

https://www.tip-online.at/news/44846/futouris-umfrage-nachhaltiger-tourismus-nach-der-corona-krise/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=tip-daily_04.08.2020

Sondagem da Futouris: turismo sustentável após a crise do coronavírus



As caminhadas estão na moda — Foto: Jens Ottoson / shutterstock.com

Depois da pandemia do coronavírus, nas empresas austríacas e alemãs do sector do turismo a sustentabilidade continuará a ter uma palavra a dizer — é este um resultado central de uma sondagem realizada pela ZANAT, a TourCert e a Futouris e.V. sobre a importância da sustentabilidade no sector das viagens no contexto da crise actual.

O objectivo da sondagem *online* realizada em Junho era determinar de que modo os proprietários e os gestores das empresas, associações e organizações de turismo austríacas e alemãs avaliam a importância da sustentabilidade na fase de recuperação do coronavírus e num futuro mundo pós-corona. Participou um total de 607 empresas e organizações de sedeadas na Áustria e na Alemanha, sendo que 2/3 das respostas foram de empresas austríacas. Aprox. 60 % dos inquiridos representam empresas da restauração, 20 % eram organizações de turismo (incluindo organizações de gestão de destinos) e quase 8 % eram operadores e mediadores de viagens.

Metas de sustentabilidade no turismo

Os resultados da sondagem não dão indícios de que o sector vá globalmente deixar para trás as medidas de sustentabilidade já aceites no contexto do coronavírus. Bem pelo contrário, os resultados mostram uma grande adesão ao princípio da sustentabilidade, bem como à importância da protecção do clima. Uma grande maioria dos inquiridos considera necessária uma gestão robusta e consolidada a longo prazo para que, no futuro, o sector possa ser mais resistente às crises, mesmo que tal gere menor crescimento. De igual modo, para a maioria dos inquiridos, a adaptação às alterações climáticas e a protecção do clima no turismo deverão assumir a máxima prioridade no turismo. A maior parte dos inquiridos conta ainda com um claro aumento, no futuro, da procura por viagens de férias mais ecológicas e sustentáveis.

Mas a adesão a aspectos de sustentabilidade é um pouco menos acentuada quando está em causa a própria empresa. Neste sentido, quase metade dos inquiridos considera que a discussão sobre a sustentabilidade é actualmente secundária, já que a própria empresa / organização está ocupada com outras preocupações e prioridades. Contudo, esta moderação parece aplicar-se apenas ao actual contexto de superação da crise, já que a grande maioria dos inquiridos pretende futuramente alinhar mais fortemente as metas da empresa com as metas de um desenvolvimento sustentável.

Este desejo revela-se claramente no número surpreendentemente elevado de respostas concretas e empenhadas dos inquiridos quando questionados sobre as medidas que planeiam implementar no futuro. Nas mais de 730 actividades referidas pelos inquiridos, o foco recai sobretudo nas áreas de gestão, economia e ambiente. As estratégias orientadas para a sustentabilidade são consideradas condição necessária para o êxito das empresas na era pós-corona. Assim, mais de metade dos inquiridos aposta em produtos e serviços sustentáveis, procurando deste modo aumentar a atractividade dos mercados locais.

A crise do coronavírus conduz cada vez mais à questão de saber em que medida o produto «viagens» se alterará devido à própria crise, mas também por uma mudança das necessidades dos consumidores, e de que modo os prestadores de serviços terão de reagir. A médio prazo, parece que as convicções de sustentabilidade serão reforçadas, podendo mesmo alcançar-se perspectivas inteiramente novas, como por exemplo no que diz respeito à descoberta de quem nos está próximo e à ponderação dos nossos limites de capacidade natural e social. (red)

Pura Communications – Tradutora: Ana Pinto Mendes