

8 italiani su 10 cercano sostenibilità nei viaggi

notizia pubblicata **12 Aprile 2022** alle ore **09:50** nella categoria **Turismo**



Quasi 8 italiani su 10 cercano di adottare in viaggio comportamenti più rispettosi dell'ambiente. È quanto rivela il rapporto 2021 di Aite, l'associazione italiana del turismo enogastronomico e presentato in occasione della Bit, Borsa internazionale del turismo a Milano.

“Il turista oggi cerca la sostenibilità in viaggio, imprese sostenibili a 360 gradi ed è attento all'ambiente nei comportamenti” ha spiegato Roberta Garibaldi, presidente onorario di Aite. In passato, ha notato, “il turista enogastronomico era più sensibile, ora il gap con quello generale si è ridotto”. Merito, secondo la professoressa, anche del Covid: “Abbiamo scoperto quanto è bella l'Italia. Le immagini della pandemia ci accompagnano e hanno aumentato la sensibilità di ognuno di noi”.

Contenere lo spreco del cibo si attesta una delle priorità dei viaggiatori italiani: il 77% cerca di evitare gli sperperi al ristorante o in albergo. Tra i turisti enogastronomici, si riscontra la tendenza ad attuare buone pratiche, come evitare di lavare gli asciugamani tutti i giorni (per il 63%), l'attenzione all'utilizzo di bottiglie di plastica (61%) e dell'aria condizionata o del riscaldamento (50%). Forte anche il desiderio di entrare in contatto con la comunità locale e preservarne la cultura (64%), prediligendo scelte a carattere sociale, come l'acquisto di souvenir da piccoli produttori (54%). Anche negli spostamenti, il 55% di chi viaggia con fini enogastronomici predilige l'uso dei mezzi pubblici o della bicicletta. Infine, si riscontra un orientamento verso le strutture green (46%) e iniziative riconducibili all'etica e alla sostenibilità (44%). Una tendenza riscontrata in particolare nella generazione Z.

Un trend al quale anche le imprese non sono rimaste indifferenti: secondo un rapporto di Reale Mutua e

Confagricoltura, le aziende agricole italiane hanno aumentato le azioni di sostenibilità nell'ultimo anno, comprese azioni di sostenibilità sociali, che sono diventate molto diffuse. Dati “molto positivi”, secondo Garibaldi, perché “mostrano che l’offerta si sta allineando a ciò che il turista cerca”. Sempre più rilevante è anche la tecnologia digitale nelle esperienze di viaggio, soprattutto per chi si sposta con scopi culinari.