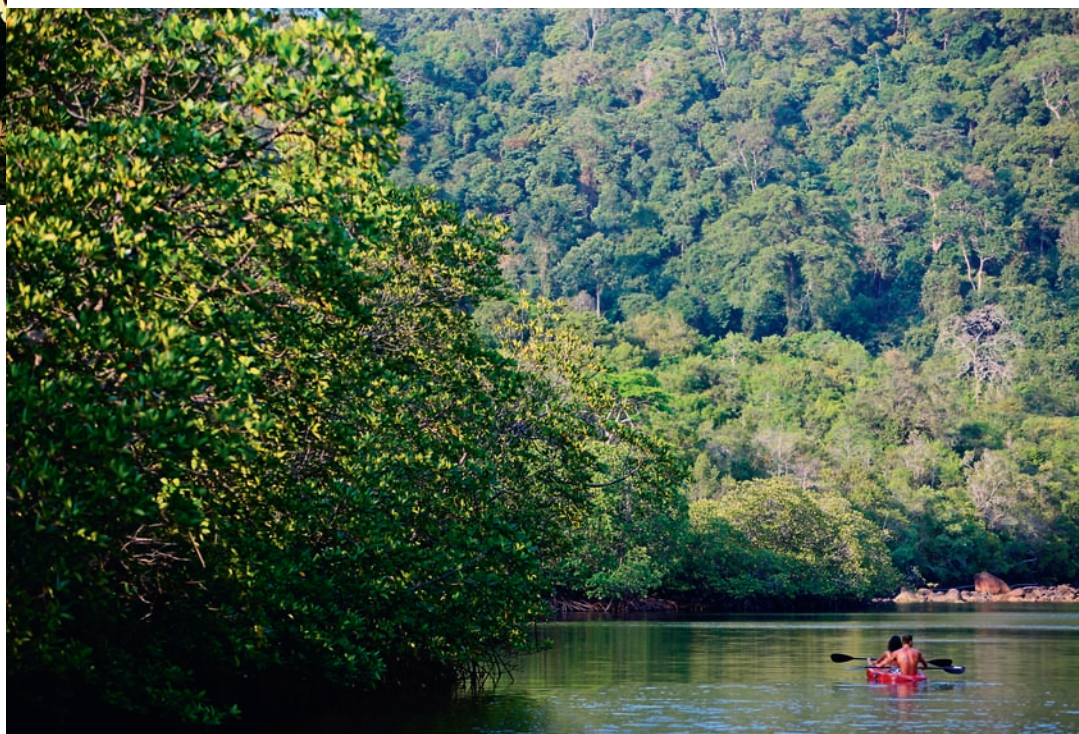




MIKE MYERS/WILDERNESS SAFARIS



DANA ALLEN/WILDERNESS SAFARIS



(принадлежит компании) построен по энергоэффективной схеме: большая часть инфраструктуры расположена под землей, даже цех переработки отходов. Изменив температуру кондиционирования внутренних помещений терминалов с 21 до 24 градусов, Emirates сэкономила в 2011 году 21,4 млн кВт/ч электроэнергии. «Современный тренд явно указывает: “зеленый” бизнес — это хороший бизнес», — рассказал “Ъ-Travel” генеральный директор аэропорта Дубай Пол Гриффинс. Не меньших успехов добилась Singapore Airlines. Авиаперевозчик запустил первый экорейс в 2010 году, а сейчас это один из самых «зеленых» операторов отрасли.

Первой «полностью нейтральной для природы» называет себя костариканская Nature Air: авиакомпания тоже корректирует маршруты и расписание полетов. Наземные подразделения на 90% используют биотопливо, получаемое переработкой растительного масла, которое поступает от сотрудников, местных гостиниц и ресторанов. Выбросы углекислого газа Nature Air компенсирует участием в экологических программах Коста-Рики.

Что же касается Европы, то и здесь забота об охране окружающей среды свойственна многим отельным цепочкам — в частности, они стараются экономить воду и призывают постояльцев не сдавать в стирку еще чистые вещи. «Мы обязаны менять белье так часто, как просит гость. Некоторые зачастую просят менять постельное белье по три раза в день. Если бы они

знали, сколько воды и химии расходуется на стирку...» — сетует Виктор Димитров, представитель отелей Sani Resort. Роскошный комплекс на полуострове Кассандра — лауреат множества наград в области заботы об окружающей среде. Среди прочего в рамках программы благоустройства полуострова за несколько лет было высажено 5 тыс. деревьев, в том числе силами постояльцев курорта. Каждому при выезде предлагают заплатить сверх счета €1, который будет потрачен на «оздоровительные» нужды.

Подобные программы во многом существуют за счет состоятельных путешественников. Облагораживать местность на деньги постояльцев — устойчивый тренд: люди охотно инвестируют в озеленение (американцы называют это корпоративной социальной ответственностью). Недешевый итальянский Forte Village Resort не без участия постояльцев уже дважды получил престижную премию World leading green resort за заботу об окружающей среде и использование возобновляемых ресурсов.

Успехами в природоохранной деятельности спешит похвастаться почти любой курорт на планете. Однако на «зеленом» тренде, увы, довольно часто спекулируют. На Западе даже появился термин green washing — фиктивная экологичность с целью привлечения внимания к турпроекту. Впрочем, недобросовестных отельеров быстро выводят на чистую воду. А по-настоящему безвредный туризм привлекает все больше путешественников.