

Les mesures sostenibles suposen un estalvi de fins al 30% per a les empreses turístiques

Les empreses turístiques podrien estalviar fins al 30% dels seus costos amb l'adopció de mesures sostenibles. Així ho afirma **Xavier Font**, expert en màrqueting turístic i sostenibilitat, que ha ofert avui una conferència en el marc de l'assemblea del Barcelona Sustainable Tourism (BST) de Turisme de Barcelona. La ponència clausura la campanya "Des de Barcelona: cuidem el Planeta".

Sota el títol "El màrqueting de la sostenibilitat", Xavier Font, professor de la Leeds Beckett University (Regne Unit) i codirector de The International Centre of Responsible Tourism, ha explicat com el màrqueting i la comunicació del turisme sostenible ajuden a reduir costos, creen demanda, milloren la satisfacció dels turistes, incrementen les estades i redueixen l'estacionalitat del client. La conferència d'aquest matí s'ha celebrat al Macba.

Disminuir l'impacte ambiental per fidelitzar clients

El reciclatge de residus, la disminució del consum d'electricitat i aigua i l'oferta d'activitats turístiques respectuoses amb el medi ambient són un exemple de mesures sostenibles que hotels i empreses turístiques poden oferir als visitants amb l'objectiu de reduir costos. "Oferir als hostes bicicletes gratis i rutes per passejar, rebaixar el preu de l'estada si es reutilitzen les tovalloles o promoure estades de major durada, que reduïen el transit aeri, són un exemple d'accions simples que disminueixen l'impacte mediambiental i alhora suposen un estalvi per als hotels", ha comentat Xavier Font. "Les empreses haurien d'apostar per la sostenibilitat com a valor afegit, però la majoria tenen problemes per transmetre el missatge", ha afirmat. "Una empresa que no entengui aquest missatge, no té futur", ha reiterat.

Més mesures sostenibles i major marge de beneficis

Segons el professor universitari, les companyies multinacionals tenen molt en compte les mesures que les empreses adopten per disminuir el carboni a l'hora de celebrar un congrés o realitzar la compra d'un hotel. "Si redueixen costos i ofereixen productes diferents, podrien augmentar el preu dels seus serveis i el marge de beneficis seria major", ha afegit. Aquesta conferència sobre màrqueting i sostenibilitat, dirigida al sector turístic, ha clausurat la campanya "Des de Barcelona: cuidem el Planeta", engegada des del passat 5 de juny amb motiu del Dia Mundial del Medi Ambient. Abans de la ponència de Xavier Font han intervingut **Agustí Colom**, regidor d'Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona; **Joan Gaspart**, president del Comitè Executiu de Turisme de Barcelona; **María José Pujol**, presidenta del programa BST; **Carme Rubió**, subdirectora general de Programació Turística de la Generalitat; i **Miquel Forn**s, diputat delegat de Turisme de la Diputació de Barcelona.

Els membres del BST celebren la seva assemblea

Els membres del Barcelona Sustainable Tourism (BST), el programa de Turisme de Barcelona que promou la ciutat com a destinació turística sostenible, celebren també avui la seva assemblea, en la qual valoraran les accions que duren a terme en àrees ambientals, culturals, socials i econòmiques.

Barcelona és la primera ciutat del món distingida amb la certificació Biosphere World Class Destination, que la reconeix com a destinació sostenible que gestiona l'activitat turística de forma responsable.

Copyright © 2016 Servei de Premsa | El web de la ciutat de Barcelona