of the Blu**. Parte della società anche **Cisalпина VAAM**, specializzata nei viaggi del Terzo Settore: voluntary, adoption, association, missionary.*

Con headquarter a Rosta (TO) conta oltre 500 dipendenti e 8 Business Travel Service Center. È presente con uffici a New York, in Turchia (Istanbul e Izmir), a Cipro (Limassol), in Brasile (Santos), ad Amburgo, Madrid, Parigi, Londra e Ginevra; prossimamente è prevista l'apertura in Sudafrica (Durban).