

SLOVENIA GREEN

www.slovenia.info/zeleniturizem

I FEEL
SLOVENIA



PRIROČNIK ZA HOTELE ZA RAZVOJ TRAJNOSTNIH POSLOVNIH MODELOV

RAZLOGI

ZAKAJ poslovati trajnostno? 4

KORISTI

KAJ prinaša trajnostno poslovanje? 6

KORAKI

KAKO udejaniti trajnostno poslovanje? 11

Naslov: Priročnik za hotele za razvoj trajnostnih poslovnih modelov

Naročnik: Slovenska turistična organizacija (STO)

Izdelava priročnika: ALOHAS (vodja projekta Miša Novak)

Recenzija: dr. Tanja Mihalič

Lektura: Alamma Lah & Co

Oblikovanje: Terminal Studio

Datum izdaje: Avgust 2010

Slovenska turistična organizacija (STO)

Dimičeva 13, 1000 Ljubljana

Tel: ++386 1 5898 550

Faks: ++386 1 5898 560

E-pošta: razvoj@slovenia.info

<http://www.slovenia.info/zeleniturizem>

ZELENEMU PRIROČNIKU NA POT

Zakaj ta priročnik?

Slovenska turistična organizacija želi s priročnikom predstaviti gospodarske, družbenokulturne in okoljske koristi trajnostnega poslovanja, še posebej pa narediti **konkreten korak na poti spodbujanja turističnega gospodarstva k uvajanju trajnostnih poslovnih modelov**, k oblikovanju zelenih produktov in razvoju zelenih destinacij – s tem pa k bolj uspešnemu in konkurenčnemu poslovanju danes in za jutri. Na enem mestu smo želeli **zbrati čimveč vidikov trajnostnega poslovanja in tako olajšati korake** na poti k bolj zelenemu poslovanju.

Kaj priročnik prinaša?

Priročnik je zasnovan kot praktično naravnan vodnik, **ki podaja celosten pregled, kaj so razlogi, koristi in – najpomembneje – aktivnosti za razvoj trajnostnega poslovanja**. Slednje smo v obliki predlaganih ukrepov povzeli v pregledno zaporedje petih korakov, ki vas bodo vodili:

- ❖ od samega začetka zelenega procesa – to je od ocene stanja in iskanja odgovora na vprašanje, če sploh želimo oziroma zmoremo postati zeleni ter v kakšni meri (= 1. korak);
- ❖ preko oblikovanja zelene ekipe (= 2. korak);
- ❖ do vzpostavitve sistema trajnostnega menedžmenta (= 3. korak);
- ❖ nato pa skozi implementacijo tega sistema na vseh ključnih področjih trajnostnega poslovanja (= 4. korak);
- ❖ do spremljanja uspešnosti in vrednotenja rezultatov (= 5. korak).

Pri oblikovanju vsebin smo upoštevali ključne usmeritve in kriterije na področju trajnostnega razvoja turizma s strani UNWTO, Evropske unije in Slovenije. S tem, ko implementirate aktivnosti, predstavljene v priročniku, to še ne pomeni, da avtomatično že izpolnujete pogoje za okoljski certifikat – čeprav v priročniku veliko širše in bolj kompleksno obravnavamo trajnostno poslovanje, kot to na primer opredeljuje EU Marjetica.

O priročniku na kratko

Priročnik je namenjen hotelom in drugim nastanitvenim ponudnikom, ki želijo izboljšati svoje poslovanje tako s finančnega, okoljskega kot družbenega vidika.

Glede na veliko soodvisnost med hoteli in destinacijami je namenjen tudi destinacijskim organizacijam – pri tem je vidik trajnostnega razvoja destinacije v priročniku v prvi vrsti podan skozi aktivnosti, ki jih lahko na nivoju destinacije izvaja hotel oziroma ponudnik nastanitvev.

Zasnovan je kot preprost vodnik s konkretnimi aktivnostmi za bolj zeleno poslovanje – določene je mogoče izpeljati takoj in brez finančnih vložkov, nekatere pa zahtevajo investicijo, a dolgoročno prinašajo tudi večje učinke. Priročnik je del ukrepov STO za pospeševanje in trženje zelenega turizma.

Obiščite portal ZELENI TURIZEM SLOVENIA GREEN

Na uradnem slovenskem portalu www.slovenia.info/zeleniturizem preverite vse o zelenem oz. trajnostnem turizmu, trende, politike, ukrepe in aktualne aktivnosti na področju in trženju zelenega turizma.

RAZLOGI

ZAKAJ poslovati trajnostno?

Kaj se dogaja na globalnem (turističnem) trgu, česar (že) danes ne moremo več spregledati?

1. Spreminja se podnebje, spreminjajo se potrošniki

Podnebne spremembe in okoljska problematika so postali eden izmed ključnih izzivov na globalni ravni. Spreminjajo se vrednote in obnašanje potrošnikov. Raziskave dokazujejo, da so potrošniki vedno bolj naklonjeni zelenim možnostim. Podjetja, ki želijo pritegniti in zadržati stranke, se morajo danes hitro in odgovorno odzvati na reševanje vprašanj, ki so za njihovo ciljno javnost pomembna – dejstvo je, da je varovanje okolja visoko na lestvici vrednot.

2. Okolje in poslovni uspeh sta danes močno soodvisna

Poslovni uspeh je danes kritično odvisen od pripravljenosti za reševanje okoljske problematike in vzpostavljanje pravega ravnovesja med gospodarskim, družbenim in okoljskim menedžmentom – potrošniki, investitorji, delničarji, zaposleni in splošna javnost tako od podjetij kot tudi držav zahtevajo vse bolj (do družbe in okolja) odgovorno ravnanje; ki daje rezultate danes in je hkrati usmerjeno v jutri (je trajnostno).

3. Turizem temelji prav na ohranjenem (naravnem in družbenem) okolju

Turizem je le del celotne zgodbe, res pa je, da neodgovorno ravnanje do okolja pomeni uničevanje njegovega temeljnega kapitala. Eden od glavnih motivov potovanja je namreč prav odkrivanje naravne in kulturne krajine oziroma dediščine ter uživanje v sprostitvi, ki jo prinaša lepa in ohranjena narava ter aktivnosti v njej.

Skrb za okolje v številkah

»Da, skrb za okolje že ima vpliv na moje odločitve, ko delam potovalne načrte,« je dejalo 31 % vprašanih Evropejcev – dodatnih 11 % pa jih je dejalo, da bodo za to skrbeli še v prihodnje (Euro Flash Barometer Evropske komisije – Evropejci in turizem, 2009).

Več kot štirje od desetih ameriških popotnikov (44 %) smatrajo vpliv njihovih potovanj na okolje za pomemben, ko se odločajo o potovanju, hkrati jih le 8 % smatra, da je preprosto najti zeleno potovalno opcijo (»Going green« – poslovni vpliv okoljske ozaveščenosti na potovanja, PhoCusWright, 2009).

V raziskavi Thomson in First Choice je šest od desetih vprašanih Britancev dejalo, da raje rezervira potovanje pri agentih, ki imajo zelene poslovne prakse (Trends Report, 2009).

V Sloveniji obiskovalci najbolj cenijo naravo

Ali veste, da tuji turisti v Sloveniji najbolj cenijo naravo? Naravne lepote je kot zelo pomemben ali pomemben motiv za prihod opredelilo 90 % vprašanih*. Upoštevajte njihovo navdušenje. Opozorite jih npr. na naravovarstvena območja v bližini. Slovenija je ena od držav z najvišjo stopnjo biotske raznovrstnosti v EU. Z različnimi varstvenimi kategorijami, ki upoštevajo mednarodno kategorizacijo IUCN ima zavarovanega 12,6% ozemlja**. Tudi to je vir poslovnih priložnosti!

*Anketa o tujih turistih, SURS, 2009

** http://www.parki.mop.gov.si/obstojeca_zavarovana_obmocja.html

V raziskavi Lonely Planet je kar 84 % vprašanih dejalo, da si bodo v prihodnosti prizadevali zmanjšati svoj ogljični odtis – medtem ko jih je to v predhodnih raziskavah izjavilo le 31 % – 70 % pa jih je izjavilo, da so že v preteklosti iskali do okolja bolj prijazne opcije (Travellers Pulse, 2007).

Na www.slovenia.info/zeleniturizem preberite izsledke več aktualnih raziskav o tem, kako okoljsko osveščeni so potrošniki oziroma koliko jih zeleni vidik vodi pri njihovih nakupovalnih odločitvah.

4. Turizem je visoko občutljiv sektor glede podnebja

Dejstvo je, da podnebje pomembno vpliva na izbiro kraja, časa in vrste počitnic, določa turistično infrastrukturo in ponudbo, podnebne spremembe pa bodo vplivale na turizem posredno tudi preko demografskih, ekonomskih in socialnih dejavnikov. Turizem se bo moral aktivno soočiti z geografsko, časovno in produktno prerazporeditvijo tokov ter odgovoriti na izzive prilagajanja ponudbe, iskanja novih produktov, ponudbe in storitev, ki potekajo vse leto, povsem neodvisno od vremenskih razmer.

5. Turizem mora prevzeti odgovornost za učinke na okolje

Z 880 milijoni mednarodnih turističnih prihodov (v letu 2009) in z več kot 4 milijardami domačih potovanj turizem danes povzroča med 4 in 6 odstotkov izpustov toplogrednih plinov. Mednarodni turistični prihodi naj bi do leta 2020 po napovedih Svetovne turistične organizacije narasli na 1,6 milijard, hkrati pa naj bi izpusti po ocenah – če ne bo sprejetih ukrepov za zmanjšanje le-teh – v naslednjih treh desetletjih narasli za 150 %. Prav hoteli imajo poleg transportnega sektorja ključno vlogo v procesu zmanjšanja teh vplivov.

Je zeleno modna muha ali nujna razvojna smer?

Trajnostni turizem* postaja nujna smer nadaljnjega razvoja, saj bo le turizem, ki temelji na gospodarski uspešnosti turističnega poslovanja in je hkrati prizanesljiv, konstruktiven, odgovoren ter spoštljiv do naravnega, kulturnega in družbenega okolja, konkurenčen tudi v prihodnosti.

Tega se zadnja leta vse bolj zavedajo številna turistična podjetja, med njimi tudi največji, kot so: Hilton, IHG, Radisson SAS Hotels & Resorts, Starwood Hotels & Resorts Worldwide in mnogi drugi, ki so trajnostno poslovanje uvrstili na vrh svoje agende – a ne le zato, ker je to odgovorno do okolja, temveč tudi zato, ker to prinaša povsem konkretne prihranke in ekonomske učinke.

* Za razlago termina glej stran 9.

Jonathan Porritt, soustanovitelj in programski direktor Foruma za prihodnost:

»Vse več držav je vse bolj odvisnih od turizma – od prihodkov in delovnih mest, ki jih prinaša. Zato je skrb vzbujajoče dejstvo, da še toliko turističnih podjetij sploh ne razmišlja o v nebo vpijočih okoljskih, družbenokulturnih in ekonomskih izzivih, ki jih bodo kmalu pogoltnila.

Ogromen vpliv, ki ga bodo imele podnebne spremembe na destinacije in turistična podjetja, je šele začel pronicati. Če k temu dodamo še naraščajoče cene goriva, pomanjkanje vode, upadajočo biodiverzitetu – če sploh ne razmišljamo o plačilu, človeških in osnovnih pravicah ljudi v turistični industriji – je pred nami vihar, s katerim se bomo morali nemudoma spopasti.

Še toliko več razlogov imamo torej, da si ogledamo tista podjetja, ki so z uvajanjem principov trajnostnega poslovanja že začela zmanjševati stroške, ob tem pa si hkrati gradijo ugled in večajo tržni delež.

Gre za hitro razvijajočo se in izredno dinamično področje. Tisti, ki se bodo tega lotili na pravi način, bodo napredovali, ostali pa propadli. Slika se že jasno kaže, saj imajo posledice podnebnih sprememb in neodgovornega ravnanja že konkretne negativne učinke.«

KORISTI

KAJ prinaša trajnostno poslovanje?

Od razlogov h konkretnim koristim – začne in konča se pri prihrankih, vmes pa se pojavlja še vrsta pozitivnih učinkov.

1. Konkretni finančni prihranki

Podjetja in destinacije, ki se usmerjajo v zeleni turizem, znižujejo stroške zaradi učinkovite rabe energije ter rabe obnovljivih virov energije. Zaradi povečanega povpraševanja so se cene do okolja prijaznih materialov, izdelkov in sistemov občutno znižale. Tudi obnovljivi viri energije postajajo cenejši, nasprotno pa gre pričakovati, da bodo cene naftnih derivatov in zemeljskega plina dolgoročno vse višje – zato je bolj gospodarna raba energije kljub večji začetni naložbi smiselna. Podjetje si lahko znatno zniža stroške za energijo, za strojno opremo in vzdrževanje pa tudi za ekološke takse ter podobne dajatve. Kljub večjim začetnim investicijam okoljski menedžment prinaša povsem konkretne prihranke – z določenimi aktivnostmi že brez vložkov in s takojšnjimi učinki (glej korak 4, točka 4.1). Dejstvo je, da na daljši rok prihranki odtehtajo večje začetne stroške.

2. Večja privlačnost za investitorje

Investitorji želijo zmanjšati tveganje investicij – saj na investicijo gledajo vse bolj dolgoročno – zato so v porastu do okolja prijazne in družbeno odgovorne investicije. Podjetja, ki bodo sposobna predložiti indekse trajnosti (FTSE4Good Index, Dow Jones Sustainability Index), bodo bolj privlačna za investitorje (ITP, 2008).

3. Boljša pripravljenost na zakonodajo

Trajnostno usmerjena podjetja bodo bolje pripravljena na prihodnje zakonske predpise s področja okolja, hkrati pa bodo učinkoviteje pripravljena na razne razpise na nivoju države in Evropske unije – pričakovati je, da bodo okoljsko certificirani ponudniki imeli konkretno prednost na razpisih za sofinanciranje infrastrukture (novogradnje in prenove) oziroma vse več bo razpisov, ki bodo pri prijavi pogojevali okoljsko certificiranje. Podobno velja za delovanje na območjih zaščitene narave: nova zakonodaja v Sloveniji že predvideva tudi od 30% več sredstev za prijavitelje s teh območij, ki pri svojih projektih spoštujejo načela trajnostnega razvoja.

4. Bolj kakovostni in motivirani kadri

Podjetja z družbeno sprejemljivo filozofijo, katere bistvo je v vedno večji skrbi za naravno in družbeno okolje, kakovost življenja ter zadovoljstvo zaposlenih, so sposobna uspešneje pritegniti, bolje motivirati in zadržati kakovostno delovno silo.

Zeleno se spleča!

Razlogi za odločitev, da boste poslovali bolj zeleno, so seveda lahko povsem »vaši« in se zagotovo razlikujejo od podjetja do podjetja. **Lahko so predvsem finančni** (največji učinki in s tem prihranki so pri doseganju energetske učinkovitosti), **lahko so v večji meri trženjski** (odziv na trende, bolj jasno pozicioniranje, bolj učinkovito nagovarjanje zahtevnejše in okoljsko osveščene ciljne skupine, ustvarjanje večje dodane vrednosti v produktih, ki so vezani na naravo oziroma aktivnosti v naravi), **lahko pa so primarno okoljski** (prizadevanja za zmanjšanje vpliva hotela na okolje).

Hotelirji, ki so se odločili za zeleni koncept, trdijo, da pripravljenosti vlaganja v energetske učinkovite tehnologije v prvi vrsti ne narekuje skrb za okolje, temveč predvsem ekonomski izračun – tudi v primeru naložb v dražje in energetske učinkovite tehnologije se le-te hitro povrnejo in kmalu prinašajo prihranke. Razvoj produktov, povezanih z območji varovane narave, vam lahko marsikdaj olajša tudi investicijo – prinese dodatna, večja sredstva v razpisih različnih institucij! Ne spremljajte samo turističnih razpisov, ozrite se tudi po razpisih s področja varstva okolja in ohranjanja narave!

5. Bolj kakovostna izkušnja gosta in večja lojalnost

Zeleni turistični organizatorji potovanj, hoteli in drugi ponudniki ter destinacije s trajnostnim pristopom razvijajo bolj kakovosten produkt in si skozi celotno filozofijo zelenega delovanja prizadevajo za bolj poglobljeno izkušnjo gosta – to vodi v večje zadovoljstvo, s tem pa v večji delež stalnih gostov.

6. Večji ugled

Turistična podjetja, ki so razvila trajnostne prakse in jih tudi verificirala z okoljskimi shemami, dosegajo večjo prepoznavnost ter ugled, hkrati pa z izvajanjem slabe okoljske prakse podjetje tvega izgubo tržne pozicije. Tega se zavedajo tako manjši ponudniki kot velike hotelske verige, organizatorji potovanj pa tudi panožna strokovna združenja (ASTA, IATA itd.), ki razvijajo zelene strategije in programe.

7. Sposobnost pritegniti zahtevnejše segmente

Zeleni produkt ne pomeni nujno višje cene (to je stvar celotnega produktnega koncepta in pozicioniranja), vendar pa z dodelanim zelenim konceptom zagotovo učinkoviteje in uspešneje nagovarjamo zahtevnejše segmente, hkrati pa imamo več možnosti ter prostora za ustvarjanje višje (premium) cene.

Kaj menijo slovenski turistični menedžerji o zelenem turizmu in o podnebnih spremembah?

- ❖ 28 % jih ne ukrepa, ker menijo, da ni ekonomske računice.
- ❖ 24 % meni, da podnebne spremembe zmanjšujejo dobiček.
- ❖ 57 % meni, da z ukrepanjem lahko prihranijo denar.
- ❖ Dobra polovica slovenskih turističnih menedžerjev znaka EU Marjetice ne pozna. Med tistimi, ki znak poznajo, pa kot največjo oviro za implementacijo navajajo premajhno spodbudo s strani države.

Vir: Raziskava med menedžerji v slovenskih turističnih podjetjih in tujimi turisti v Sloveniji o odnosu do podnebnih sprememb in zelenega turizma (STO, 2010).
Najdete jo na: www.slovenia.info/zeleniturizem.

Do leta 2020 lahko hotelski sektor zmanjša porabo energije kar za tretjino

Hotelski sektor ni le eden od glavnih zaposlovalcev v turistični industriji, temveč je tudi med najbolj intenzivnimi potrošniki energije in vode – pri tem pa proizvede 21 % ogljičnih emisij v celotni strukturi emisij, ki jih povzroča turizem.

Akcijski načrt Evropske unije ocenjuje, da ima terciarni sektor – kamor sodijo tudi hoteli – potencial, da do leta 2020 prihrani 30 % energije, kar je nad povprečjem drugih sektorjev (gospodinjstva 27 %, transport 26 %, proizvodna industrija pa 25 %) (UNWTO, 2009).

Približno polovica vseh hotelov se nahaja v Evropi in devet od desetih je majhnih ali srednjih (SME) – trenutno pa je njihova energijska učinkovitost in uporaba obnovljivih energij ter tehnologij daleč pod povprečjem, večina je še vedno odvisna od stare, slabo učinkovite opreme. Tipičen hotel v zrak izpusti med 160 in 200 kg CO₂ na m² površine sobe (kar je seveda odvisno od strukture vrste energije, ki jo uporablja, pa tudi velikosti in starosti hotela).

UNWTO program Hotel Energy Solutions za bolj »pametno«, zeleno in konkurenčno poslovanje

S ciljem 30-odstotnega zmanjšanja energije je Evropska komisija razvila program Hotel Energy Solutions (vodi ga UNWTO, pri njem pa sodeluje UNEP, IHRA in vrsta organizacij s področja energetske tehnologije), katerega namen je oblikovati orodje, ki bo pomagalo hotelom pri okoljskem menedžmentu. Predstavljajo ga kot orodje za povečanje konkurenčnosti in izboljšanje trajnostnega poslovanja nastanitvenega sektorja v Evropski uniji (zmanjšanje porabe energije in uporaba obnovljivih virov energije), namenjeno pa je tudi destinacijam.

Na spletni strani <http://www.hotelenergysolutions.net> razvijajo priročno in uporabno e-orodje, ki bo majhnim in srednje velikim hotelom na osnovi primerljivih praks pomagalo oceniti učinkovitost porabe energije in na osnovi številnih študij primera hotelov in statistike energetskih investicij pomagalo pri zmanjševanju operativnih stroškov poslovanja. Hkrati bo povečalo trajnostni vidik poslovanja, izboljšalo konkurenčnost in pomagalo zmanjševati vpliv turizma na okolje.

Rezultat bo e-orodje (oziroma dva orodja: ROI kalkulator in merjenje ogljičnega odtisa nastanitvenega objekta), ki bo na voljo marca 2011. Spremljajte novosti na strani – na voljo so tudi tekoče izdaje e-revije Hotel Energy Solutions (glej spodaj desno na vstopni strani <http://www.hotelenergysolutions.net>). Skozi revijo neposredno dostopate do številnih kakovostnih in zanimivih virov informacij. Priporočamo!

The screenshot shows the homepage of <http://www.hotelenergysolutions.net>. The browser address bar shows the URL. The page has a green and white color scheme. At the top, there is a navigation menu with links: Home, About, Why Join, E-Toolkit, Energy School, News, Who, and Contact. Below the menu, a main headline reads: "It's time the accommodation sector got smarter about its energy consumption. HOTEL ENERGY SOLUTIONS will show you how." To the left, a circular graphic says "TAKE PART IN EUROPE'S LARGEST HOTEL ENERGY SURVEY". In the center, a section titled "YOU NEED / YOU GAIN" lists benefits: "Your energy bills 1 hour of your time A cup of tea" and "Access to energy management tools designed specifically for hotels". A large green "START!" button is below this section, with language options: ENGLISH · FRANÇAIS · ESPAÑOL · DEUTSCH · ΕΛΛΗΝΙΚΑ. On the right, a sidebar promotes the "HES Ezine Edition 1 – January 2010" with a "CLICK HERE TO VIEW OUR LATEST E-ZINE!" button. At the bottom, there are logos for Tourism (Climate Change), UNWTO, UNEP, ihra, ADEME, and EREC. A "Legal Disclaimer" link is also present.

Kako razumemo zeleni (= trajnostni) turizem?

Beseda »green« se je najprej nanašala le na okoljska vprašanja, danes pa zeleni turizem (Green Tourism) zaobjema vse vidike trajnostnega turizma: po definiciji UNWTO so to okoljsko, družbeno, gospodarsko in podnebno področje delovanja, vključuje pa tudi korporativno družbeno odgovornost. Trajnostni turizem je odgovorni turizem – takšen, ki spoštuje potrebe okolja, ljudi, ki tam živijo, lokalnega gospodarstva in obiskovalcev – danes in za jutri.

Trajnostni turizem:

- ❖ Zmanjšuje vplive turizma na okolje in hkrati večja njegovo prilagoditev podnebnim spremembam.
- ❖ Zagotavlja dolgoročno gospodarjenje (spodbuja načrtovanje razvoja na tak način, da postavlja pravočasne in pravilne omejitve, ki ohranjajo naravne habitate, kulturno dediščino, lokalno kulturo in splošno privlačnost okolja).
- ❖ Prinaša družbenoekonomske koristi, pravično porazdeljene med vse deležnike.
- ❖ Spoštuje družbenokulturno avtentičnost lokalne destinacije.
- ❖ Prizadeva si za »kvaliteto« in ne zgolj »kvantiteto« (uspeh se ne meri le po številu prihodov in nočitev, temveč tudi po dolžini bivanja, strukturi potrošnje in kakovosti izkušnje).

Pogosto se trajnostni turizem razume napačno. Trajnostni turizem ne pomeni, da se lahko izvaja le na naravnih področjih. Te omejitve ni. Principi in prakse trajnostnega turizma se lahko aplicirajo v vse oblike turizma ter v vse vrste destinacij, tako v nišne produkte kot tudi v bolj masovni turizem. Seveda pa je trajnostni razvoj še posebej pomemben v bližini zavarovanih območij, kjer lahko s trajnostnimi pristopi v povezavi z naravo še povečate svoje konkurenčne prednosti.

Shema: 4 stebri trajnostnega razvoja turizma in cilji po stebrih

4 Stebri trajnostnega razvoja turizma

Gospodarski

Zagotoviti konkurenčnost in sposobnost preživetja turističnih destinacij in podjetij, da se bodo lahko še naprej razvijala in prinašala koristi na dolgi rok.

Okoljski

Čimbolj zmanjšati onesnaženost zraka, vode in zemlje ter količine odpadkov, ki jih ustvarjajo turistična podjetja in obiskovalci. Ohraniti in krepiti kakovost in značilnosti krajinske krajine. Zavarovati in ohranjati naravna območja, habitate in prosto živeče rastline in živali.

Družbeno - kulturni

Ohranjati in izboljševati kakovost življenja v lokalnih skupnostih. Spoštovati in krepiti kulturno in zgodovinsko dediščino, tradicijo in različnosti destinacije.

Podnebni

V zadnjem obdobju se trem stebrom dodaja še vidik podnebnih sprememb – cilj je zmanjšati vplive turizma na podnebje in povečati prilagajanje turizma podnebnim spremembam.

Globalni kriteriji trajnostnega turizma

UNWTO je razvil globalne standarde trajnostnega ravnanja (Global Sustainable Tourism Criteria – GSTC), ki so razdeljeni v štiri sklope, na tak način, da pokrivajo vse štiri stebre trajnostnega turizma:

1. Učinkovito načrtovanje trajnostnega razvoja.
2. Povečanje družbenih in gospodarskih koristi za lokalne skupnosti.
3. Zmanjšanje negativnih vplivov na kulturno dediščino.
4. Zmanjšanje negativnih vplivov na naravno dediščino.

Ti kriteriji so osnova za večino okoljskih znakov in shem (IHRA, ITP, TUI itd.) ter zajemajo vse kriterije trajnostnega poslovanja, kakor jih obravnavamo tudi v tem priročniku. Kriterije najdete na www.slovenia.info/zeleniturizem, v razširjeni verziji pa jih preverite na www.sustainabletourismcriteria.org.

V letu 2010 naj bi nastala nova pobuda, imenovana Svet za trajnostni razvoj turizma (Tourism Sustainability Council) oziroma TSC, to bo globalna organizacija članov, ki bodo nudili skupno razumevanje trajnostnega turizma in uporabo univerzalnih standardov.

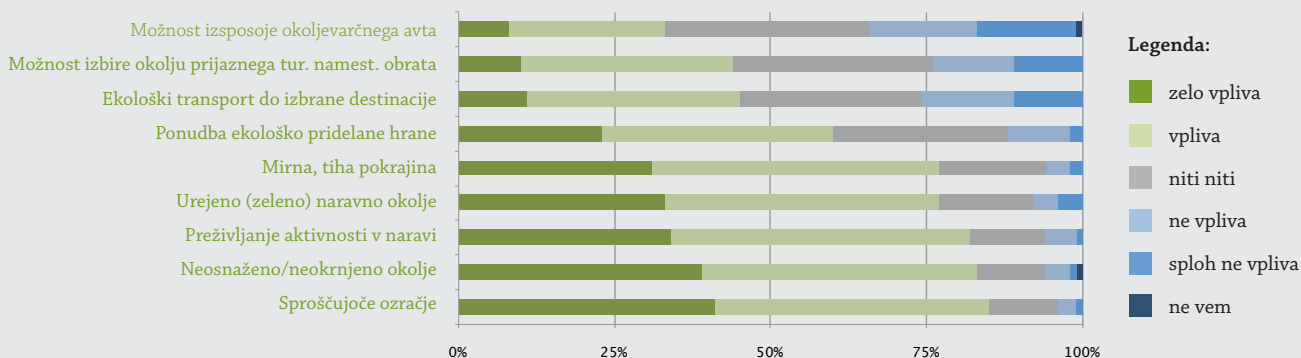
Skupina TSG (Evropska komisija) je leta 2007 pripravila poročilo Ukrepi za bolj trajnosten evropski turizem – v okviru tega nastaja Sistem indikatorjev za trajnostne turistične destinacije (Indicator System for Sustainable Tourism Destinations), ki naj bi bil testiran na evropskih destinacijah odličnosti. Najdete jih na www.slovenia.info/zeleniturizem.

Različna poimenovanja vrst turizma v povezavi s trajnostnim turizmom

- Zeleni turizem (**Green Tourism**)
- Trajnostni turizem (**Sustainable Tourism**)
- Ekoturizem (**Ecotourism**)
- Odgovorni turizem (**Responsible Tourism**)
- Geoturizem (**Geotourism**)
- Na naravi temelječ turizem (**Nature Based Tourism**)

Razlage posameznih oblik turizma poiščite na www.slovenia.info/zeleniturizem.

Vpliv dejavnikov zelenega turizma na izbiro potovalne destinacije



Vir: Raziskava o odnosu tujih turistov v Sloveniji do podnebnih sprememb in zelenega turizma (STO, 2009)

KORAKI

KAKO udejaniti trajnostno poslovanje?

Zdaj pa k načinom zasnove in implementacije trajnostnega poslovanja. Do (bolj) trajnostnega poslovanja v petih korakih!

1. KORAK

NAREDITE OCENO STANJA

Kako zeleni želite postati?

stran 12

2. KORAK

OBLIKUJTE "ZELENO" EKIPO

Kdo bo odgovoren za trajnostno poslovanje?

stran 15

3. KORAK

POSTAVITE CILJE IN NAREDITE NAČRT

Kako do konkretnega sistema trajnostnega menedžmenta (STM)?

stran 18

4.1 Kaj lahko naredimo na področju okoljskega menedžmenta (energija, voda, odpadki)

stran 22

4.2 S trajnostno gradnjo do prihrankov pri obratovanju in vzdrževanju ter do bolj prijetnega okolja za bivanje in delo

stran 36

4.3 Razvijte zeleno verigo dobaviteljev

stran 39

4.4 Ohranjajte in razvijajte karakter destinacije

stran 44

4.5 Kako delovati bolj družbeno odgovorno v podjetju in destinaciji?

stran 47

4.6 Zmanjšajte ogljični odtis destinacije tudi z uporabo do okolja prijaznega transporta

stran 49

4.7 Ne pozabite na komuniciranje zelenega pristopa - povejte svojim gostom, kaj počnete

stran 51

4.8 Če razvijate trajnostno poslovanje, je čas za zeleno trženje

stran 54

4. KORAK

IMPLEMENTACIJA STM

Kaj konkretno lahko naredite po posameznih področjih?

stran 19

5. KORAK

EVALVACIJA STM

Kako vrednotiti rezultate in skrbeti za izboljšave?

stran 57

1. KORAK

NAREDITE OCENO STANJA

Kako zeleni želite postati?



1. KORAK

NAREDITE OCENO STANJA

Kako zeleni želite postati?

Za to, da postane hotel resnično zelen in je takšen prepoznan tudi na trgu, mora podjetje vključiti trajnostni način razmišljanja v procese odločanja na vseh ravneh. Morda že izvajate do okolja in lokalne skupnosti prijazne aktivnosti, morda že imate strategijo trajnostnega poslovanja. Morda pa o možnosti razvoja trajnostnega turizma šele razmišljate. V vsakem primeru lahko z napotki, predstavljenimi v tem priročniku, storite nekaj oz. nekaj več ter tako dosežete številne koristi. Kako? Najprej preučite, če želite, da postane vaš hotel bolj zelen in v kakšni meri. Nato ocenite, kje ste.

1.1

Opravite preprosto analizo SWOT. Opredelite, kakšne so vaše **prednosti** za razvoj zelenega poslovanja hotela, in identificirajte **pomanjkljivosti** – kakor izhajajo iz vašega današnjega stanja, hkrati pa ovrednotite, kakšne **priložnosti** vam zeleno poslovanje prinaša, in ocenite **nevarnosti**! Na ta način boste dobili precej dobro sliko, iz česa izhajate, kaj vam lahko odločitev za zeleni poslovni model prinese in kaj boste morali za to narediti. V primeru, da se boste potegovali za okoljski znak, preverite konkretne kriterije, ki jih morate izpolnjevati.

1.2

Naredite oceno stanja – definirajte ključne vplive hotela na okolje. Potrebni bodo: zbiranje podatkov, natančen pregled po oddelkih, pregled procesov in rutin, stanja tehnologije in sistemov ter intervjuji z zaposlenimi. Kaj hotel nabavlja in porablja (koliko in kakšne vire) ter kakšne emisije oziroma odpadke proizvaja? Tako boste lažje določili prioritete ukrepanja. Za pregled tipičnih inputov in outputov hotela si oglejte seznam na www.slovenia.info/zeleniturizem ali v priročniku ITP o trajnostnem menedžmentu (informacija o tem priročniku najdete v nadaljevanju, na strani 24).

1.3

Potem, ko imate ocenjen vpliv vašega hotela na okolje, **izračunajte delež že implementiranih aktivnosti** (predvsem, kaj ste že naredili za zmanjšanje porabe energije, vode in odpadkov)!

1.4

Ali ste morda že v postopku pridobitve okoljskega znaka EU Marjetica? Tudi v tem primeru bodo predlagane aktivnosti zanimive, saj pridobljena okoljska Marjetica pokriva predvsem okoljski menedžment, ne pa vseh vidikov trajnostnega menedžmenta.

1.5

Preučite različne zelene scenarije – kaj lahko naredite kratkoročno (že brez vložkov in s prihranki), kaj srednjeročno (z manjšimi vložki) in kaj dolgoročno (z večjimi vložki, a na dolgi rok tudi večjimi

Kaj je okoljski in kaj trajnostni menedžment?

Okoljski menedžment (Environmental Management) se ukvarja predvsem z okoljskim vidikom poslovanja (zmanjšanje porabe energije, vode, odpadkov in čistil), **trajnostni menedžment** (Sustainable Management) pa poleg tega še z družbenogospodarskimi elementi. V pričujočem priročniku dajemo poudarek slednjemu.

Kako narediti oceno stanja

Primer tovrstne ocene stanja (Environment Status Review) za področje energije, vode, odpadkov, notranjega zraka in hrupa najdete v priročniku IHRA – ki je objavljen tudi na www.slovenia.info/zeleniturizem (IHRA priročnik Environment Management Systems, strani 74 do 89).

prihranki in boljšo tržno pozicijo). Priporočamo, da se pri oblikovanju in razvoju vaše trajnostne politike **posvetujete s strokovnjaki s področja razvoja in menedžmenta trajnostnih poslovnih modelov**. Na okoljskem področju pa preučite, če boste potrebovali tudi pomoč energetskega strokovnjaka. Več o tem v poglavju 4.1.

1.6

Sprejmite odločitev o obsegu zelenih aktivnosti in oblikujte vašo vizijo in poslanstvo!

V primeru, da si postavite konkretne in ambiciozne cilje na tem področju, potem nadaljujete z drugim korakom (oblikovanje zelene ekipe), tretjim korakom (oblikovanje konkretnega načrta – priprava t. i. sistema trajnostnega menedžmenta), četrti korak predstavlja implementacijo načrta, v petem pa ocenjujete uspešnost in sprejemate korekcijske ukrepe.

Zakaj certificiranje in ključno o EU Marjetici

Kakšno je stanje v svetu na področju certifikacijskih shem, zakaj se certificirati? Konkretno informacije o postopkih za pridobitev EU Marjetice poiščite na koncu priročnika – stran 59.

Informacije o drugih okoljskih shemah najdete na www.slovenia.info/zeleniturizem.

Ne pozabite na prednosti okolja, v katerem delujete

Kjerkoli je vaš hotel, zagotovo je v bližini naravna posebnost, naravna vrednota, naravovarstveno območje. Upoštevajte naravne danosti že v oceni stanja! Je morebitna bližina regijskega ali krajinskega parka za vas prednost ali slabost? Kakšne priložnosti pomeni za vašo dejavnost? Pri odločanju o vaših zelenih strategijah se posvetujte tudi s strokovnjaki za naravovarstvo oz. z upravljalci zavarovanih območij v vaši bližini. Morda lahko skupaj odkrijete nove poslovne priložnosti!

Če je v vaši bližini kakšno pomembnejše naravovarstveno območje, lahko razvoj spodbujate tudi tako, da podpirate dobavitelje, ki delujejo na tem območju, in da jih spodbujate k ponudbi avtentičnih posebnosti. Bližina naravnih vrednot in zavarovanih območij lahko ključno prispeva k vaši trajnostni naravnosti in dopolni vašo zeleno prepoznavnost.

Že v fazi analize proučite, katera naravna bogastva lahko vključite v svojo ponudbo. Pregled naravovarstvenih območij in naravnih vrednot lahko najdete na <http://www.arso.gov.si/narava/> in na <http://www.parki.mop.gov.si/>. Ne pozabite: razvoj trajnostnega poslovanja na teh področjih ali z upoštevanjem teh področij vam lahko prinese prednost tudi pri razpisih za razvojna sredstva!



2. KORAK

OBLIKUJTE “ZELENO” EKIPO

Kdo bo odgovoren za
trajnostno poslovanje?



2. KORAK

OBLIKUJTE »ZELENO« EKIPO

Kdo bo odgovoren za trajnostno poslovanje?

Ključno za oblikovanje sistema trajnostnega menedžmenta – in še posebej za njegovo učinkovito implementacijo – je, da ima sistem jasno opredeljeno odgovorno osebo, le-ta pa za sabo tudi ekipo. Če zaposleni ne bodo sodelovali v zeleni politiki, pravih učinkov ne bo. Ne pozabimo pa niti na posredne učinke, ki jih imajo zaposleni – oni so tisti, ki zeleno poslovanje posredujejo do gostov. Kakovost, točnost in prava »energija« teh informacij so zelo pomemben del učinkovitosti zelenega delovanja hotela, pa tudi izkušnje za gosta.

2.1

Imenujte menedžerja za trajnostno poslovanje (v tujini je pogosto imenovan kot »Sustainable Manager«). Vloga menedžerja bo priprava sistema trajnostnega menedžmenta in odgovornost za njegovo implementacijo.

2.2

Samo vodja seveda ne bo dovolj. **Oblikujte celotno delovno skupino (»Green Team«)** za implementacijo zelenega poslovanja – ekipo sestavite s predstavniki iz vsakega oddelka oziroma področja, s čimer zagotovite, da bodo okoljska bremena pravilno identificirana in vključena v sistem trajnostnega menedžmenta. V ekipi mora biti tudi vodstvo. Poimenujte vašo zeleno ekipo – dajte ji ime, s katerim se bodo lahko člani in zaposleni identificirali. Primer dobre prakse v nadaljevanju poglavja.

2.3

K sodelovanju pritegnite kadrovskega menedžerja oziroma osebo, ki je zadolžena za načrtovanje in izvajanje izobraževanja oziroma usposabljanja v vašem podjetju – aktivno jo vključite v proces dela z zaposlenimi.

2.4

S pomočjo kadrovskega menedžerja ali sodelavca za odnose z javnostmi **pripravite razdelan načrt internega komuniciranja o tej problematiki** (v naslednji fazi – ko je program v teku, pa tudi eksterne – z gosti, mediji in drugimi javnostmi).

Kako izbrati pravo osebo za vodenje trajnostnega poslovanja?

Za vodenje projekta izberite osebo, ki ima osebni odnos do te problematike (pomembno je, da skrb za okolje predstavlja tudi njegovo osebno vrednoto) in seveda znanje ter izkušnje.

Glede na to, da so znanja na celotnem kompleksnem področju trajnostnega poslovanja skopa oziroma šele v razvoju, imejte med glavnimi kriteriji izbor osebe, ki bo do te teme strastna in ima sposobnost motiviranja ljudi ter učinkovitega vodenja projekta.

Če nima potrebnih tehničnih znanj, v projektno skupino vključite tudi nekoga, ki pozna tehnično ozadje zagotavljanja energije oziroma delovanje celotnega hotela. Izredno pomembno je tudi poznavanje celotne zakonodaje, ki regulira to področje. Za posamezna strokovna področja, prioritarno na področju energetskega menedžmenta, je priporočljivo, da vključite tudi zunanje strokovnjake (energetskega strokovnjaka).

2.5

Ugotovite, če v okolju delujejo kakšne okoljske iniciative oziroma skupine – povežite se z njimi!

2.6

Ključni korak: načrt natančno predstavite zaposlenim! Navdušite in motivirajte jih. Ključno vlogo ima zagotovo menedžer za trajnostno poslovanje – ta mora jasno posredovati sporočilo do vseh zaposlenih in zagotoviti, da vsi zaposleni resnično razumejo, kako jih politika zadeva in kako lahko prispevajo k njenemu uresničevanju.

2.7

Spodbujajte sodelovanje zaposlenih in jim podajajte povratne informacije o doseženih rezultatih – pretvorite jih v lahko razumljive in zelo konkretne informacije (kaj ste dosegli, koliko ste prihranili, kakšni so odzivi gostov ipd.), kar je ključno za njihovo angažiranost. Zagotovite redno poročanje.

Primer dobre prakse: Operacija S.E.A.N.

V hotelski verigi Jurys Inns (veriga, ki obsega 30 mestnih hotelov v kategoriji treh zvezdic v Veliki Britaniji, na Irskem in Češkem) so zeleno iniciativo poimenovali OPERATION S.E.A.N (Support Energy Awareness Now) – kar je slišati izredno resno, a v resnici je bilo to ime njihovega šefa. V ekipo so najprej vključili ljudi, ki so bili zelo motivirani glede okoljske problematike, svoje navdušenje pa so nato postopoma širili do vseh zaposlenih.

Pozor! V primeru večjih hotelov je koncept sestavljanja ekipe in delo z zaposlenimi zagotovo bolj strukturirano kot v manjših delovnih okoljih, a princip ostaja tudi v manjših nastanitvenih obratih enak.

Vključite v zeleno ekipo tudi zunanje poznavalce!

Če delujete v bližini ali na območju regijskega, krajinskega, narodnega parka ali kako drugače zavarovanega območja narave, se vam lahko splača v delovno ekipo povabiti tudi predstavnika upravljalcev tega območja. Vaši in njihovi cilji so lahko marsikdaj podobni: trajnostni razvoj, ki bo privlačen za obiskovalce, takšno ravnanje obiskovalcev, ki bo vam omogočalo prihranke, območju in vam pa zeleno prepoznavnost s posebnimi doživetji.



3. KORAK

POSTAVITE CILJE IN
NAREDITE NAČRT

Kako do konkretnega
sistema trajnostnega
menedžmenta (STM)?



3. KORAK

POSTAVITE CILJE IN NAREDITE NAČRT

Kako do konkretnega sistema trajnostnega menedžmenta (STM)?

Tudi podjetje, ki se ne namerava certificirati, lahko vseeno uporabi napotke v pričujočem priročniku (kot tudi kriterije iz različnih certifikacijskih shem) in oblikuje svoj lasten sistem trajnostnega menedžmenta. Sistem trajnostnega oziroma okoljskega menedžmenta predstavlja sestavni del večine certifikacijskih shem na področju trajnostnega turizma. Vsekakor je priporočljivo, da izberete certifikacijsko shemo, ki je uveljavljena in prepoznavna. Ministrstvo za gospodarstvo RS podpira in sofinancira EU Marjetico, Slovenska turistična organizacija pa bo certificirane hotele intenzivneje tržila.

Kaj je zelena listina (Green Policy)?

Gre za javno izjavo o tem, kakšna je trajnostna politika vašega podjetja. **Opredeli vaš odnos do okolja in pojasnjuje, kako konkretno delujete za zmanjšanje vplivov vašega poslovanja na okolje** – opredeljuje vašo odgovornost in konkretizira aktivnosti. Oblikovana mora biti na eni strani na osnovi vaših ugotovitev iz ocene stanja in na drugi strani na osnovi zastavljenih ciljev. In ključno – za sabo mora imeti jasen sistem trajnostnega menedžmenta, ki bo to politiko pretvoril v prakso. Vaša zelena politika naj bo javno dostopna.

3.1

Potem, ko ste v prvem koraku naredili oceno stanja (Environmental Status Review), se odločili za zeleno delovanje in se kadrovske organizirali, je čas, **da oblikujete politiko trajnostnega turizma - zeleno listino (Green Policy)**.

Primeri zelene listine

Nekaj dobrih primerov zelene listine je na voljo v priročniku IHRA – ki je objavljen tudi na www.slovenia.info/zeleniturizem (IHRA priročnik Environment Management Systems, strani 90 do 93).

3.2

Politiko uskladite z lastniki, zaposlenimi, partnerji, tudi z lokalnimi prebivalci.

3.3

Politiko pretvorite v zelo konkreten in razdelan sistem trajnostnega menedžmenta (STM) s kratkoročnimi in dolgoročnimi cilji – ta sistem (načrt) zeleno listino pretvarja v natančno razdelano strategijo in konkretne taktike.

3.4

Oblikujte način merjenja uspešnosti sistema trajnostnega menedžmenta in merite uspešnost (v odvisnosti od certifikacijske sheme ali na podlagi vaših lastnih kazalnikov).

3.5

Aktivno vplivajte na nastanek oziroma poslovanje destinacijske organizacije in skupno načrtujte trajnostni razvoj destinacije.

Sistem trajnostnega menedžmenta (STM) – kaj in kako?

Sistem trajnostnega menedžmenta (STM) pomaga podjetjem oceniti, upravljati in zmanjšati vplive poslovanja na (naravno in družbeno) okolje – nudi konkreten načrt aktivnosti po posameznih področjih, s katerimi podjetje na sistematičen način integrira trajnostni menedžment v svoje poslovanje.

Ta področja so: zmanjšanje porabe vode, zmanjšanje odpadne vode, zmanjšanje porabe energije, zmanjšanje odpadkov, nakup do okolja bolj prijaznih izdelkov, zmanjšanje emisij, izboljšanje kakovosti notranjega zraka, zmanjšanje hrupa in spremljanje ter dokumentiranje okoljskega delovanja.

STM vključuje 10 ključnih sklopov:

1. Ocena stanja (ki smo jo v pričujočem priročniku zaradi postopnega načrtovanja pokrili že v 1. koraku).
 2. Oblikovanje trajnostne oziroma zelene politike.
 3. Oblikovanje jasnih in konkretnih ciljev (splošnih in zelo specifičnih, po področjih).
 4. Vzpostavitev trajnostnih procesov v vseh oddelkih.
 5. Vzpostavitev sistema nadzora in zbiranja podatkov.
 6. Vzpostavitev sistema notranje komunikacije, delegiranja in usposabljanja.
 7. Vzpostavitev sistema komuniciranja z zunanjimi javnostmi (gosti, mediji, lokalna skupnost, lastniki in drugi deležniki).
 8. Vrednotenje rezultatov v odnosu do ciljev.
 9. Oceno ciljev za nadaljnje izboljšave.
 10. Poročanje o dosežkih vsem ključnim javnostim (zaposleni, gostje, lokalna skupnost, lastniki).
-

Zelena listina: naj zanjo vedo tudi pomembni partnerji!

Ko usklajujete svojo zeleno politiko tudi z lokalnim okoljem, ne pozabite na upravljalce zavarovanih območij in naravnih vrednot v vaši bližini. Seznanite jih s svojo zeleno listino, poročajte tudi njim o svojih usmeritvah in dosežkih. Zakaj? Z vami si delijo najbolj osveščene goste!



4. KORAK

IMPLEMENTACIJA SISTEMA

TRAJNOSTNEGA MENEDŽMENTA

Kaj konkretno lahko naredite po posameznih področjih?

4.1 Kaj lahko naredimo na področju okoljskega menedžmenta (energija, voda, odpadki)

stran 22

4.2 S trajnostno gradnjo do prihrankov pri obratovanju in vzdrževanju ter do bolj prijetnega okolja za bivanje in delo

stran 36

4.3 Razvijte zeleno verigo dobaviteljev

stran 39

4.4 Ohranjajte in razvijajte karakter destinacije

stran 44

4.5 Kako delovati bolj družbeno odgovorno v podjetju in destinaciji?

stran 47

4.6 Zmanjšajte ogljični odtis destinacije tudi z uporabo do okolja prijaznega transporta

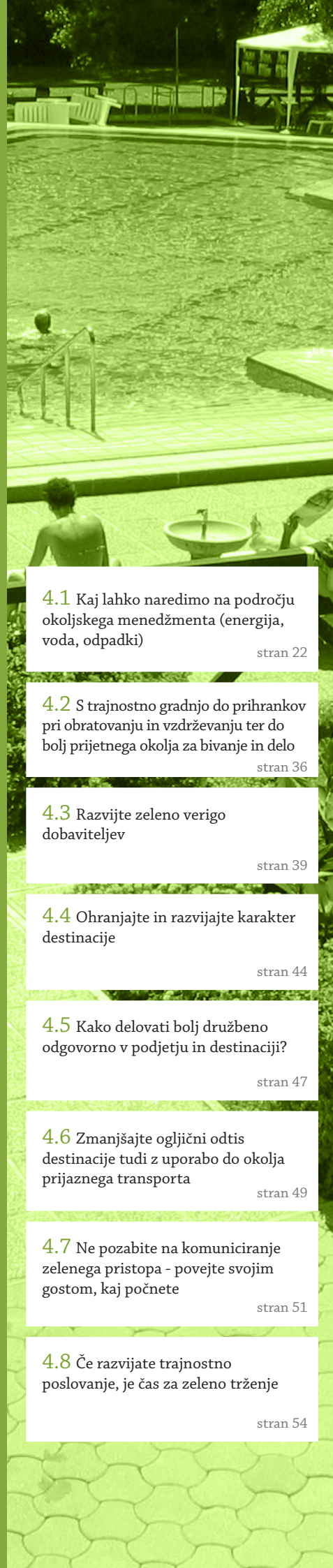
stran 49

4.7 Ne pozabite na komuniciranje zelenega pristopa - povejte svojim gostom, kaj počnete

stran 51

4.8 Če razvijate trajnostno poslovanje, je čas za zeleno trženje

stran 54



4. KORAK

IMPLEMENTACIJA SISTEMA TRAJNOSTNEGA MENEDŽMENTA

Kaj konkretno lahko naredite po posameznih področjih?

4.1 Kaj lahko naredimo na področju okoljskega menedžmenta (energija, voda, odpadki)?

Zbirajte podatke o porabi

Pomembno je, da imate urejene **postopke zbiranja in spremljanja podatkov o celotni porabi** energije (kWh), porabi električne energije (kWh), energije, porabljene za ogrevanje (kWh), in porabi vode (v litrih).

Podatke zbirajte ob vsakem prejetem računu ali vsaj vsake tri mesece. Izraženi naj bodo tudi kot poraba na nočitev in na m² zaprtega prostora. To je spet eden od obveznih kriterijev EU Marjetice (kot tudi certificiranja EMAS ali ISO 14001).

Koncept trajnostnega poslovanja se kaže na številnih področjih delovanja, a okoljski vplivi in prihranki so največji na področju energetske učinkovitosti. Povprečen hotel bi imel lahko za 20 % nižje račune za energijo že s tem, če bi z nekaj manjšimi vložki ali celo brez vložkov uvedel najbolj standardne ukrepe (vir Carbon Trust). Menjava grelnikov ali izboljšanje izolacije oken na primer stanejo več (in zahtevajo določen čas za povračilo investicije), medtem ko izboljšanje ozaveščenosti in motivacije zaposlenih pri ravnanju z energijo, vodo ter odpadki prinaša takojšnje učinke.

Poglavje smo razdelili na tri prioriteta področja: energija, voda in odpadki, v vsakem sklopu pa podajamo skrajšan, a celosten pregled, kaj na teh področjih med obveznimi in dodatnimi kriteriji opredeljuje EU Marjetica. S kriteriji se lahko seznanite v priročniku **Program ekološke ureditve in posodobitve slovenskih hotelov (Ministrstvo za gospodarstvo, 2006)**, ki ga najdete na <http://www.ekohoteli.mg.gov.si/>.

Akcijski načrt za zmanjšanje porabe energije (in vode)

Področje upravljanja z energijo je v sistemu okoljskega menedžmenta zagotovo najbolj kompleksno in zahtevno, hkrati pa prinaša največje prihranke. V nadaljevanju predstavljamo akcijski načrt za zmanjšanje porabe energije – tega glede pristopa lahko prenesemo tudi na področje zmanjšanja porabe vode. Naj na tem mestu povemo, da so ti koraki del sistema trajnostnega menedžmenta, a jih s ciljem, da prikažemo, kako se tega področja učinkoviti lotiti, prikazujemo ločeno.

1. Opravite revizijo porabe energije in vode

(= **Identificirajte ključna področja porabe energije in vire energije ter vode. Ugotovite, kje je poraba energije in vode največja – kje je mogoče kaj prihraniti.**) Pri ukrepih za zmanjšanje porabe se velja najprej usmeriti prav na glavna področja porabe, saj je prav tam potencial prihrankov največji. Ta korak je ključen za oblikovanje učinkovitega programa upravljanja z energijo in vodo.

2. Opredelite profitne centre

(= **Tisti oddelki hotela, ki energijo oziroma vodo porabljajo, morajo biti odgovorni za njeno porabo in plačilo.** To bo zahtevalo namestitev števec za vsak oddelek oziroma dodatne števece za tiste naprave, ki so največji porabniki energije.) Vsi zunanji uporabniki prostorov v hotelu morajo biti prav tako stroškovno obremenjeni glede na dejansko porabo.

3. Primerjajte porabo energije in vode vašega hotela s primerljivimi objekti (skupno in po oddelkih oziroma področjih)

(Ugotovite, kje je vaša poraba v odnosu do primerljivih praks, in tako identificirajte priložnosti za zmanjšanje.)

4. Spremljajte zasedenost – skupno število nočitev

(= Spremljajte zasedenost in izmerite skupno porabo energije ter vode v hotelskem delu, nato pa **izračunajte porabo energije in vode na gosta** – rezultate primerjajte s primerljivimi praksami.)

5. Imenujte odgovorno osebo in razmislite o angažiranju strokovnjakov

(= **Imenujte osebo, ki bo zadolžena za zbiranje in analiziranje podatkov – ta naj bo del zelene ekipe;** prav tako pa razmislite o vključitvi strokovnjaka na področju optimizacije porabe vode/energije, ki vam lahko pomaga oceniti dosežene rezultate, še posebej pa predlaga izboljšave.)

6. Oblikujte realne cilje

(= **Po opravljeni reviziji porabe energije in vode oblikujte realne cilje** za celoten hotel in za posamezne profitne centre.)

7. Zagotovite sodelovanje vseh zaposlenih

(= **Zaposlenim po oddelkih jasno dopovejte vašo zavezanost za zmanjšanje porabe energije/vode** – pokažite jim zdajšnjo porabo, razložite trende in predstavite cilje. Spodbudite jih k sodelovanju in upoštevajte njihove ideje ter predloge, saj najbolj poznajo delovanje hotela. Imenujte odgovornega koordinatorja za energijo/vodo.)

8. Zagotovite takojšnje ukrepe za zmanjšanje porabe

(= Gre večinoma za **spremembo nekaterih rutin**, ki pa vendar pomembno prispevajo k večji porabi, in naredite načrt potrebnih sprememb ter investicij – to je eden od glavnih delov sistema trajnostnega menedžmenta.)

9. Zagotovite usposabljanje

(= Zaposleni morajo razumeti, kako preudarno, pravilno in varčno ravnati ter vzdrževati sisteme za optimalno porabo energije/vode, zato njihovem **izobraževanju in usposabljanju posvetite potreben čas.**)

10. Razvijte standardne procese

(= S posredovanjem povratnih informacij nenehno motivirajte zaposlene za njihovo upoštevanje procesov. Standardizirajte procese. Nagradite uspeh!)

11. Preglejte pogodbe z dobavitelji

(= **Redno revidirajte pogodbe** z dobavitelji in zagotovite, da vam dobavitelji zagotavljajo konkurenčne cene.)

12. Preverjajte in vrednotite rezultate

(= **Dosežene rezultate primerjajte s postavljenimi cilji** in uvajajte korekcijske ukrepe.)

Priporočamo

Mednarodno partnerstvo za turizem (ITP) je izdalo že tretjo publikacijo »Environment Management for Hotels – the industry guide to sustainable operation«, ki je hotelom v zelo veliko pomoč pri implementiranju trajnostnega poslovanja. Priročnik je še posebej odličen na področjih zmanjšanja porabe energije, vode in odpadkov. Priročnik je plačljiv, obseg 350 strani.

Naročite ga lahko na <http://www.tourismpartnership.org/>.



4.1.1 ENERGIJA

S preprostimi spremembami v rutinah do 20-odstotnih prihrankov pri energiji, z energetske učinkovitim objektom pa lahko stroške energije zmanjšate celo za polovico.

Seznam priporočenih aktivnosti na področju energije je lahko izredno dolg. V nadaljevanju smo našli le nekatere. Razdelili smo jih na preproste spremembe v rutinah, ki jih lahko opravite že brez vložkov ter hkrati konkretno prihranite pri energiji, ter na ukrepe, ki zahtevajo manjše ali tudi večje vložke. Za več ukrepov na področju razsvetljevanja, ogrevanja in ohlajanja glede na njihovo prioriteto pa tudi donosnost naložbe bo potrebno narediti natančen načrt na osnovi natančne revizije in ob posvetovanju z energetskega menedžerjem (sledite korakom v akcijskem načrtu na začetku poglavja).

A. Primer nekaj preprostih sprememb v rutinah na področju energije

Identificirajte vse možne izboljšave in naredite načrt za preproste spremembe v rutinah, ki jih lahko opravite že brez vložkov ter hkrati konkretno prihranite pri energiji:

- ❖ **Porabo energije v največji možni meri prilagodite** uri v teku dneva, dnevu v tednu, sezoni, letnemu času, vremenu in zasedenosti. Potrebe v različnih časovnih obdobjih so zelo različne, zato to upoštevajte in optimizirajte porabo energije.
- ❖ **V sezoni ogrevanja najprej zagotovite zasedenost** sob na sončni strani stavbe, poleti pa ravno obratno.
- ❖ **V času manjše zasedenosti goste napotite v določen del hotela** in izklopite druge nezasedene sobe.
- ❖ **Preverite, če temperatura** prostora ob minimalni porabi zagotavlja prijetno bivanje.
- ❖ **Po izpraznitvi sobe naj sobarica čimprej preveri** stanje luči, televizije in ogrevanja oziroma klime – če izklop ni samodejen, naj to postane del njene rutine.
- ❖ **Med vročim ali mrzlim vremenom imejte v hotelskih sobah zavese in senčila zastrte**, s čimer se izognete pridobivanju ali izgubi toplote.
- ❖ **Če se luči v sobi ne izklaplajo samodejno**, je treba poskrbeti za lahko dostopne informacije, ki prosijo goste, naj izklaplajo luči.

Prostora za prihranke energije je veliko

Energija predstavlja največji delež v strukturi stroškov delovanja turističnega nastanitvenega obrata. Vsi objekti porabljajo energijo – eni več, drugi manj, **zagotovo pa je pri vseh prostor za izboljšave (= finančne prihranke), ne da bi pri tem zmanjšali kakovost turistične storitve.**

Izredni prihranki tehnologije LED

Svetilka LED porabi tudi do 40-krat manj električne energije kot primerljivo svetla navadna ali halogenska žarnica, njena doba uporabnosti pa je do 1000-krat daljša.

Hotel Park v Bohinju s tehnologijo Power LED v primerjavi z enako velikim klasičnim hotelom z enakimi razmerami osvetlitve porabi na primer približno 25-krat manj električne energije za svetlobna telesa.

Kakšna je donosnost naložbe?

Za vsako načrtovano aktivnost oziroma investicijo lahko hitro in preprosto izračunate donosnost naložbe (ROI). Brezplačno orodje najdete na <http://www.tourbench.info>.

- ❖ Če se gretje in/ali klimatska naprava ne izklopita samodejno, ko so okna odprta, je treba poskrbeti za lahko dostopne informacije, ki prosijo goste, naj zaprejo okna, ko je vklopljeno gretje ali klimatska naprava.
- ❖ Zmanjšajte moč osvetlitve – na splošno ali/in v določenih časovnih obdobjih (z uporabo časovnih stikal) ter izklopite nepotrebne luči.
- ❖ Izklopite osvetlitev tam in takrat, ko ni oziroma je manj aktivnosti.
- ❖ V največji možni meri izkoristite dnevno svetlobo.
- ❖ Preverite, če je velikost raznih aparatov ustrezna vaši potrebi (prevelike ali premajhne aparature trošijo več energije).
- ❖ Izboljšajte odsevnost svetlobe od sten, stropa in tal z uporabo svetlejših in bolj živih barv.
- ❖ Zaposlene izobrazite za optimalno uporabo aparatov (za izklapljanje, ko niso v uporabi, in delovanje ob polni kapaciteti).
- ❖ Zagotovite redno vzdrževanje opreme za optimalno učinkovito delovanje.

B. Primer nekaj sprememb, ki zahtevajo vložke

Identificirajte vse možne izboljšave in naredite načrt za nekatere spremembe, ki zahtevajo manjše ali tudi večje vložke – prinašajo pa konkretne prihranke:

- ❖ Namestite časovna stikala. Izklopite posamezne enote v nezasedenem delu nastanitvenega objekta.
- ❖ Namestite energijsko učinkovite žarnice in detektorje gibanja.
- ❖ Izboljšajte toplotno (kot tudi zvočno) izolacijo oken.
- ❖ Namestite termostate na radiatorjih oziroma kartični sistem za aktiviranje elektrike in klimatizacije, ko gost vstopi v sobo.

Vključite energetskega menedžerja

Vsekakor na tem mestu vključite energetskega strokovnjaka, saj lahko le z njegovo pomočjo naredite optimalen načrt ukrepov. Kje ga poiskati? Ne v investicijskem, temveč v inženiring podjetju – naj bo inženir strojništva energetske smeri. Ker so znanja, predvsem pa izkušnje (tudi na strani inženiring podjetij) pri gradnji energetske učinkovitih objektov še relativno skopa, se posvetujte in poiščite tiste z dobrimi referencami. To je še posebej pomembno pri temeljiti prenovi ali novogradnji, saj je k oblikovanju energetske učinkovitega sistema razsvetljevanja, ogrevanja in ohlajanja potrebno pristopati kot k celoti in ne seštevku posameznih sistemov.

POMEMBNO! Številni nadaljnji ukrepi za izboljšanje energijske učinkovitosti na tem mestu že pomenijo večje posege. Vključite energetskega strokovnjaka in preverite tudi smernice v poglavju, ki zadeva prenavo ali novogradnjo (poglavje 4.2).

Še posebej pa v nadaljevanju poglejte, kakšni so obvezni in dodatni tehnični kriteriji na področju energije, kot jih predpisuje postopek za pridobitev EU Marjetice.

Kakšna je povprečna razporeditev stroškov energije v turističnem nastanitvenem obratu?*

	% od skupnega obsega energije	% od celotnih stroškov energije
Ogrevanje in ohlajanje**	48 %	29 %
Kuhinja in F&B	15 %	15 %
Ogrevanje vode	20 %	12 %
Osvetljevanje	9 %	11 %
Drugo	8 %	23 %

Tabela na prejšnji strani - vir: IHRA (http://www.ih-ra.com/marketplace/docs/2environmental_teaching.pdf).

* Podatek izhaja iz analize Oddelka za okolje in transport Velike Britanije, ki so jo opravili v okviru programa dobrih primerov prakse za energijsko učinkovitost na osnovi intenzivnosti porabe in stroškov energije v turističnih nastanitvenih obratih v Veliki Britaniji.

** Ta odstotek in strošek je v največji meri odvisen od tega, ali hotel razpolaga z bazenskim kompleksom ali ne – zato se lahko deleži spremenijo.

Kriteriji EU Marjetice na področju ENERGIJE

Ker je področje upravljanja z energijo eno izmed najbolj kompleksnih, podajamo skrajšan, a celosten pregled, kaj na področju energije opredeljuje EU Marjetica. Spodaj so torej predstavljeni vsi kriteriji na področju energije (vendar v skrajšani obliki).

Na področju energije okoljska Marjetica med OBVEZNIMI KRITERIJI opredeljuje:

1. Električna energija iz obnovljivih virov (vsaj 22 % električne energije mora prihajati iz obnovljivih energijskih virov).
2. Premog in težka olja (težka olja z vsebnostjo žvepla, ki je večja od 0,2 %, in premog se ne smejo uporabljati kot vir energije).
3. Električna energija za ogrevanje (vsaj 22 % električne energije za ogrevanje sob in sanitarne tople vode mora izvirati iz obnovljivih virov energije).
4. Učinkovitost ogrevalnih kotlov (mora biti vsaj 90 %).
5. Klimatske naprave (vsaj energijska učinkovitost razreda B).
6. Izolacija oken (ustrezna visoka stopnja toplotne in zvočne izolacije).
7. Izklapljanje gretja ali klimatske naprave (če ni samodejno, je potrebna informacija).
8. Izklapljanje luči (če ni samodejno, je potrebno poskrbeti za lahko dostopne informacije).
9. Energijsko učinkovite žarnice (v enem letu mora imeti vsaj 60 % vseh žarnic energijsko učinkovitost razreda A oziroma 80 % tam, kjer so vklopljene več kot 5 ur).
10. Časovno stikalo za savno (v vseh savnah).

Med NEOBVEZNIMI KRITERIJI pa okoljska Marjetica opredeljuje:

1. Fotovoltaično pridobivanje električne energije ali pridobivanje električne energije s pomočjo vetra (ki pokriva vsaj 20 % celotne porabe električne energije na leto).
2. Ogrevanje s pomočjo obnovljivih virov (vsaj 50 % vse električne energije, porabljene za ogrevanje sob ali sanitarne tople vode).
3. Energijska učinkovitost ogrevalnega kotla (s štirimi zvezdicami).
4. Emisije NO_x ogrevalnega kotla (naj spada v razred 5, emisija manjša kot 70 mg NO_x/kWh).
5. Daljinsko ogrevanje.
6. Sočasna proizvodnja toplote in električne energije (vso električno energijo in ogrevanje nastanitve zagotovi obrat za sočasno proizvodnjo toplote in električne energije).
7. Toplotna črpalka (prisotnost toplotne črpalke, ki zagotavlja ogrevanje in/ali klimatiziranje).
8. Pridobivanje toplote (sistem za pridobivanje toplote za vsaj 1 ali 2 od naslednjih kategorij: hladilni sistemi, ventilatorji, pralni stroji, pomivalni stroji, bazen, sanitarna odpadna voda).
9. Termoregulacija (temperatura se v vsaki sobi regulira posebej).
10. Izolacija obstoječih zgradb (bolje od minimalnih nacionalnih zahtev).
11. Klimatske naprave (razred A).
12. Samodejno izklapljanje klimatskih naprav.
13. Bioklimatska arhitektura (gradnja v skladu z načeli bioklimatske arhitekture).
14. Energijsko učinkoviti hladilniki, pomivalni stroji, pralni stroji in pisarniška oprema.
15. Namestitev hladilnikov (v skladu z načeli varčevanja z energijo).
16. Samodejno ugašanje luči v sobah za goste (sistemi so nameščeni v 80 % sob za goste).
17. Samodejno ugašanje zunanjih luči (nepotrebne zunanje luči se ugašajo samodejno).

Energetska izkaznica

Energetska izkaznica stavbe je javna listina s podatki o energetske učinkovitosti stavbe in s priporočili za povečanje energetske učinkovitosti. Izdana je v skladu z evropsko Direktivo o energetske učinkovitosti stavb (SAVE), katere cilj je zmanjševanje emisij CO₂ s povečanjem energetske učinkovitosti tudi na področju stavb.

Obvezno energetske certificiranje stavb je pri nas na podlagi direktive EPBD predpisala novela Energetskega zakona (EZ) (Ur. l. RS št. 118, 17.11. 2006). Potrebno je pri vseh novih stavbah (od 1. januarja 2008), pri obstoječih stavbah pa le, če gre za prodajo ali najem. Energetske izkaznico morajo imeti tudi velike javne stavbe (od 1. januarja 2008 dalje, vendar najkasneje do 31. decembra 2010).

Izkoristite razne spodbude!

Preverite in izkoristite razne spodbude (za energetske učinkovite investicije, rabo obnovljivih virov energije, pridobitev znaka EU Marjetica, subvencioniranje obrestne mere za financiranje energetske učinkovitih investicij itd.), ki jih ponuja država za izboljšanje energijske učinkovitosti – spremljajte razpise na Ministrstvu za gospodarstvo, Ministrstvu za okolje in prostor ter Slovenskem okoljskem javnem skladu (Ekosklad). Spremljajte tudi novosti na www.slovenia.info/zeleniturizem.

4.1.2 VODA

Pri gospodarnem ravnanju z vodo (poleg tehnologije v največji meri z ozaveščanjem zaposlenih in gostov) lahko zmanjšamo porabo vode na gosta celo za 50 % (vir ITP).

Obstajajo številni učinkoviti ukrepi za zmanjšanje porabe vode – podobno kot pri energiji določeni zahtevajo le spremembe v rutinah ter osveščanje gostov in zaposlenih, drugi pa tudi investicije. Za slednje naredite akcijski načrt ukrepov (v pomoč vam je lahko načrt na začetku poglavja 4.1) in k sodelovanju pritegnite strokovnjaka. V nadaljevanju poglejte tudi, kakšni so obvezni in dodatni tehnični kriteriji na področju vode, kot jih predpisuje postopek za pridobitev EU Marjetice.

Voda, vitalna za turistično industrijo

Voda v povprečju predstavlja (le) desetino operativnih stroškov hotela (odvisno tudi od njegove ponudbe wellnessa), a to ne pomeni, da se z vodo ne splača gospodarno ravnati. Če damo ob stran dejstvo, da je voda zaradi podnebnih sprememb vse bolj redka in dragocena dobrina, ne pozabimo, da **vodo plačamo 2-krat!** Najprej jo kupimo, nato plačamo še ravnanje z odpadnimi vodami.

A. Primer nekaj preprostih sprememb v rutinah na področju ravnanja z vodo

Identificirajte vse možne izboljšave in naredite načrt (sledite akcijskemu načrtu na začetku poglavja) za preproste spremembe v rutinah, ki jih lahko opravite že brez vložkov, in hkrati konkretno prihranite pri vodi:

- ❖ **Zaposlene vključite v program in spodbujajte** k predlogom, kako je mogoče prihraniti pri porabi vode.
- ❖ **Izobrazite in motivirajte zaposlene**, da takoj poročajo o vsakem puščanju vode.
- ❖ **Kaj lahko naredite v hotelskem gospodinjstvu:**
 - ❖ Pri čiščenju kopalne kadi naj sobarica zapre odtok, namesto da med čiščenjem teče voda.
 - ❖ Pri čiščenju straniščnih školjk naj se uporabi voda od čiščenja umivalnika in kadi.
 - ❖ Vklopite pralni in pomivalni stroj šele, ko je poln.
 - ❖ Če se uporablja koncentrirana čistila in detergente, zagotovite njihovo pravilno mešanje z vodo. Preveč ali premalo vode bo zmanjšalo učinkovitost delovanja.
- ❖ **Komunikacija z gosti:**
 - ❖ Gostom dajte priložnost, da preudarno ravnajo z vodo. Izobrazite jih o pomenu vode v vašem objektu.
 - ❖ Spodbujajte jih k tuširanju (namesto kopanja).
 - ❖ Povabite jih k ponovni uporabi brisač (ta pristop velja sicer za enega najstarejših na področju zmanjšanja porabe vode in energije – a v primeru, da je to del širše »zgodbe«, ima še precej prostora za večjo učinkovitost).
 - ❖ Spodbudite jih, naj zaprejo vodo med umivanjem zob (povejte, da pri tem vsakič prihranijo 9 litrov).
 - ❖ Povejte gostom, zakaj to počnete. Naj vidijo, da je varčevanje z vodo del širše trajnostne politike (več v poglavju o komunikaciji z gosti, številka 4.7).
- ❖ **Zmanjšajte porabo vode z recikliranjem odpadne vode** (porabite jo za vrt, umivanje tal, izplakovanje toalet).
- ❖ **Izkoristite priložnosti za zbiranje deževnice in njeno uporabo.**
- ❖ **Redno preverjajte in vzdržujte opremo**, da se izognete izgubi vode zaradi puščanja ali slabe izolacije.
- ❖ **Zmanjšate pretočnost vode** (preverite kriterije EU Marjetice).

B. Spremembe, ki zahtevajo vložke

Ugotovite vse možne izboljšave in naredite načrt za nekatere spremembe, ki zahtevajo manjše vložke, a prinašajo konkretne prihranke:

- ❖ **Namestite ločene števec** po posameznih oddelkih, da boste lahko natančneje spremljali porabo.
- ❖ **Preučite možnost namestitve različnih tehnologij**, ki prihranijo vodo (senzorji, časovna stikala, naprave za manjšo pretočnost – v kuhinji, hotelskih sobah in straniščih v skupnih prostorih). Spremljajte in uvajajte tehnološke novosti na tem področju.
- ❖ **Pri prenovah ali novogradnjah** si postavite visoke standarde glede optimizacije porabe vode in uporabite najbolj učinkovite tehnologije.
- ❖ **Veliko priložnosti za izboljšave je v hotelih, ki imajo močno bazensko oziroma celotno ponudbo wellnesa** (preverite ITP priročnik, strani 111 do 120).

Do konkretnih prihrankov pri čistilih!

Optimizirajte porabo čistil in detergentov z avtomatskimi dozirniki za mešanje čistila in vode – čistila namreč delujejo resnično optimalno le pri pravilnem mešanju z vodo. Ukrep ne zahteva investicije, saj vam dozirnik lahko priskrbi podjetje, od katerega boste kupovali čistila oziroma detergente (odločite se za bio razgradljiva). Podatki na osnovi primera hotela, ki ima okoli 100 sob, kažejo, da lahko letno samo na ta način prihranite več kot 6.000 EUR, hkrati pa razbremenite okolje.

Ste vedeli?

Leta 2030 bo globalna potreba po vodi za 40 % večja kot bo njena razpoložljivost (vir 2030 Water Resources Group, McKinsey & Co).

Izplakovalnik za straniščno školjko, ki pušča, lahko dnevno izgubi tudi do 750 litrov!

Če zapremo vodo med umivanjem zob, vsakič prihranimo povprečno 9 litrov.

Kriteriji EU Marjetice na področju VODE

Ker je področje upravljanja z vodo poleg energije eno izmed najbolj kompleksnih, podajamo skrajšan, a celosten pregled, kaj na področju vode opredeljuje EU Marjetica. Spodaj so torej predstavljeni vsi kriteriji na področju vode (a v skrajšani obliki).

Na področju vode okoljska Marjetica med OBVEZNIMI KRITERIJI opredeljuje:

1. Če turistični nastanitveni obrat vode ne dobiva iz glavnega vodovodnega omrežja, mora biti obrat pripravljen zamenjati trenutni vodni vir z drugim, če študije načrta o varstvu lokalnih voda kažejo, da ima uporaba trenutnega vodnega vira velik vpliv na okolje.
2. Pretok vode iz pip in tušev (ne sme presegati 12 litrov na minuto).
3. Varčevanje z vodo v kopalnicah in straniščih (v kopalnicah in straniščih je treba poskrbeti za ustrezno informiranje gostov o tem, kako lahko pomagajo varčevati z vodo).
4. Koši za smeti v straniščih (goste je potrebno prositi, naj za ustrezne odpadke uporabljajo koš za smeti namesto stranišča).
5. Splakovanje pisoarjev (samodejno ali ročno splakovanje, pri čemer se ne splakuje več kot pet pisoarjev skupaj).
6. Puščanje (osebje mora biti usposobljeno, da vsak dan preveri, če kje prihaja do vidnega puščanja, in po potrebi ukrepa. Goste je treba prositi, da o kakršnemkoli puščanju obvestijo osebje).
7. Menjanje brisač in rjuh (goste se obvesti o okoljski politiki turističnega obrata, po kateri se rjuhe in brisače zamenja na njihovo željo, sicer pa avtomatično enkrat tedensko pri nastanitvi nižje kategorije in dvakrat tedensko pri višji kategoriji).
8. Zalivanje rastlin in vrtov (rože in vrtove se mora zalivati, preden postane sonce premočno ali po sončnem zahodu).
9. Čiščenje odpadne vode (vso odpadno vodo je treba očistiti. Če povezava do lokalne čistilne naprave ni mogoča, mora imeti turistični obrat lasten sistem čiščenja, ki je v skladu z zahtevami ustrezne lokalne, državne ali evropske zakonodaje).
10. Načrti v zvezi z odpadno vodo (obrat mora zaprositi lokalno upravo za njihov načrt v zvezi z odpadno vodo; če takšen načrt obstaja, se mora nastanitveni obrat ravnati v skladu z njim).

Med NEOBVEZNIMI KRITERIJI pa okoljska Marjetica opredeljuje:

1. Zbiranje in uporaba deževnice in reciklirane vode (vendar ne za sanitarne namene in pije).
2. Pretok vode iz pip in tušev (povprečni pretok vode iz vseh pip in tušev, razen pip v kopalni kadi, ne presega 8,5 litrov/minuto).
3. Splakovanje stranišč (vsaj 80 % stranišč porabi za eno splakovanje šest litrov ali manj vode).
4. Poraba vode pri pomivalnih strojih (je manjša ali enaka pragu, določenemu v spodnji enačbi pri uporabi enake metode preverjanja kot EN 50242 in programa pranja, kot je določeno v Direktivi Komisije 97/17/ES: $W(\text{izmerjeno}) (0,625 \times S) + 9,25$, kjer je: $W(\text{izmerjeno})$ = izmerjena poraba vode pomivalnega stroja v litrih na program pranja, zaokrožena na eno decimalko, S = število standardnih pogrinjkov, ki ustreza pomivalnemu stroju).
5. Poraba vode pri pralnih strojih (porabijo manj kot 12 litrov vode na kg perila, izmerjeno v skladu z EN 60456:1999, pri čemer se uporablja enak standardni program za pranje bombaža pri 60 °C, kot je določen v Direktivi 95/12/ES).
6. Temperatura in pretok vode iz pipe (vsaj 80 % pip omogoča natančno in hitro reguliranje temperature ter pretoka vode).
7. Časovna stikala za tuše (tuši v kuhinjah ali na prostem imajo sistem za samodejno zapiranje pretoka vode po določenem času ali kadar se tuš ne uporablja).

4.1.3. ODPADKI (in nevarne kemikalije)

Gre za mnogo več kot le recikliranje. Najprej je potrebno zmanjšati obseg odpadkov, tudi skozi manjšo in bolj gospodarno nabavo, nato jih zbrati ločeno, šele nato govorimo o recikliranju. Kaj pa ponovna uporaba?

Formula 5R!

- Reduce** – zmanjšajmo količino odpadkov.
- Recover** – zberimo jih (ločeno).
- Reuse** – pogledjmo, kaj lahko ponovno uporabimo.
- Recycle** – kaj lahko recikliramo?
- Replace** – kaj lahko zamenjamo?

Glavni cilj je zmanjšanje odpadkov (s čimer zmanjšujete tudi porabo virov, materialov in energije) ter največja možna mera recikliranja.

- ❖ **Naredite popis vseh virov proizvodnje odpadkov** – sprehodite se po hotelu in naredite podroben popis, kje nastajajo odpadki, kako trenutno ravnate z njimi (na kakšen način jih zbirate in odstranjujete) ter kakšen je strošek odvoza.
- ❖ **Preučite vsako posamezno kategorijo in naredite akcijski načrt**, koliko lahko odpadke v osnovi zmanjšate, kako jih učinkovito zberete in kaj lahko ponovno uporabite oziroma reciklirate:

A. Reduce – zmanjšati (= Najboljši način za upravljanje z odpadki je njihovo zmanjšanje, in sicer že v fazi, preden ti nastanejo):

- ❖ Se lahko z določenimi dobavitelji dogovorimo o drugačnem pakiranju? Izberite embalažo, ki jo lahko vrnete oziroma ponovno uporabite.
- ❖ S preudarno nabavo in preiščljenim izborom določenih vsakodnevnih artiklov (kot so plastične slamice, kozmetika, plastični kozarci itd.) se lahko znatno zmanjša obseg embalaže in porabljenih materialov ter s tem odpadkov.
- ❖ Ali lahko nekaj učinkoviteje uporabimo?

Zmanjšajte odpadke in prihranite!

Izračunajte, kakšni so konkretni finančni učinki upravljanja odpadkov: če (1) naročate manj oziroma na drugačen način, (2) skozi zmanjšanje količine odpadkov in (3) koliko pridobite, če prodate določene odpadke.

B. Recover – zbrati (= Vzpostavite sistem učinkovitega ločenega zbiranja oziroma sortiranja odpadkov, da jih lahko nato ponovno uporabite oziroma reciklirate).

C. Reuse – ponovno uporabiti (= Premisliti je potrebno, če in kateri odpadki se lahko ponovno uporabijo – če se lahko prodajo ali podarijo tistim, ki jih lahko ponovno uporabijo).

D. Recycle – reciklirati (= Naredite načrt, kaj vse je mogoče reciklirati – ne pozabite, da se recikliranje začne tam, kjer se zbirajo odpadki):

- ❖ Veliko hotelov že reciklira odpadne steklenice, plastenke, papir in embalažo – preučite, kaj še lahko dodatno reciklirate.
- ❖ Kaj se zgodi s starimi baterijami, zamaški, kopalnično kozmetiko, jedilnim oljem itd?
- ❖ Zagotovite posode za ločeno zbiranje odpadkov povsod, kjer je to mogoče, vsekakor tudi v hotelskih sobah (seveda morajo tudi gospodinjski vozički imeti prostor za ločeno zbiranje), na hodnikih, zunaj, v servisnih prostorih ... skratka, povsod.
- ❖ Zagotovite, da je na posameznih koših jasno označeno, kaj sodi vanje in kaj ne.

E. Replace – zamenjati (= Če se določeni odpadki ne morejo reciklirati, razmislite, če obstajajo alternative, ko je to mogoče?).

- ❖ **Predn se lotite ločevanja, preverite, v katere kategorije se ločujejo odpadki v vaši lokalni skupnosti in kako je poskrbljeno za odvoz.** Če lokalna uprava ne nudi ločenega zbiranja in/ali odlaganja odpadkov, jih spodbudite k temu.
- ❖ **Še posebej skrbno pristopite k ravnanju z nevarnimi odpadki.** Preučite in upoštevajte vso relevantno zakonodajo.
- ❖ **Preverite vso relevantno zakonodajo in poskrbite, da zadovoljujete vse predpise na državnem ter lokalnem nivoju.**
- ❖ **Zmanjšajte volumen odpadkov na način, da jih stisnete** (embalaža, karton, steklo) – na ta način se bo zmanjšalo število potrebnih odvozov.
- ❖ **Imenujte odgovorno osebo, izobrazite in motivirajte ljudi.** Poskrbite, da vsi razumejo razloge za program.
- ❖ **Spremljajte rezultate, poročajte o uspehu in sprejemajte potrebne korekcijske ukrepe.**

Kriteriji EU Marjetice na področju ODPADKOV

Na področju odpadkov okoljska Marjetica med OBVEZNIMI KRITERIJI opredeljuje:

1. Ločevanje odpadkov s strani gostov (namestiti ustrezne posode, ki omogočijo gostom, da ločijo odpadke v skladu z lokalnimi ali državnimi sistemi. V sobah morajo biti dosegljive jasne informacije in prošnja gostom, kako naj odpadke ločujejo).
2. Nevarni odpadki (osebje mora ločevati in ustrezno odlagati nevarne odpadke, kakor so navedeni v direktivah).
3. Ločevanje odpadkov (osebje mora ločevati odpadke v kategorije, ki jih lahko lokalni ali državni obrati za ravnanje z odpadki obdelujejo posebej).
4. Prevoz odpadkov (če lokalne oblasti ne zbirajo odpadkov pri turističnem objektu, mora slednji zagotoviti prevoz do čim bližjega ustreznega kraja).
5. Ocenjevanje in preverjanje: vlagatelj predloži izjavo o izpolnjevanju tega merila.
6. Izdelki za enkratno uporabo (v sobah in restavracijah se ne smejo uporabljati naslednji izdelki za enkratno uporabo, razen če tako zahteva zakonodaja: kozmetika za enkratno uporabo (na primer šampon, milo, pokrivala za tuširanje itd.), skodelice, krožniki in pribor).

Med NEOBVEZNIMI KRITERIJI pa okoljska Marjetica opredeljuje:

Odpadki

1. Kompostiranje (ločevanje ustreznih organskih odpadkov – odpadki z vrta in kuhinjski odpadki ter njihovo kompostiranje).
2. Pločevinke za enkratno uporabo s pijačo (ponudba pločevink za enkratno uporabo je na območjih, ki so v lasti ali upravljanju nastanitve, prepovedana, razen, kadar to zahteva zakonodaja).
3. Embalaža pri zajtrku (pri zajtrku se ne sme uporabljati hrana, pakirana v embalažo za eno osebo, razen, kadar to zahteva zakonodaja).
4. Odstranjevanje maščobe/olja (nameščeni so separatorji za maščobo; maščobe/olja za peko in cvrtje se zbirajo in ustrezno odstranjujejo).
5. Rabljeni tekstilni izdelki in pohištvo (se prodajo ali podarijo dobrotelnim ustanovam ali drugim združenjem, ki zbirajo in prerazporejajo takšno blago).

Nevarne kemikalije

6. Čistilna sredstva (vsaj 80 % (glede na maso) čistilnih sredstev za ročno pomivanje posode in/ali za pomivalne stroje in/ali za perilo ter večnamenskih čistilnih sredstev, ki jih uporablja turistična nastanitve, naj ima znak Skupnosti za okolje ali druge nacionalne ali regionalne znake za okolje ISO tipa I).
7. Barve in laki za notranje prostore (vsaj 50 % barv in lakov, ki se uporabljajo za barvanje notranjih prostorov, naj ima znak Skupnosti za okolje ali druge nacionalne ali regionalne znake za okolje ISO tipa I).
8. Odmerjanje sredstva za razkuževanje plavalnih bazenov (plavalni bazen ima sistem za avtomatično odmerjanje, ki za doseganje ustrezne higiene porabi minimalno količino sredstva za razkuževanje).
9. Mehansko čiščenje (obstoj postopkov za opravljanje čiščenja brez kemikalij, kot so uporaba proizvodov na osnovi mikro vlaken ali drugih nekemičnih čistilnih materialov ali dejavnosti s podobnim učinkom).
10. Ekološki vrtovi (zelene površine se upravljajo brez uporabe pesticidov ali v skladu z načeli ekološkega kmetovanja).

Primer dobre prakse: Bohinj Park EKO Hotel – do 50 % manj stroškov pri energiji

Koncept trajnostnega hotela so sprejeli že pri zasnovi hotela – le-ta se kaže na številnih področjih delovanja, a okoljski vplivi in prihranki so največji na področju energetske učinkovitosti. Zato so temu področju tudi namenili tudi največjo pozornost, s čimer je Bohinj Park Eko hotel postal eden izmed energijsko najvarčnejših hotelov v osrednji Evropi. Povzemamo ključne značilnosti tega energetske varčnega objekta:

- ❖ V neposredni bližini hotela so naredili energetske vodno vrtino, ki jo preko toplotnih črpalk izkoriščajo za ogrevanje sanitarne vode in objekta.
- ❖ Ko geotermalno vodo izkoristijo, te ne spustijo v kanalizacijo (kot je to v navadi), ampak jo delno uporabijo za izplakovanje sanitarij.
- ❖ Izkoriščajo tudi toplo sanitarno vodo iz prh in umivalnikov – zberejo jo v posebnih rezervoarjih, kjer ji toplotne črpalke odvzamejo preostalo toploto in jo nato ohlajeno spustijo v kanalizacijo.
- ❖ Vodo iz lastne vrtine uporabljajo tudi za hlajenje v poletnem času (ko ji v toplotnih črpalkah odvzamejo toploto, jo pošljejo v hladilne grede, ki hladijo prostore hotela).
- ❖ Objekt ogrevajo po nizkotemperaturnem režimu s talno kurjavo in hladilno-grelnimi gredami, ki so energijsko bolj učinkovite od klasičnih sistemov prezračevanja in klimatizacije.
- ❖ Poleg vodne vrtine imajo tudi svojo energetske postajo tako, da lahko z dvema napravama, ki ju poganja utekočinjeni naftni plin, sočasno proizvajajo električno energijo in toploto. Električno porabijo za poganjanje toplotnih črpalk v hotelu in napajanje hotela ter vodnega parka z vodo – toploto, ki se sprošča ob proizvodnji elektrike, pa porabijo za gretje bazenov.
- ❖ Zaradi uporabe preostale toplote dosežejo celotni izkoristek med 70 in 90 odstotki, s sočasno proizvodnjo toplotne in električne energije pa prihranijo tudi do 30 odstotkov primarne energije v primerjavi z ločeno proizvodnjo.
- ❖ Zaradi lastnih energetskih virov je kompleks tako rekoč neodvisen od zunanjih virov (z izjemo plina). Hotel je funkcionalen tudi ob izpadu električnega omrežja – kadar proizvedejo več elektrike, kot je potrebujejo, pa jo prodajo v omrežje.
- ❖ Varčujejo tudi pri osvetljevanju. Vsa svetlobna telesa v objektu so zasnovana po tehnologiji Power LED, s čimer v primerjavi z enako velikim klasičnim hotelom z enakimi razmerami osvetlitve porabijo približno 25-krat manj električne energije za svetlobna telesa.
- ❖ Sistem za izrabo energije vodijo računalniško in centralizirano – ta pri svojem delovanju zaradi kompleksnosti oddaja precej toplote, zaradi česar je prostore potrebno ohlajati. Da toplota ne bi šla v nič, so v sistemski prostor vgradili napredno toplotno črpalko zrak-voda, ki toplotno energijo vrne v sistem v obliki tople vode.
- ❖ Tudi v računalniško vodeni pralnici so vgradili toplotno črpalko, ki oddano toploto odvzame in preusmeri v sistem za doogrevanje tople sanitarne vode.
- ❖ Na boljši energetski izkoristek vplivajo tudi materiali, ki so jih uporabili pri gradnji – stene hotela so nadstandardno izolirane, poleg tega so uporabili stekla z najnižjim faktorjem toplotne prevodnosti (ter tako zagotovili minimalno izgubo toplote). Streha je izdelana iz lesa in drugih naravnih materialov (gre za tako imenovani zaprti kompaktni sendvič iz gotovih plošč – izolacija je zaključena s posebnimi lesnimi vlakni, ki zagotavljajo izolacijo in so naravnega izvora). Tudi pri notranji opreми so dali prednost naravnim materialom – veliko je lesa, naravnega kamna, stekla in drugih naravnih materialov.

»Od malih nog zavedajoč se pomembnosti varčevanja z energijo in odnosa do narave nam je bilo kot investitorju, inženiringu in upravljavcu v eni osebi samoumevno graditi energijsko varčen, ekološki objekt. Še posebej je energijsko varčna gradnja pomembna za upravljavca, saj iz ekonomskega vidika prinaša ogromne prihranke, ki jih lahko spremenimo v dodano vrednost za goste – kakovost nastanitve, storitev in drugo. Poleg tega z izrazito zeleno vizijo v Sloveniji ustvarjamo nekaj svežega na področju turistične ponudbe, kar je zanimivo tudi iz trženjskega vidika. Zapisanemu vsled tudi naš slogan »Živimo, delujemo, varujemo – Zeleno.« Anže Čokl, direktor Bohinj Park EKO Hotela.



Odgovorno okoljsko ravnanje tudi v pisarnah – postanite EKO Vizionar!

Ob široki paleti trajnostnih ukrepov pa lahko kaj hitro spregledamo tisto, kar lahko zelo na preprost način storimo v administraciji hotela – v pisarnah! In konkretno prihranimo!

Pridružimo se projektu Rituali – Eko pisarna, ki ga vodi Umanotera (Slovenska fundacija za trajnostni razvoj) in je namenjen podjetjem in organizacijam s pisarniško dejavnostjo, cilj pa je v procese dela postopoma uvesti ukrepe, s katerimi bomo zmanjšali svoje vplive na okolje. Gre za ločevanje odpadkov, manjšo porabo vode, energije, papirja, zmanjšanje število prevozov na delo itd.

Podjetja in organizacije, ki v svoje delovanje uspešno uvedejo Rituale in s tem prizadevanja za eko pisarno, lahko prejmejo certifikat. Glede na stopnjo sprejetih ukrepov pridobijo certifikat EKO PRAKTIK, EKO STRATEG ali EKO VIZIONAR. Več na <http://www.rituali.si/>.

Zanimivo

Švedska hotelska veriga Scandic ločuje svoje odpadke kar v 22 različnih kategorijah.

V povprečju hotel ustvari 1 kg odpadkov na gosta na noč (vir ITP). Ko to pomnožimo s številom nočitev, je strošek precejšen.

Ste kdaj pomislili, da za odpadke plačamo 2-krat? Prvič za embalažo in drugič za njihovo odstranjevanje (prav ti stroški bodo v prihodnosti še bolj naraščali).

Največ odpadkov nastaja v kuhinji in gostinstvu ter hotelskih sobah, a ne spreglejte odpadkov, ki nastajajo v pisarnah, na vrtu in v skupnih prostorih.

4.2 S trajnostno gradnjo do prihrankov pri obratovanju in vzdrževanju ter do bolj prijetnega okolja za bivanje in delo

Trajnostni razvoj je danes postal poglavitna politika urejanja in gradnje prostora – pri tem mora trajnostni pristop usmerjati celoten proces projektiranja, načina gradnje, uporabe, povezovanja vseh sestavnih delov stavbe kot tudi procesov razgradnje. Trajnosta arhitektura gradi v skladnosti z naravo, uporablja do okolja prijazne materiale, prepoznava svoje okolje, se z njim povezuje in ga spreminja le v najmanjši možni meri. Ni in ne sme biti razumljena kot graditeljski slog ali ena od smeri v sodobni arhitekturi.

Trajnostna gradnja sama po sebi še ne prinaša trajnostnega delovanja.

Še tako trajnostna gradnja ne pomeni veliko, če trajnostni princip ni implementiran skozi vse vsakodnevne operacije hotela.

Potreben je natančno izdelan sistem trajnostnega menedžmenta (glej korak 3).

Kakšna je trajnostna gradnja?

- ❖ Pri posegu v prostor sledite načelu »čim manj«.
- ❖ Pri uporabi gradiv sledite načelu »več z manj«.
- ❖ Vsakršen poseg v prostor mora biti čim manj moteč.
- ❖ Stavba naj bo premišljeno umeščena v prostor.
- ❖ Zgrajena naj bo na tak način, da bo lahko zagotavljala kakovostno delovanje ob čim manjši porabi energije in drugih stroškov obratovanja za čim dlje časa.
- ❖ Naj bo v estetski, okoljski in kulturni harmoniji z okolico.
- ❖ Hkrati naj bo trajnostna arhitektura prijazna do uporabnika (v primeru hotela tako gostom kot zaposlenim).
- ❖ Naj bo ekološka, varčna, lokalna in regionalna, bioklimatska, razumna ter premišljena.

4.2.1

Če ste pred novogradnjo ali prenovo, je to idealna (in praktično neponovljiva) priložnost za oblikovanje optimalne oziroma izboljšane energijske učinkovitosti kot tudi za uveljavitev vrste drugih okoljskih in estetskih izboljšav. Resno preučite možnosti udejanjanja elementov trajnostne gradnje. V projekt pritegnite strokovnjake. **Izberite arhitekto in projektante**, ki poznajo trajnostno gradnjo in že imajo konkretne reference s primerljivi projekti.

4.2.2

K temu, da je stavba nizkoenergijska, lahko pri gradnji novega objekta še zlasti veliko pripomorejo **inovativne arhitekturne rešitve**. Ključne so prave odločitve v najzgodnejših fazah. Največje finančne učinke prinašajo tiste arhitekturne rešitve, ki zmanjšujejo potrebo po dodatnem ogrevanju, hlajenju, prezračevanju in osvetljevanju. S strokovnjaki s tega vidika dobro preučite obliko stavbe, njeno umestitev na zemljišču in razporeditev prostorov ter komunikacijske poti, ne pozabite na možnost senčenja nizkih nadstropij

z zelenjem, senčenje oken z različnimi sistemi itd. To so le nekatere možne rešitve, ki zmanjšujejo breme ogrevanja in ohlajanja objekta.

4.2.3

Slabe in neustrezne arhitekturne rešitve prinesejo velike težave pri ohlajanju, ogrevanju in prezračevanju prostorov, ki jih ni mogoče rešiti niti z najboljšimi ter najdražjimi sistemi za avtomatizacijo in nadzor ogrevanja, prezračevanja ter klimatizacije (HVAC) – hkrati pa energijsko učinkovite zelene stavbe praviloma potrebujejo manj kompleksne sisteme HVAC, saj zagotavljajo višjo raven ugodja že zaradi lege, oblike in strukture objekta. Posvetujte se in skupaj s strokovnjaki izberite optimalni sistem.

4.2.4

Ne pozabite, da na energijsko bilanco zelo močno vpliva omejevanje vstopa sončne toplote v notranjost objekta, uporaba naravnega prezračevanja in ohlajanja prostorov, izkoristek sonca za pasivno ogrevanje v zimskem in prehodnem obdobju ter izkoristek naravne dnevne svetlobe – naj bo med obveznimi parametri tudi ta vidik.

4.2.5

Poskrbite, da je hotel izraz naravne in kulturne krajine ter ljudi, ki tam živijo – s čimer vzpostavljate harmonijo z okoljem, v katerega ste umeščeni. Razvijajte karakter prostora («sense of place»)!

4.2.6

Pri izbiri materialov preučite, kako so bili pridelani, in dajte prednost tistim, ki so pri svoji proizvodnji potrošili manj energije (na <http://www.environment-agency.gov.uk/business/sectors/37543.aspx> lahko izračunate trajnostni vidik posameznih gradbenih materialov).

4.2.7

Izberite naravne materiale iz lokalnega okolja – na ta način zmanjšate njihovo pot do gradbišča (in s tem ogljični odtis), hkrati pa razvijate izredno pomembno edinstvenost ter avtentičnost.

4.2.8

Uporabite lahko tudi določene reciklirane materiale, s katerimi lahko – če so uporabljeni pravilno in z občutkom za estetiko – prispevate k vizualnemu karakterju, še posebej pri prenovi, hkrati pa zmanjšate vpliv na okolje.

4.2.9

Prednost dajte naravnim materialom (les – a ne katerikoli, temveč les, ki ga je mogoče najti v bližnji okolici ali pa vsaj les iz trajnostne obdelave gozdov; naravni kamen in drugi naravni materiali).

4.2.10

Pri izboru opreme izbirajte naprave z najvišjimi ocenami energijske učinkovitosti (energija, voda)!

4.2.11

Pri urejanju okolice:

- A** Izbirajte takšne (avtohtone) drevesne in rastlinske vrste, ki bodo v lokalnih klimatskih razmerah in tipu zemlje dobro uspevale (in pri tem potrebovale manj vzdrževanja ter vode).
- B.** Naravne žive meje imajo prednost pred ograjami – predstavljajo naravno okolje za ptice, hkrati pa zahtevajo manj vzdrževanja.
- C.** Pri izboru rastlin bodite pozorni tudi na njihove potrebe po vodi.
- D.** Namestite avtomatske sisteme zalivanja, ki optimizirajo porabo vode.

Investicija v zeleni objekt večja v začetku, a prinaša znatno nižje tekoče stroške

Po ocenah strokovnjakov velja, da je v takšen objekt potrebno vložiti 10 do 15 % (ocene grede tudi do 20 ali celo 25 %) več kot v klasičnega – vendar pa je potrebno pri odločitvi upoštevati prihranke, ki jih bo prineslo tekoče poslovanje hotela (nižja poraba energije in vode ter nižji stroški vzdrževanja).

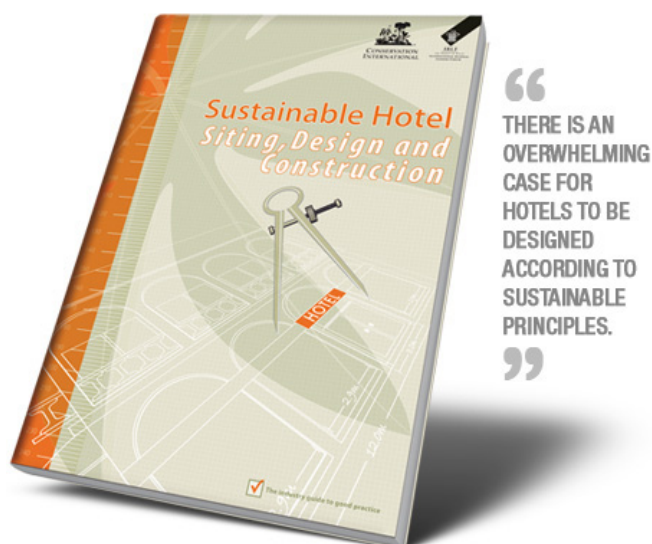
Šele tako se lahko vrednoti, katera različica bi prinesla investitorju najboljše rezultate v celotnem življenjskem obdobju objekta. Vidik nižjih tekočih stroškov pa je seveda še posebej pomemben za upravljevca.

Priporočamo

Za vse, ki želite pridobiti celosten, a zelo konkreten in tehničen vpogled v izdelavo koncepta ter projektiranja trajnostnega hotela, je na voljo publikacija »Trajnostni hotel« (Sustainable Hotel – Siting, Design and Construction) v založbi International Business Leaders Forum in Conservation International. Pri publikaciji je sodelovalo devet največjih globalnih hotelskih podjetij, med njimi Marriott, Hilton in Starwood. Publikacijo je mogoče kupiti na <http://www.tourismpartnership.org/Publications/SDCGuidelines.html>.

Preberite zanimiv članek o trajnostni hotelski arhitekturi na <http://www.futureoftourism.com/hotel-architecture.htm>!

Preučite okoljsko ocenjevalno metodologijo BREEAM, ki omogoča oceno (in kasnejše certificiranje) okoljske uspešnosti za vse tipe objektov (pod kategorijo drugo so tudi hoteli) – za obstoječe objekte in novogradnje. <http://www.breeam.org/>.



Izkoristite karakter prostora!

Naravne in kulturne vrednote območja, na katerem delujete, so lahko odličen vir rešitev že v fazi gradnje! Če delujete na območju varovane narave, vas k spoštovanju teh vrednot zavezuje zakonodaja, če delujete v bližini zavarovanih območij narave pa vas prostovoljna odločitev za spoštovanje teh vrednot lahko postavlja v boljši položaj npr. pri pridobivanju sredstev na različnih razpisih, predvsem pa lahko na vsakem koraku dokazuje resničnost vaših zelenih obljub. Izbor opreme in ureditev okolice lahko navežete na morebitne interpretacije naravnega okolja ter tako povežete svoje delovanje z danostmi zelene Slovenije!



4.3 Razvijte zeleno verigo dobaviteljev

Skozi nudenje lokalne hrane in vključevanje identitete in dediščine destinacije v svojo ponudbo bogatite izkušnjo gostov, razvijate dodano vrednost produkta ter podpirate lokalno gospodarstvo.

Na voljo je veliko načinov, kako lahko razvijete bolj zeleno nabavno verigo in tako na tem pomembnem – a pogosto prezrtem področju – okrepite trajnostno delovanje. Eno so do okolja bolj prijazni izdelki, ki jih potrebujete v hotelskem gospodinjstvu (čistila, tekstil), drugo pa tisti izdelki, ki so del vašega turističnega produkta (hrana in pijača, spominki). Ali (že) nabavljate do okolja prijazne izdelke, ekološko pridelano hrano, ekološka čistila, izdelke iz recikliranih materialov oziroma takšne, ki jih je možno reciklirati? Ali dajete prednost lokalno pridelani hrani?

4.3.1

Oblikujte politiko za upravljanje verige dobaviteljev. Naredite seznam izdelkov in storitev, ki jih hotel kupuje. Kdo so vaši dobavitelji in kakšni so izdelki? Kako so nastali? Kako vaši dobavitelji izbirajo svoje dobavitelje?

4.3.2

Definirajte možnosti za izboljšanje nabora izdelkov oziroma storitev s trajnostnega vidika (ekološki izdelki, lokalna proizvodnja, pravična trgovina). Kupujte izdelke ali dele izdelkov z okoljskim znakom, ko je to mogoče.

4.3.3

Spodbujajte mala podjetja, da razvijajo in prodajajo trajnostne produkte, ki temeljijo na naravi, zgodovini, identiteti področja (vključno s hrano, pijačo, spominki ipd.)! Spodbujajte dobavitelje z dolgoročnimi pogodbami in promocijo (promovirajte jih v svojem hotelu skozi konkretno poimenovanje dobavitelja in dodatne promocijske predstavitve)!

4.3.4

Oblikujte minimalne standarde za dobavitelje in jih sami preverite na terenu. Izberite dobavitelje in izdelke ter jih testirajte, sodelujte z dobavitelji in jim strokovno pomagajte, razložite jim politiko trajnosti, spodbujajte jih k certificiranju! Če je dobaviteljev premalo, se povežite pri nabavi z drugimi hoteli.

4.3.5

Uporabljajte elemente lokalne obrti, arhitekture in kulturne dediščine pri svojem poslovanju, pri oblikovanju ambienta (dekoracija), hrani in v trgovinah.

Kaj so koristi lokalnih nakupov?

Z nakupom živil, izdelkov in storitev, ki so proizvedene lokalno:

- ❖ podpirate lokalno gospodarstvo in zagotavljate delovna mesta;
- ❖ proizvajalec lahko dosega višjo ceno;
- ❖ potrebneja je manj transporta, kar pomeni manj emisij in manj stroškov prevoza.
- ❖ lokalni izdelki so praviloma boljše kakovosti;
- ❖ nenazadnje skozi spoznavanje lokalne hrane, identitete in dediščine bogatite izkušnjo gostov in razvijate dodano vrednost vašega produkta (avtentičnost, edinstvenost, karakter prostora – t. i. »sense of place«).

* Lokalna skupnost so ljudje in mesta, oddaljena nekaj deset kilometrov (v bolj odročnih krajih je ta razdalja večja).

4.3.6

Kupujte lokalno hrano in pijačo, po možnosti ekološko, ter spodbujajte k ekološkemu kmetovanju.

4.3.7

Prizadevajte si, da bo **na vaših menijih vedno več ekološke hrane** in jih – ko bo to mogoče – certificirajte. V pripravi je nov pravilnik, ki bo prvič urejal tudi certificirano ekološko ponudbo v obratih javne prehrane.

4.3.8

Razmislite tudi o lastnem vrtu, kjer lahko pridelujete vrsto začimbnic. To bodo vaši gostje še posebej cenili.

4.3.9

Če je možno, kupujte izdelke, kot so kava, sladkor, čokolada ipd. v **pravični trgovini** (Fair Trade).

4.3.10

Kupujte **večje količine produktov** in se izognite nepotrebni embalaži (za več glej v poglavju 4.1.3).

4.3.11

Pri izbiri tekstilnih materialov se odločajte za ekološki bombaž in druge naravne materiale, ki niso bili proizvedeni z uporabo pesticidov in drugih kemičnih sredstev.

4.3.12

Pri plastičnih izdelkih izbirajte tiste, ki so bili narejeni iz recikliranih materialov oziroma povprašajte, če jih je mogoče reciklirati.

Veliko se da narediti že skozi informiranje

Četudi morda v vašem hotelu (še) ne ponujate lokalnih proizvodov, pa lahko za lokalno gospodarstvo in še posebej za avtentično izkušnjo gosta v destinaciji zelo veliko naredite že s tem, da nudite kakovostne informacije o:

- lokalnih tržnicah,
- prodajalnah z avtentičnimi izdelki, spominki in lokalno hrano,
- o dobrih lokalnih restavracijah in gostilnah, ki nudijo kakovostno hrano ter pijačo z lokalnim karakterjem.

Na voljo imejte dober izbor tovrstnih točk, informirajte goste in jim glede na njihove interese priporočite obisk. Predhodno preverite ponudbo, odpiralne čase in se s ponudniki dogovorite o sodelovanju.

Nakup notranje hotelske opreme (Furniture, Fixtures, Fittings)

Gre za številne artikle, ki so potrebni za opremo hotela – pred otvoritvijo, med prenovo ali kot del vsakodnevnega delovanja (ne vključujejo pa hrane in pijače). Če preučimo vplive, ki so povezani z njihovo proizvodnjo, transportom, uporabo in odlaganjem ter jih s trajnostnega vidika upoštevamo pri nakupnih odločitvah, lahko nezanemarljivo zmanjšamo negativni vpliv na okolje.

Visoke stopnje rasti ekološke hrane

Povpraševanje potrošnikov po ekoloških pridelkih in živilih je vse večje – prodaja raste približno po 20-odstotni stopnji letno in trenutno predstavlja 4 % svetovnega trga hrane in pijače (vir: ITP). Po navedbah Zveze potrošnikov Slovenije povpraševanje po ekoloških živilih še vedno – kljub vse večji in pestri ponudbi na trgu – presega ponudbo. Temu primerno so visoke tudi cene, zato velja pridelava, predelava in prodaja ekološke hrane za donosen posel.

Kaj je ekološko kmetijstvo in kakšna so ekološka živila?

Ekološki so vsi pridelki, ki so plod ekološkega kmetijstva.

Ekološko kmetijstvo je oblika kmetijske pridelave, ki poudarja kmetovanje v sožitju z naravo – kmetijo upošteva kot celosten sistem tal, rastlin, živali in človeka in skrbi za ravnovesje vseh vključenih elementov. Na ekoloških kmetijah sami pridelajo kakovostno krmo, ki skupaj z ustreznimi bivalnimi razmerami prispeva k dobremu počutju in zdravju živali in s tem h kakovostni prireji mesa, mleka in jajc. Za vse vrste živali je obvezna prosta reja zunaj hleva. Ekološko kmetijstvo je edini način kmetovanja, ki je urejen z enotnimi mednarodnimi predpisi. V Sloveniji predpisuje ekološko kmetijstvo Uredba (ES) 834/2007, Uredba (ES) 889/2008 in slovenski Pravilnik o ekološki pridelavi in predelavi kmetijskih pridelkov oziroma živil.

Ekološka živila so pridelana in predelana na naraven način, brez uporabe pesticidov, konzervansov, umetnih arom, barvil in gensko spremenjenih organizmov. Rastline rastejo na zdravih tleh, ki niso izčrpana zaradi intenzivne pridelave in niso onesnažena s pesticidi ter umetnimi gnojili. Ekološki rastlinski pridelki vsebujejo izrazito manj sestavin, ki zmanjšujejo vrednost živil (pesticidi, nitrati), vsebnost vitaminov je običajno večja, običajno dobijo boljše ocene za okus ter vsebujejo več sekundarnih rastlinskih sestavin, ki krepijo zdravje. V ekološkem mleku in mesu je lahko več vitaminov, ki so topni v maščobi, in koristnih polinenasičenih maščobnih kislin.

Kako prepoznamo ekološka živila?

Pri nakupu ekoloških živil je pomembno, da smo pozorni na oznake – te so pogosto zavajajoče, potrošnika lahko zavedejo celo uradni znaki (tako slovenski kot evropski), ki se uporabljajo za druge namene, saj je njihovo poznavanje med potrošniki še vedno relativno slabo.

Vsako ekološko živilo mora biti opremljeno s šifro organa, ki izdaja certifikate. Certifikat je uradni dokument, ki ga izda kontrolna organizacija. Z njim je potrjena skladnost pridelave, predelave, pakiranja, skladiščenja in transporta ekoloških pridelkov, živil in krmil z veljavnimi predpisi za ekološko kmetijstvo. V Sloveniji izda certifikat ena od organizacij, ki jih je pooblastilo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, akreditirala pa jih je Slovenska akreditacija.

V Sloveniji pridelana in predelana ekološka živila morajo poleg šifre organa, ki je izdal certifikat, imeti tudi uradni državni znak. Znak EU je bil do 1. julija 2010 prostovoljen, po tem datumu pa je znak (t. i. evrolist) za ekološke izdelke obvezen za vse predpakirane ekološke živilske izdelke znotraj Evropske unije. Dovoljena je tudi prostovoljna raba znaka za nepredpakirana ekološka živila, ki so bila proizvedena znotraj EU, ali za vse ekološke izdelke, uvožene iz tretjih držav. Znak nudi zagotovilo porabnikom o izvoru in kakovosti hrane in pijače, ki jo kupijo, saj njegova navzočnost na kateremkoli proizvodu jamči skladnost proizvoda z uredbo EU o ekološkem kmetijstvu.

Evrolist sestavljajo zvezde EU v obliki lista na zeleni podlagi, kar potrošnikom jasno sporoče dvoje: naravo in Evropo.

Kmetijskih pridelki in živila so lahko poleg z uradno označbo »ekološko« opremljeni tudi z drugimi zasebnimi blagovnimi znamkami, kot na sta na primer Biodar in Demeter.

Mnoge blagovne znamke (Biotop, Natura, Natureta, Zdravo življenje, Kultura Narave, Eco+, Bio, Spar Vital itd.), katerih ime nakazuje naravno, biološko, ekološko idr. pridelavo in predelavo, ne zagotavljajo ekološkega statusa. Zavajajoče so tudi trditve, kot so: domače, sonaravno, ni bilo škropljeno, naravno.

V letu 2009 je bilo v Sloveniji v kontroli 2096 ekoloških kmetij (Vir: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano).

Ekoloških pridelkov ne smemo zamenjevati s pridelki integriranega kmetijstva, ki je še ena od oblik pridelave poljščin, sadja in zelenjave v Sloveniji. Ta način pridelave je do naravi prijaznejši kot konvencionalni, negativni vpliv na okolje in zdravje ljudi je manjši. Uporaba škodljivih sintetičnih in fitofarmaceutskih sredstev je dovoljena, vendar je pod nadzorom in je omejena na znatno manjši nabor kot pri konvencionalnem kmetovanju. Tudi integrirani kmetijski pridelki morajo imeti certifikat akreditirane organizacije. Predelana živila, ki vsebujejo sestavine iz integrirane pridelave, pa so v prodaji kot vsa druga konvencionalna živila.



ekološki | Republika Slovenija
Ministrstvo za kmetijstvo,
gozdarstvo in prehrano

Uradni državni
znak (Slovenija)



Stari uradni (do 1. julija 2010)
neobvezni znak EU



Novi uradni (in od 1. julija 2010)
obvezni znak EU



Biodar*



Demeter*

*Biodar je kolektivna znamka za živila, ki so pridelana ali predelana po standardih za ekološko kmetovanje Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije (ZZEKS). Pri posameznih zahtevah so pravila celo strožja od državnih/evropskih.

*Demeter je mednarodna blagovna znamka živil, ki so pridelana in predelana v skladu z načeli biodinamičnega kmetijstva.

Na neposredni povezavi Zveze potrošnikov Slovenije <http://www.zps.si/hrana-in-pijaca/oznacevanje-zivil/4.html?Itemid=413> lahko preberete več o označevanju, na straneh Evropske unije na http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling_sl pa več o ekološkem kmetovanju in novem znaku.

Eko, bio, organsko?

Na območju Slovenije se mora ekološke kmetijske pridelke in predelana ekološka živila označevati enotno z označbo 'ekološki'. Skladno z zakonodajo imajo lahko ekološka živila poleg tega izraza še dodatne označbe, kot so »biološko«, »bio-dinamično«, »bio« in »eko«. Beseda »organsko« izhaja iz angleške besede »organic«, vendar v slovenščini izraz pomensko ni primeren za označevanje ekoloških živil.

Kaj pomeni Fair Trade?

Pravična trgovina (angleško Fair Trade) je trgovinsko partnerstvo, ki pomaga šibkejšim proizvajalcem iz držav v razvoju (predvsem iz Afrike, Latinske Amerike in Azije), da se lahko predstavijo na globalnem trgu. Zagotavlja jim boljše pogoje dela in prodaje, pošteno plačilo ter spodbuja k trajnostnemu razvoju. Z vsakim nakupom znotraj sistema pravične trgovine kupec podpira organizacije, ki sodelujejo z deprivilegiranimi proizvajalci. Prva pravična trgovina v Sloveniji je 3MUHE (odprta v partnerstvu z vodilno slovensko fundacijo za trajnostni razvoj Umanotero). Več na <http://www.3muhe.si/>.



Spodbujajte razvoj lokalnih izdelkov – še zlasti na območjih varovane narave

Izbirajte najboljše zlasti iz lokalnega okolja in s svojimi izbirami spodbujajte trajnostni razvoj v okolici. S svojim povpraševanjem lahko prispevate k povečevanju deleža ekološko pridelanih živil, k ohranjanju in trženju tradicionalnih, avtentičnih produktov. Ohranjanje kulturnih vrednot v ohranjeni naravi je v vašem ekonomskem interesu! Zato so območja varovane narave za vas in vaše partnerje (zlasti lokalne dobavitelje) lahko vir novih poslovnih priložnosti!



4.4 Ohranjajte in razvijajte karakter destinacije

Prav aktivno sodelovanje podjetja z lokalno in širšo skupnostjo ima ključno vlogo v razvoju trajnostnega turizma.

Ne pozabimo, da je hotel del okolja, v katerem se nahaja – v tem okolju se mora obnašati kot odgovoren gost, ki spoštuje in ohranja okolje, hkrati pa je glede na motive, ki danes vodijo turiste pri izboru potovalnih destinacij, pomembno, da hotel odraža lokalno identiteto, razvija elemente avtentičnosti in odraža karakter prostora (t. i. »sense of place«).

Slovenija ima odlično osnovo, a to ni dovolj

Okoli 10 % ozemlja Slovenije je danes del zavarovanih območij, 35,5 % ozemlja je zaščitenege z Naturo 2000, 14.901 dragocenih elementov narave je dobilo status naravne vrednote (vir ARSO).

A to ni dovolj – ta kapital je potrebno ohranjati in valorizirati na trajnosten način. Veliko število turističnih razvojnih načrtov slovenskih destinacij ima zapisano to kot razvojno načelo, a pogosto strategija ni dovolj konkretna oziroma v praksi ni veliko dobrih konkretnih primerov zelenih praks.

4.4.1

Oblikujte turistične produkte, ki vključujejo naravno in kulturno dediščino in odražajo lokalno identiteto. Ko razvijate program, sodelujte z loklnim prebivalstvom.

4.4.2

Gradite na lokalnih običajih in tradiciji, spoštujte jih in jih predstavite gostom. Vključite jih v promocijska gradiva in programe. **Uporabljajte elemente lokalne umetnosti, arhitekture ali kulturne dediščine** tudi v poslovanju, dizajnu, dekoraciji, hrani, trgovinah.

4.4.3

Podprite projekte ohranjanja biodiverzitete v destinaciji, vključno s podporo naravnim zavarovanim območjem ter ohranitvi naravne in kulturne dediščine. V to usmerite del prihrankov, ki jih dosežete skozi okoljski menedžment (manjša porabe energije, vode, manj odpadkov). Vaša prizadevanja komunicirajte navznoter (zaposleni) in navzven (gostje, lokalna skupnost, mediji).

4.4.4

Z interpretacijo naravne in kulturne dediščine obiskovalcem obogatite izkušnjo v destinaciji. Več o interpretaciji na www.interpretacije.si.

4.4.5

Spodbujajte **udeležbo lokalnih vodičev** na občutljivih področjih.

4.4.6

Bodite aktivni pri **organizaciji festivalov ali dogodkov**, ki podpirajo lokalno kulturo in identiteto.

4.4.7

Gostom ponudite informacije o naravnih in kulturnih znamenitostih, programih oziroma oblikujte programe, ki izhajajo iz lokalne identitete ter jo posredujejo skozi zgodbe z močno doživljajsko noto.

Kaj je interpretacija?

Z interpretacijo ljudem pomagamo spoznavati in ceniti tisto, kar je posebej vredno, na primer naravo, kulturno dediščino, pokrajino, zgodovinski dogodek ... Zainteresiranim obiskovalcem povemo, kaj je zanimivega, jim pomagamo razumeti, skušamo jih prepričati o vrednosti in spodbuditi k ohranjanju.

Z interpretacijo narave ustvarjamo vez med naravo in njenimi ljubitelji oziroma obiskovalci. Navdušujemo nad naravo, bogatimo doživetja, razkrivamo pomen – ljudem omogočamo neposreden stik z njo.

Načini interpretacije so zlasti vodeni ogledi, učne/naravoslovne poti, razstave, predavanja, publikacije in elektronski mediji. Uporabljajo se v naravnih parkih in rezervatih, naravnih spomenikih, muzejih, živalskih in botaničnih vrtovih, akvarijih, gozdovih, jamah in rudnikih, urejenih za turistični obisk.

Interpretacija nam je lahko v pomoč pri upravljanju, zlasti pri usmerjanju obiskovalcev na manj občutljive poti in predele zavarovanih območij. Lahko nam tudi pomaga preprečevati vedenje obiskovalcev, ki bi naravi škodovalo*. Če delujete v bližini regijskega, krajinskega ali narodnega parka, premislite, ali se kakšna interpretacija lahko začne že v vašem hotelu! Sodelujte z upravljalci zavarovanih območij.

*Vir: www.interpretacija.si.

Slovenija je visoko na lestvici trajnostnih destinacij

Center National Geographic za trajnostne destinacije je v svojem šestem poročilu (2009) ponovno ocenjeval najbolj legendarne destinacije (države in znotraj držav posamezne destinacije) na globalnem nivoju – tokrat je med 133 destinacij uvrstil tudi Slovenijo. Slovenija je s 78 točkami pristala na odličnem 5. mestu (1. mesto je s 85 točkami osvojila Norveška s fjordi, zadnje pa s 31 točkami Costa del Sol). Ocenjujejo šest sklopov kriterijev: okoljska in ekološka kakovost, družbena in kulturna integriteta, stanje kulturne dediščine in arheoloških najdišč, estetska privlačnost, kakovost upravljanja turističnega razvoja ter vizije za prihodnost. Več na <http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable>.

Svetovni gospodarski forum je v svojem tretjem poročilu (2009) ocenjeval konkurenčnost turističnih destinacij (130 držav). Na področju konkurenčnosti okoljske trajnosti smo dosegli dobro 20. mesto, na področju konkurenčnosti naravnih virov pa slabo 79. mesto. Več informacij na www.slovenia.info/raziskave (Indeks konkurenčnosti v turizmu).

Biodiverziteteta

Biodiverziteteta ali biološka raznovrstnost je relativno nov pojem, ki so ga prvič uporabili šele leta 1986. Odtlej, še posebej pa po sprejetju konvencije o biološki raznovrstnosti v Rio de Janeiru leta 1992, se je število temeljnih raziskav na tem področju znatno povečalo, vzporedno pa so se zvrstile številne študije o ravnanju z biodiverziteteto. Leto 2010 je bilo razglašeno za mednarodno leto biodiverzitetete.

Beseda je sestavljena iz bio (iz grškega bios - življenje) in diverziteteta (iz angleške diversity - raznovrstnost). Ustrezen prevod bi bil raznovrstnost življenja. V anglosaškem svetu pogosto govorijo o biološki raznovrstnosti (biological diversity), v slovenščini pa nekateri zagovarjajo rabo biotske raznovrstnosti, z vsemi izrazi pa označujemo raznovrstnost vseh oblik življenja na Zemlji. Gre za življenjsko, zlasti vrstno raznolikost živih bitij na določenem področju. Biotska raznovrstnost se nanaša na vrste, njihove genetske lastnosti in ekosisteme. Poenostavljeno gledano gre za število različnih vrst organizmov, ki živijo v določenem prostoru, in raznolikost ekosistemov nekega območja.

Biodiverzitetata omogoča smotrno izrabo bioloških virov (za hrano, farmacevtska sredstva, turizem) in razumevanje pomena posameznih ekosistemov v biosferi. Hkrati pa je védenje o biodiverziteti pomembno, ker daje argumente za učinkovito varstvo narave. Poenostavljeno gledano gre za število različnih vrst organizmov, ki poseljujejo določen prostor in raznolikost ekosistemov nekega območja.

Osnovni vzrok za propadanje biodiverzitet je hitra demografska rast človeške populacije, ki potrebuje vedno več dobrin. Človeštvo posega v okolje, spreminja in uničuje obstoječe ekosisteme, ki zato vse bolj izgubljajo biodiverzitetu. Izginjanje vrst je povezano z manjšanjem raznovrstnosti ekosistemov, pomembnejši dejavniki pa so uničevanje naravnih bivališč (širjenje urbanih naselij), fragmentacija ekosistemov, ki povzročata motnje v inter- in intraspecifičnih razmerjih (gradnja cest), parcialni posegi v življenjsko okolje, vnos alohtonih vrst (intenzivno monokulturno kmetijstvo in gozdarstvo), prekomerno izkoriščanje vrst (npr. lov ali nabiranje), onesnaževanje okolja oziroma zraka, tal in vode (z odplakami, izpuhi, pesticidi, umetnimi gnojili ...).

EDEN - Evropska destinacija odličnosti

V Sloveniji imamo na osnovi sodelovanja z Evropsko komisijo že tri evropske destinacije odličnosti, ki si prizadevajo za razvoj v skladu s trajnostnimi načeli (www.slovenia.info/eden). S projektom EDEN želi Evropska komisija povečati prepoznavnost nastajajočih evropskih destinacij, ustvarjati podlago za izmenjavo dobrih praks po vsej Evropi ter spodbujati povezovanje med izbranimi destinacijami. Ključna značilnost izbranih destinacij, ki se nahajajo v 27 državah članicah in državah kandidatkah, je njihova zavezanost k socialni, kulturni in okoljski trajnosti.

2009: Turizem in varovana območja.
NARAVNO. ZELO GOSTOLJUBNO!

2010: Turizem in vode.
SVEŽE. ZELO AKTIVNO!

EVROPSKA DESTINACIJA ODLIČNOSTI 2010: REKA KOLPA

EVROPSKA DESTINACIJA ODLIČNOSTI 2009: SOLČAVSKO

EVROPSKA DESTINACIJA ODLIČNOSTI 2008: DOLINA SOČE

BLIZU DOMA, BLIZU SRCA.

DOŽIVETJA ZELENEGA TURIZMA EDEN v SLOVENIJI

ZMAGOVALKE IN FINALISTKE PROJEKTA ODLIČNOSTI

Naziv Evropska destinacija odličnosti pridobuje Evropska komisija v sodelovanju s sodelujočimi državami - vsako leto na razpisnem terminu

2010: Turizem in vode.
2009: Turizem in varovana območja.
2008: Turizem in varovana dediščina.

EDEN 2009: Solčavsko
www.louarska-dolina.si
HARMONIJA TREH DOLIN

Solčavsko je delala traja dolina pod vrhovi Kamnške-Solčavske alpe in Karavank. LOGARSKA DOLINA je ena izmed najlepših ledeniških dolin v naši Evropi. KOZJANSKI KOT je dolina obkrajanih velikih govnih kmetij, MATEVŽ KOT, najpomembnejša med temi dolinami, pa predstavlja posebnost. Solčavska panorama čista vodi do cerkve Svetega Duha, izločena za pet do PETKOVCE ŽIVALICE pod Orlinom. Pred 20 leti so tu na niveli ledeniških ledenj.

Obstojna območja Natura 2000 prinaša izjemno obsežnost narave, ki olajša obiskovalcem in splošnovanje ter valja k odličnosti in učinkovitosti. Dolina se popolnoma izloča od glavnih cest, pohodne in gorške kolesarske poti za smučanje, tak na smučih ter kajakarje. V dolini mnogih domov, lastniških domov in slavnih domov stanovalne zgodbe ter se razvijajo s tipično dekoracijo.

+++ Ne zamudite:
Alpski dolni Engadinska dolina, Solčavski kot, Matkov kot - Solčavska panorama čista - stalno razstavo v Potniški hiški - Solčavsko tise.

Tolmin-Kobarid
www.tolmin.si
DEŽELA ŽIVE VODE

TOLMINSKA KOBARIT so eno od najlepših območij za vstop v Triglavski narodni park. Povezbo delovne je naša pot, ki vodi po globinskih tuznih kranjskih dolinah nek Tolminsko in Završnico, mimo topljega vrta in zgodovinskega sklopa, namenov biološkega glavnice, do Završnice ali Dantjevo jame, ki je bila navdila za splošno v bolniški komandi Dantje Alghieria, ter najsi na Haidove most, ki se pre 60 m visoko nad vodo.

Dolna kanta, dolga približno 200 m široka od 5 do 10 metrov, so tipični naravni spomeniki, ki ga lahko odpravite na tej kranjski poti. Pot je raznovrstna s posebnim splošnovanjem do narave. Okoli kori se po trajnostnih načelih razvija Dolna žive vode, ki olajša v dolino Soče pomaja zgodovinsko in kulturno dediščino, edinstvene spomenike narave, polna festivala in kulturnih dejavnosti za dolga leta.

V park poleg travniških sadovnjakov valjajo raznovrstne naravne vrednote, etnološke spomenike, gradovi, stari mlini ...

+++ Ne zamudite:
Cerkev Sv. Duha na Javorci, uvrščena na seznam EU dediščina - Kuharšičeva muzejja - alpski Kozjanski

Kozje - Bistrica ob Sotli - Krško
www.kozjanski-park.si
KOZJANSKI PARK

PRAZNIK KOZJANSKEGA JABOLKA je le ena od posebnosti parkovine, v kateri se gradnja borbice splošnovanje s vinogradniškimi groji, naravnih obliki Sotli pa se družijo s tradicionalnimi travniškimi sadovnjaki, ki bogatijo priljubljeno podobe krajine. Tradicionalni praznik je vsako leto na drugi konec tedna v oktobru. Kozjanski regijski park v obravnavanem naravnem območju vsebuje bogato kulturno dediščino. Spodbudi po omotaju polnosti odličnosti valjajo sone podobenost v dolini narave. Kozjanski sadovnjaki so habitat različnih in ogrejenih poti, te jih je mogoče spoznati, prebrskati, fotografirati. Smerovno gospodarjenje v sadovnjakih pomaja jabolka in drugo sadje ter razvijajo jabolčnih sokov, kisa, toplova, tradicionalno sadnih jabolčnih in kulinarnih izdelkov za dolga leta.

V park poleg travniških sadovnjakov valjajo raznovrstne naravne vrednote, etnološke spomenike, gradovi, stari mlini ...

+++ Ne zamudite:
Nolčni gozdoviški sad slovenskih gradov - gradu Podčetrca - muzejskoeduga Platinika kulinarnega jabolka - visokoborbnih travniških sadovnjakov

EDEN 2010: Kolpa
www.riverkolpa.eu
DOTAKNI SE ZGODBE

Na jadransko reko Slovenija samovrsta reka Kolpa preneva edinstveno destinacijo s sonetno Hvalnico. Ta reka Kolpa preneva s naravno strugo, hvalnico, kamni, predstila, pokoljima ob reki pa s biološko raznovrstnostjo, sadovnjakom naravnih vrednot in kulturnih posebnosti, kot so npr. sadovnjaki.

Ena izmed najlepših rek pomaja dolževja PO ROZPI DOOL, PO BREZGI GOBI. Da reka so ustrojne Hvalnice pohodniške poti, primerne tudi za kajakarjenje, za spoznanje reke pa se na voljo našli in kamni. Reka je primerna za kopanje, s odličnim odličju vseh pristanišč reke.

Dolževja ZIDORSKE NARAVE - na območju izjemne biološke raznovrstnosti v dolini Hvalnice s kar 20 vrstami rib (9 jih je na seznamih ogrejenih vrst) in s okoli 100 vrstami ptic. V hvalniški vodici živi edinstvena trisa človeška ribica, tudi damojajo kalve skladnosti, vida, bobel. Široko območje Kolpe je območje naravnih vrednot, kar je dolga medobli, rit in volkovi.

Kolpa je bila skoni Zar stitilice trah valjeji in kar petih naravnosti, zato so tu obravnane prave posebne KOLPSE ZGODBE.

+++ Ne zamudite:
Petra v Kolpi

4.5 Kako delovati bolj družbeno odgovorno v podjetju in destinaciji?

Družbeno odgovorno ravnanje podjetja izboljšuje delovne razmere za zaposlene in kakovost življenja v lokalni oziroma širši skupnosti, povečuje zadovoljstvo in prinaša nove poslovne priložnosti.

Družbena odgovornost pomembno nadgrajuje okoljsko komponento – je kot odprta knjiga, kamor je mogoče vse zapisati, a hkrati nič narediti. Glede na to, da se s tem vidikom danes kiti vse več podjetij – a za tem pogosto ni ničesar konkretnega – je zelo pomembno, da konkretiziramo aktivnosti in iščemo tiste, s katerimi lahko izboljšamo svojo storitev, razvijemo bolj prijetno okolje za bivanje in delo ter tudi na ta način pridobimo konkurenčno prednost.

4.5.1

Definirajte koristi, ki jih lahko vaše podjetje zagotovi za lokalno skupnost! Le-te se lahko precej razlikujejo od destinacije do destinacije, odvisne pa so seveda od vašega koncepta ponudbe, produkta, segmentov, ki jih nagovarjate s svojo ponudbo, poslanstva.

4.5.2

Zaposlujte ljudi iz lokalnega okolja, jih usposablajte, tudi za vodilna mesta – to je ključno za maksimiranje ekonomske koristi destinacije. Takšno sodelovanje omogoča dolgoročno stabilen odnos z delovno silo in lokalni karakter turističnega produkta.

4.5.3

Spodbujajte samozaposlitve in nastanek malih podjetij, ki bodo obogatili zadovoljstvo vaših gostov z dodatnimi programi in storitvami, hkrati pa postali del verige vaših dobaviteljev.

4.5.4

Razvijajte in podprite s turizmom povezane dejavnosti (z viri, denarjem, časom) v partnerstvu z lokalno skupnostjo oziroma destinacijsko organizacijo.

4.5.5

Aktivno podprite **pobude za družbeni in infrastrukturni razvoj** skupnosti (razvoj kolesarskih, pohodniških in tematskih poti, ureditev in interpretacija naravne ter kulturne dediščine itd.).

4.5.6

Izračunajte in upoštevajte nosilno sposobnost prostora ter spoštujte usmeritve za obiskovalce, kjer so nosilnosti majhne oziroma presežene.

4.5.7

Razvijte načine, kako lahko **prebivalci in turisti s prostovoljnim delom** pripomorejo k razvojnim projektom destinacije.

4.5.8

Zagotovite dostopnost za ljudi s posebnimi potrebami.

Družbena odgovornost podjetij

V Evropski komisiji pravijo, da je družbena odgovornost podjetij »koncept, po katerem podjetja v svoje poslovno delovanje in svoje odnose z zainteresiranimi udeleženci prostovoljno vključujejo družbeno ter okoljsko skrb«. K družbeno odgovornemu ravnanju podjetij sodijo med drugim vprašanja varnosti in različnosti na delovnem mestu, inovativno upravljanje zdravja zaposlenih, izobraževanje in vseživljenjsko učenje v podjetjih ter obravnava okoljskih vprašanj.

Družbeno odgovorno ravnanje podjetja:

- ❖ izboljšuje delovne razmere za zaposlene;
- ❖ povečuje njihovo zadovoljstvo;
- ❖ omogoča nove poslovne priložnosti;
- ❖ dolgoročno pozitivno vpliva na uspešnost podjetja s hkratnim pozitivnim vplivom na družbo kot celoto.

Podjetje, ki posluje v duhu družbene odgovornosti, s skrbjo za okoljsko problematiko v samem podjetju in s sponzoriranjem ter podpiranjem okoljskih projektov posluje tudi v duhu trajnostnega razvoja. V Sloveniji od leta 2004 deluje IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti (www.irdo.si).

Dokazujte svojo odgovornost tudi s sodelovanjem z naravnimi parki

En narodni park, 3 regijski parki, 44 krajinskih parkov, več kot 50 naravnih rezervatov in več kot 1200 naravnih spomenikov* je posebno bogastvo Slovenije. Svojo družbeno odgovornost lahko dokazujete ne le tako, da svoje goste opozarjate na ta območja v bližini, temveč tudi tako, da aktivno spodbujate razvoj teh območij.



*Vir: publikacija Zavarovana območja v Sloveniji, dostopno na www.mop.gov.si/fileadmin/mop.gov.si/pageuploads/publikacije/drugo/zavarovana_obmocja.pdf

4.6 Zmanjšajte ogljični odtis destinacije tudi z uporabo do okolja prijaznega transporta

Ne samo, da zmanjšamo ogljični odtis, s tem prispevamo tudi k bolj pozitivni izkušnji gosta v destinaciji.

Transport ima močan vpliv na okolje. V strukturi emisij, ki jih na globalni ravni proizvaja turizem, predstavlja celoten mednarodni in domači transport (z motivom potovanj) kar 75 % (od tega 40 % zračni promet). Toda kljub vse večji okoljski osveščenosti bodo ljudje še vedno potovali – a strokovnjaki napovedujejo, da drugače. Potovali bodo z okolju bolj prijaznim transportom in pogosteje izbirali bližnje destinacije.

4.6.1

Spodbujajte svoje goste, da pripotujejo z do okolja prijaznim transportom (da na primer namesto avtomobila izberejo javni prevoz). Kakovosten javni prevoz in dobre prometne povezave so pri tem ključnega pomena – na tem pa moramo v Sloveniji še veliko narediti.

4.6.2

Vnaprej posredujte ustrezne informacije o javnem prevozu, pri čemer je komuniciranje pomemben del vašega zelenega poslovanja, učinkoviteje pa lahko nagovorite tudi nekoga, ki nima svojega lastnega prevoza.

4.6.3

Goste spodbujajte k uporabi javnih prevozov za prevoze znotraj destinacije, k uporabi električnih ali hibridnih vozil – pri tem ne pozabite na polnilne postaje za električna vozila in parkirne prostore za hibridna vozila.

4.6.4

Na nivoju destinacije ali v povezavi s sosednjimi destinacijami poiščite **možnosti za nabavo električnih avtomobilov**.

4.6.5

Skupaj z destinacijo **razvijajte cone brez prometa**.

4.6.6

Spodbujajte zaposlene, da uporabljajo javni prevoz ali da se na delovno mesto pripelje več ljudi skupaj.

4.6.7

Najmanj, kar lahko storite, je, da imate na recepciji na vidnem mestu vozne rede za lokalni javni transport. Še posebej izpostavite izlete, ki vključujejo javni prevoz. Ko vas gostje povprašajo za nasvet za kakšno restavracijo v bližnji okolici, jih spodbudite, da se namesto za avtomobilsko vožnjo raje odločijo za sprehod. Priskrbite jim priročen zemljevid, usmerite jih, opozorite jih na morebitne zanimivosti, ki jih bodo srečali na poti.

4.6.8

Oblikujte, ponudite in promovirajte turistične produkte, ki ne zahtevajo uporabe avtomobila (pohodništvo, kolesarjenje ipd.). Razvijte ture, ki se začnejo že pred vašimi vrati. Zagotovite informacije in brošure. Imejte možnost izposoje koles ali pa lahko dosegljive informacije o lokalnih izposojevalnicah koles, kolesarske in pohodniške opreme.

Do kolesarjev ali pohodnikov prijazen hotel

Ali želite postati hotel, prijazen do pohodnikov in kolesarjev? Več informacij na www.slovenia.info/razvoj.

Izračun ogljičnega odtisa

Na voljo so različni kalkulatorji ogljičnega odtisa, ki nam omogočajo, da primerjamo ogljični odtis našega potovanja glede na različne vrste prevoza in na osnovi tega izberemo okolju najbolj prijaznega (primer poiščite na www.umanotera.si, www.ecopassenger.com).

Kaj kažejo dobre zelene tuje prakse

V dobrih praksah zelenega poslovanja v tujini gostom, ki pripotujejo z javnim prevozom, ali gostom, ki ves čas bivanja v destinaciji ne uporabljajo avtomobila, ponudijo posebne popuste in ugodnosti (npr. nagradijo jih z brezplačno uporabo kolesa ali popustom na sobo, v dogovoru z upravljavci lokalnih atrakcij ob predloženi avtobusni karti za potovanje do atrakcije ponudijo popust itd.).

Kako bomo potovali »jutri«?

Strokovnjaki napovedujejo, da bodo potovanja z naraščanjem stroškov letenja (pa naj bo to zaradi višjih cen goriva, davkov ali nakupov ogljičnih kreditov zaradi emisij, ki jih letenje povzroča) sledila trendu »slow food«. Ljudje bodo bolj začeli ceniti samo potovanje (pot) namesto, da bi se »nemirno podili za naslednjo destinacijo«.

To spremembo v razmišljanju bodo spremljale izboljšave v drugih oblikah transporta, kar bo nadalje pripomoglo k bolj pozitivni izkušnji. Na enak način, kot popotniki že danes izbirajo bolj odgovorna potovanja in hotele, na primer lahko že danes izbiramo tudi letalski prevoz na osnovi tega, koliko emisij povzroči – izberemo lahko najbolj »zelenega«.

Primer dobre prakse: Vlak Julijske Alpe

Vlak Julijske Alpe, ki je prvič krenil na pot junija 2010, je skupni projekt Slovenskih železnic, občin združenja Skupnost Julijskih Alp, Triglavskega narodnega parka in Slovenske turistične organizacije. Vozi ob vikendih in praznikih na relaciji Ljubljana – Nova Gorica, preko Jesenic, Bleda, Bohinjske Bistrice in Mosta na Soči. Namen projekta je promocija Triglavskega narodnega parka in Julijskih Alp, hkrati pa predstavlja konkretno vzpodbudo za bolj okolju prijazna potovanja in s tem bolj zeleno Slovenijo. Vlak krasijo slike Bleda, Bohinja, Kranjske Gore, doline Soče in Triglava.



4.7 Ne pozabite na komuniciranje zelenega pristopa – povejte svojim gostom, kaj počnete

Komuniciranje z gosti in lokalno skupnostjo predstavlja pomemben del trajnostnega turizma, pa tudi veliko trženjsko priložnost.

V turizmu imamo gosta v »naši hiši« tudi za več dni, zato se ga lahko v tem času precej bolj dotaknemo z našo zeleno zgodbo in prizadevanji, kot bi to zmogli v katerikoli drugi branži. To na splošno pozitivno vpliva na javno ozaveščenost o dobrih okoljskih praksah, turiste spodbuja, da tudi sami prispevajo k odgovornemu ravnanju do okolja – in nenazadnje, praksa kaže, da izboljša izkušnjo gosta. Le-ta je bolj zadovoljen in se pogosteje vrača.

Zelene prakse prinašajo večje zadovoljstvo in višji delež stalnih gostov

Hoteli s trajnostnim konceptom poslovanja si praviloma bolj prizadevajo za kakovostno storitev in bolj poglobljeno izkušnjo gosta – **zato so le-ti bolj zadovoljni in se pogosteje vračajo**. Pri tem sta pomembna dva vidika – **komuniciranje tega pristopa** do gostov (da ga gostje spoznajo in da se jih dotakne) **ter oblikovanje trženjske strategije, ki temelji na zelenem pristopu** (več v poglavju 4.8).

A. Komuniciranje z gosti

4.7.1

Če delujete zeleno, morate o tem govoriti! Naj gostje zvedo vse o vsem, kar počnete (kako in zakaj). Najprej pripravite komunikacijski načrt, v katerem si zastavite jasne komunikacijske cilje, identificirate komunikacijske kanale in nato konkretizirate aktivnosti.

4.7.2

Informacije o zelenem poslovanju morajo biti na voljo že pred prihodom:

- ❖ Zeleno poslovanje se naj odraža skozi spletno stran (v primeru, da imate katerikoli okoljski znak, je le ta objavljen na vidnem mestu na vhodni strani, objavite zeleno listino oziroma konkretno informacijo, kaj delate za bolj zeleno poslovanje, uporabljate fotografije, ki komunicirajo zeleni pristop, že na vhodni strani izpostavite zelene programe itd.).
- ❖ Informacijo o zelenem poslovanju (ki je po možnosti podprto z okoljskim znakom) vključite v vse trženjske aktivnosti (oglaševanje, odnosi z javnosti, korporativno komuniciranje).
- ❖ V primeru, da je vaše zeleno poslovanje dober primer prakse, si prizadevajte za aktivno sodelovanje in predstavitev skozi različne aktivnosti v strokovnih krogih, s čemer preko medijskega poročanja pomembno oblikujete podobo okolju in družbi prijaznega podjetja (delavnice, konference, forumi, aktivnosti STO, tako v Sloveniji kot v tujini).
- ❖ Na področju distribucije aktivno vzpostavljajte povezave s specializiranimi agenti in spletnimi portali za zelena in odgovorna potovanja (saj vse več okoljsko ozaveščenih ljudi išče zelene opcije preko tovrstnih kanalov).
- ❖ Aktivno komunicirajte preko socialnih omrežij.

4.7.3

Z gosti aktivno komunicirajte v času njihovega bivanja:

- ❖ V nastanitvam objektu imejte na vidnem mestu v javnih prostorih kot tudi v sobi objavljeno zeleno listino (torej javno izjavo, kakšna je vaša trajnostna politika).
- ❖ Goste aktivno pozovite, da tudi sami prispevajo k zmanjšanju svojega ogljičnega odtisa med samim bivanjem, tako v vašem nastanitvenem objektu kot tudi v destinaciji (izredno pomembna je osebna komunikacija s strani zaposlenih, pa tudi pisno podana informacija).
- ❖ Bodite konkretni, gostom povejte, kaj lahko storijo (racionalno ravnanje z vodo, racionalna uporaba brisač in avtomobila, uporaba koles, ugašanje luči in klime, ločevanje odpadkov, spoštovanje narave, podpora lokalnim produktom itd.). Naj bo to del vaše »zgodbe«.
- ❖ Ne pozabite pa, da so najboljši komunikator in promotor vašega zelenega delovanja vaši zaposleni! Usposobite jih in veliko truda vložite v njihovo motiviranje.

4.7.4

Informacije naj bodo podane na prijazen način in na voljo v sobi ter na drugih točkah v hotelu. Naj ne bodo suhoparne in nikakor ne v tonu prepovedi. Povejte jim, kako vaši ukrepi konkretno prispevajo k zmanjšanju vpliva na okolje (številke naj bodo pretvorjene v lahko razumljive informacije). Naj se dotaknejo src ljudi, da jih bodo sprejeli z veseljem in dobrim občutkom, da so tudi oni nekaj prispevali. Ne smemo jim dati občutka, da je zaradi varčnega ravnanja z viri kakorkoli trpela kakovost storitve. Ravno nasprotno. Prav na tem mestu je veliko prostora za kreativne in s tem bolj učinkovite pristope – takšne, ki vaše zeleno poslovanje tudi trženjsko valorizirajo (večja prepoznavnost, izboljšanje ugleda, pritegnitev zahtevnejših segmentov).

4.7.5

Pritegnite in vključite vaše goste. Skupaj s strokovnjaki po posameznih področjih organizirajte delavnice za zeleni življenjski slog. Izberite vsebine in jih posredujte na tak način, da bodo gostje nova spoznanja odnesli sabo domov.

4.7.6

Posebno priložnost za aktivno in privlačno komuniciranje trajnostnega delovanja vam daje sodelovanje z lokalno skupnostjo in vključevanje lokalnih produktov v vašo ponudbo. Naj bodo gostje s tem seznanjeni. Razložite jim in napišite, od kod prihaja hrana, dajte priložnost lokalnim proizvajalcem, da se sami predstavijo (za več glej poglavje 4.2 in 4.7).

4.7.7

Povejte jim, v kaj usmerjate prihranke, ki jih dosegate z do okolja bolj prijaznim delovanjem. Naj tudi sami čutijo učinke zelenega ravnanja (popuste oziroma ugodnosti, če pridejo z javnim prevozom, če ne uporabljajo avtomobila ipd.).

4.7.8

Bodite pošteni – nič ne bo bolj spodkopalo vaše verodostojnosti kot trditve, ki so pretirane ali ne temeljijo na konkretnih ukrepih.

B. Komuniciranje z zaposlenimi

Trajnostni hotel je mogoče postaviti in zeleno poslovanje mogoče razviti le, če so takšni tudi ljudje, ki ga uporabljajo. Zaposleni so pri tem ključni! Vlogo zaposlenih in pomen komuniciranja zelene politike z zaposlenimi (ter njihovo aktivno vključevanje) smo pojasnili v koraku 2.

Primer dobre prakse: Kako Terme Snovik kot prvi slovenski turistični ponudnik z EU Marjetico komunicirajo z gosti

»Naša skrb za družbeno in naravno okolje ni zgolj deklarativna, je del naše identitete. Smo eko terme, ki odgovorno ravnamo z okoljem in ljudmi, ki nas sooblikujejo. Sobivanje z naravo in ljudmi ter odprt dialog z vsemi deležniki, ki so del naše blagovne znamke, nam omogoča sinergijsko rast in razvoj«, pravijo v Termah Snovik, ki trajnostno naravnost izkazujejo s številnimi nagradami, potrjujejo pa jo s standardi ISO 14001 (sistemi ravnanja z okoljem), EU Marjetico ter priznanjem CIPRA (Mednarodne komisije za varstvo Alp) za okolju prijazne in energetske učinkovite terme.



Za goste so objavili priložno knjižico Skrbimo za naše okolje (ogledate si jo lahko na <http://www.termesnovik.si/eko-termes/letak-eko-odrasli.pdf>), za otroke pa še posebej prilagojene Snovičkove Eco cool novice.



4.8 Če razvijate trajnostno poslovanje, je čas za zeleno trženje

Zeleni koncept je potrebno močno vpeti v vse elemente trženjskega spleta.

Kot že rečeno, so lahko razlogi za odločitev za trajnostno poslovanje različni – kljub temu, da ponudnika morda primarno vodi želja po oblikovanju do okolja prijaznega delovanja, velja dejstvo, da je za dejansko odločitev za zeleni koncept najpogosteje ključen finančni vidik. Zeleno se splača! Ne glede na razloge za odločitev ostaja dejstvo, da je trajnostni vidik potrebno izkoristiti s trženjskega vidika – samo to, da imamo morebiti okoljski znak, še ni dovolj.

Produkt

4.8.1

Vaše trajnostno delovanje pretvorite v jasen koncept vašega »produkta« – naj trajnostno delovanje ne bo neka tehnična podrobnost, temveč filozofija vašega celotnega delovanja, produkta in komuniciranja. Kdo ste, kaj ponujate, kako želite biti pozicionirani na trgu, koga nagovarjate z vašim produktom? Kakšna je vaša (zeleni) zgodba? Jasno jo opredelite.

4.8.2

Oblikujte, ponudite in promovirajte turistične produkte, ki vključujejo aktivnosti v naravi oziroma svojo privlačnost črpajo iz narave ter odkrivanja lokalnega karakterja destinacije, naravne in kulturne dediščine (pohodništvo, kolesarjenje, wellness v naravnem okolju, vodni športi, slow turizem, izleti v okolico ipd.), organizirajte delavnice za zeleni življenjski slog ipd.

4.8.3

Produkte oblikujte na tak način, da za sabo puščajo čim manjši ogljični odtis. Izračunajte ga in iščite načine izravnave. V Sloveniji še ni izravnalnih shem, zato razmišljajte o ukrepih, kot je npr. zasaditev dreves, ki bodo akumulirala nastale emisije CO₂, ali pa o drugih načinih skrbi za okolje.

4.8.4

Trajnostni turizem nikakor ne pomeni, da pogojuje le na naravi temelječe produkte. Tudi **produkt mestnega oddiha je lahko ponujen na trajnosten način** (glej spodnji primer dobre prakse).

Distribucija

4.8.5

Poiščite agente, ki so specializirani za bolj odgovoren in trajnostni turizem – preko njih boste lažje prodrali in bolj neposredno nagovorili okoljsko ozaveščene segmente (ki vse bolj aktivno iščejo zelene potovalne opcije preko tovrstnih agentov in spletnih mest).

4.8.6

V največji možni meri izkoristite internet kot tisti neposredni distribucijski kanal, ki vas lahko na zelenem trgu relativno hitro in učinkovito pozicionira.

I feel Slovenia – Slovenia Green

Zgodba o »zelenem« je vpeta v samo bistvo identitete Slovenije in znamke I feel Slovenia – »Slovenska zelena« je v samem središču modela znamke kot izkustvena obljuba, ki jo obiskovalcu daje Slovenija. Vizija je »Zelena butičnost«, poslanstvo pa »Naprej z naravo«.

Tudi vizualna podoba znamke »I feel Slovenia« učinkovito podpira to filozofijo in zato predstavlja dobro osnovo za vzpostavitev privlačnega komuniciranja zelene turistične ponudbe oziroma zelenih dejstev o Sloveniji.

Cena

4.8.7

Trajnostno delovanje samo po sebi ne pomeni, da lahko zaradi zelenega delovanja zvišate ceno. Ceno opredeljuje celoten koncept vaše ponudbe, način pozicioniranja in seveda segmenti, ki jih nagovarjate.

4.8.8

Praksa v svetu dokazuje, da so **okoljsko certificirani ponudniki praviloma kakovostnejši**, s tem pa imajo tudi priložnost za doseganje višje (premium) cene – a višje cene bo potrebno oblikovati preudarno, na osnovi resnične dodane vrednosti in dobro komunicirane razlike.

Promocija

4.8.9

Na spletno stran vključite zeleni vidik poslovanja – že na vhodni strani mora biti viden vaš okoljski znak (če ga imate) oziroma vaš trajnostni produkt. **Pretvorite ga v produkt in konkretne informacije!**

4.8.10

Če imate okoljski znak, ga vključite na vsa promocijska gradiva in komunicirajte preko vseh sporočil.

4.8.11

Komunicirajte verodostojno – ne prenapihnite zelene obljube! Okoljsko ozaveščeni popotniki so o problematiki ozaveščeni, dobro informirani in kritično vrednotijo razmerje med obljubami ter dejansko storitvijo.

4.8.12

Izkoristite zelene spodbude in trženjske platforme, ki jih razvija STO – te bo še aktivneje razvijala v prihodnjih letih, ko bo trajnostni turizem postal prednostna usmeritev (več na www.slovenia.info/zeleniturizem).

Primer dobre prakse: Tudi v urbanih okoljih je prostor za zelene presežke

Dunajski Boutique Hotel Stadthalle je prvi mestni hotel na svetu, ki je s kombinacijo pasivne gradnje oziroma varčne rabe energije, rekuperacije in uporabe tehnologij za proizvodnjo energije dosegel ničelno energijsko bilanco (zero-energy-balance). Trajnost je njihova osrednja skrb. Dosežek je toliko večji, če vemo, da gre za mestni hotel, umeščen v neposredno bližino centra Dunaja (le pet postaj s podzemno železnico stran). Kakšen je njihov koncept – ki ga odlično komunicirajo in so ga poleg drugih učinkov pretvorili v zelo privlačen in učinkovit trženjski koncept?

- ❖ Ima 81 sob kategorije 3+ zvezdice (hotel tipa garni).
- ❖ Tehnične podrobnosti: konstrukcija pasivne gradnje, z energetske vodno vrtino preko toplotne črpalke izkoriščajo energijo za ogrevanje sanitarne vode in objekta, centralno regulirano prezračevanje sob, 130 m² solarnih panelov, elektrika iz 84 m² fotovoltaične solarne elektrarne in treh vetrnih turbin, centralni sistem za elektriko in nadzor iz recepcije, senzorji.
- ❖ Deževnica za splakovanje stranišč in zalivanje vrta.
- ❖ Nasadi sivke in rož na ravni strehi (nadomeščajo klimatizacijo) – predstavljajo največji nasad sivke na Dunaju.
- ❖ Pitna voda, vitalizirana z naravnimi kamni.
- ❖ Lastno kompostiranje.
- ❖ Zmanjševanje odpadkov in ločevanje.
- ❖ Domač melisin sok za goste (z lastnega vrta).
- ❖ Sivkino olje in kopeli, ki so na voljo kot spominki.
- ❖ Do kolesarjev prijazen hotel.

- ❖ Ponaša se z avstrijskim okoljskim znakom Umweltzeichen, hkrati pa je bil 1. dunajski hotel, ki je pridobil EU Marjetico.

Obiščite ga na <http://www.hotelstadthalle.at/>.



Primer dobre prakse: Ogljično nevtralno študijsko potovanje za tuje novinarje v Sloveniji

V skladu s strateškimi usmeritvami zelenega turizma je Slovenska turistična organizacija zasnovala in v mesecu maju 2010 tudi prvič izvedla ogljično nevtralno študijsko potovanje, v prihodnje pa bi naj tovrstna potovanja postala stalnica. Na ta način je STO novinarjem in potencialnim turistom ponudila možnost, da lahko v Slovenijo pripotujejo in v njej dopustujejo na okolju prijazen način, ponudnike pa spodbudili k razvoju trajnostnega turizma. Priprava ogljično nevtralnega študijskega potovanja je vključevala naslednje vidike:

1. Potovanje je bilo zastavljeno tako, da so emisije čim manjše – to je STO dosegla z vključitvijo:

- ❖ okolju prijaznega transporta (vlak, električni avtomobil),
- ❖ okolju prijaznih nastanitev (z okoljskim znakom EU Marjetica oziroma tistih z energetske učinkovito in napredno tehnologijo ter z okolju prijaznim ravnanjem) in
- ❖ destinacij, ki razmišljajo in ukrepajo v smeri trajnostnega razvoja turizma.

2. Izračunan je bil ogljični odtis potovanja:

- ❖ izračun ogljičnega odtisa potovanja v Slovenijo in po Sloveniji in
- ❖ izračun ogljičnega odtisa nastanitev.

3. Nastale emisije so bile izravnane:

- ❖ ker v Sloveniji še ni izravnalnih shem, se je STO odločila za izravnavo z zasaditvijo dreves, ki bodo akumulirala v okviru potovanja nastale emisije CO₂.

4. Študijsko potovanje je bilo preverjeno na terenu (v sodelovanju z nemškim strokovnjakom za trajnostni turizem dr. Petrom Zimmrom) in premierno predstavljeno na novinarski konferenci v okviru berlinske borze ITB.

Študijska tura je podrobneje predstavljena na www.slovenia.info/zeleniturizem.

5. KORAK

EVALVACIJA SISTEMA TRAJNOSTNEGA MENEDŽMENTA

Kako vrednotiti
rezultate in skrbeti za
izboljšave?



5. KORAK

EVALVACIJA SISTEMA TRAJNOSTNEGA MENEDŽMENTA

Kako vrednotiti rezultate in skrbeti za izboljšave?

Vrednotenje in kontrola uresničevanja zelene politike (oziroma sistema trajnostnega menedžmenta – pri čemer se le-ta nanaša na vaš lastni sistem, katerega del pa je lahko tudi ocenjevanje za pridobitev okoljskega znaka, v kolikor se odločite za okoljski znak) predstavlja zadnji, a zato nič manj pomemben korak v procesu trajnostnega poslovanja. Ključno je sprotno, redno in hitro odkrivanje odstopanj od načrtovanega, na osnovi tega pa priprava korektivnih ukrepov ali celo sprememb sistema. Evalvacija je potrebna tudi v luči potrebnih sprememb sistema, ki jih morebiti prinaša nova okoljska zakonodaja in tekoča okoljska problematika.

Vrednotenje STM mora podati odgovore na naslednja vprašanja:

- ❖ Ali je sistem trajnostnega menedžmenta celosten – ali pokriva vsa področja, ki omogočajo izboljšave (recepcija, hotelsko gospodinjstvo, gostinstvo, kuhinja, pralnica, vzdrževanje, konferenčni center, wellness, bazeni, rekreacija, vrtovi, transport in administracija ter pisarniški del)? Ali pokriva vsa področja delovanja (zmanjšanje porabe vode, zmanjšanje odpadne vode, zmanjšanje porabe energije, zmanjšanje odpadkov, nakup do okolja bolj prijaznih izdelkov, zmanjšanje emisij, izboljšanje kakovosti notranjega zraka, zmanjšanje hrupa in spremljanje ter dokumentiranje okoljskega delovanja)?
- ❖ Ali so bili cilji doseženi? Kaj je bilo načrtovano, kaj je bilo realizirano in kakšno je odstopanje? Kje so razlogi zanj?
- ❖ Ali so zaposleni informirani, vključeni in motivirani? Ali dobivajo povratne informacije o doseženih rezultatih?
- ❖ Ali so okoljski ukrepi integrirani v redne delovne procese?
- ❖ Ali se ukrepi (še posebej na področju okoljskega menedžmenta) spremljajo, nadzirajo, zapisujejo in vrednotijo?
- ❖ Ali obstaja prizadevanje za nenehne izboljšave?
- ❖ Ali se sistem učinkovito izvaja?

Kako poteka vrednotenje STM?

- A. Določite cilje vrednotenja.
- B. Opredelite, kaj boste ocenjevali, in vzpostavite prioritete.
- C. Na osnovi sistema kazalnikov (ki ste jih opredelili v sistemu trajnostnega menedžmenta) izpeljite postopek evalvacije, pri čemer je pomembna verodostojnost evalvacije – izvajalci nadzora morajo biti neodvisni od aktivnosti, ki jih ocenjujejo. Evalvacijo lahko izvajamo sami ali s pomočjo zunanjih strokovnjakov, ob uporabi v okviru vzpostavitve sistema trajnostnega menedžmenta pripravljenih natančnih dokumentiranih procesov (oziroma t. i. check list), intervjujev in ogleda.
- D. Podatke analizirajte in jih ovrednotite.
- E. Poročilo s predlaganimi korektivnimi ukrepi najprej predstavite vodstvu in zeleni ekipi, v naslednji fazi pa tudi zaposlenim.

Certificiranje – kaj in zakaj?

Koliko je raznih certifikacijskih shem?

Pravo okoljsko certificiranje se je začelo leta 1992 z Modro zastavo, danes pa je na globalnem turističnem trgu med 60 in 80 različnih certifikacijskih shem, ki pokrivajo različna geografska področja oziroma ravni (globalne, regionalne, nacionalne, lokalne), osredotočajo pa se na različne vidike turizma (ožje na okoljski menedžment, širše na trajnostni menedžment, nekateri pokrivajo zgolj področje ekoturizma).

Kaj prinaša certificiranje? Kredibilnost!

Certificiranje prinaša koristi za:

- ❖ certificirano podjetje (zmanjšanje stroškov delovanja, optimizacija procesov, lažji dostop do tehnične in finančne pomoči ter trženjski učinki);
- ❖ potrošnika (olajša odločitev, jih spodbuja, da tudi sami prispevajo k odgovornemu ravnanju z okoljem, certificirana podjetja praviloma nudijo višjo kakovost storitev);
- ❖ lokalno skupnost (certificiranje od podjetij zahteva, da spoštujejo lokalno skupnost, njeno identiteto in kulturo ter nudijo konkretne ekonomske in družbene koristi).

Pomembno je, da certificiranje izvaja institucija, ki ji potrošniki zaupajo. Certifikat oziroma podeljeni znak dokazuje, da podjetje izpolnjuje določene standarde, ki jih ocenjuje neodvisna organizacija.

EU Marjetica – Uradni okoljski znak v Evropski uniji in Sloveniji

Kaj je EU Marjetica?

Znak za okolje EU za turistične nastanitve (The European Eco-label for tourist accommodation service), bolj poznan kot EU Marjetica ali kar okoljska Marjetica, je od leta 2003 uradni znak Evropske unije za do okolja prijazne turistične nastanitvene obrate (kot priznanje tistim, ki spoštujejo okolje). Med številnimi okoljskimi znaki je najbolj poznan, prav tako se najhitreje širi tako, da so trženjski učinki vseevropski, kot uradnega oziroma tistega, ki se promovira v Sloveniji, ga je sprejela tudi Slovenija.



Podjetja, ki so pridobila znak za okolje EU za turistične namestitve, si prizadevajo za:

- ❖ nižje onesnaževanje zraka (povzročeno z barvami in čistili z vsebnostjo sintetičnih topil);
- ❖ bolj varčno rabo energije in drugih naravnih virov;
- ❖ manjše onesnaževanje okolja in okolice (odpovejo se uporabi pesticidov, gnojil itd.);
- ❖ v ponudbi prehrane uporabljajo ekološko pridelano hrano.

Katere so koristi EU Marjetice?

- ❖ Simbolizira visoko kakovost in okoljevarstveno uspešnost.
- ❖ Vodi k izpolnjevanju pričakovanj gostov.
- ❖ Daje občutek ugodja (zdrava bivališča, zdrava prehrana in zdravo okolje za turiste ter zaposlene).
- ❖ Simbolizira ekološko učinkovitost in nižanje stroškov.
- ❖ Pomaga pri trženju.

Kakšni so kriteriji?

Kriteriji so razdeljeni po naslednjih kategorijah: energija, voda, čistilna sredstva in sredstva za razkuževanje, nevarne kemikalije, odpadki, druge storitve ter splošno upravljanje. Za pridobitev znaka je potrebno izpolnjevanje vseh obveznih kriterijev (teh je 37), poleg tega pa je potrebno zbrati vsaj 16,5 točk med 47 neobveznimi kriteriji.

Kdo lahko pridobi znak?

Za znak lahko zaprosijo vse vrste nastanitvenih zmogljivosti, vključno s hoteli, penzioni, planinskimi kočami, zasebnimi sobodajalci, turističnimi kmetijami in kampi (leta 2004 je Evropska komisija oblikovala tudi kriterije za kampe, ki za znak za okolje EU lahko zaprosijo od leta 2005 dalje).

Kako oceniti možnost za pridobitev?

Da bi podjetja brez nastajanja stroškov lahko presodila, če je njihovo podjetje dovolj zeleno naravnano, obstaja tudi preglednica za »grob« samoevalvacijo – to podjetje lahko izpelje samo ali s pomočjo svetovalca. Tabelo najdete na povezavi na <http://www.ekohoteli.mg.gov.si/> (desno poiščite priročnik, tabela pa je na strani 13). Podjetja, ki dosežejo dobre rezultate, se lahko prijavijo za postopek evalvacije pri ARSO.

Kdo izvaja ocenjevanje?

Nad ocenjevanjem v Sloveniji bdi Ministrstvo za gospodarstvo (ki je tudi pripravilo Program za ekološko ureditev in posodobitev slovenskih hotelov), vendar pa je za certificiranje v Sloveniji pristojno Ministrstvo za okolje in prostor (certificiranje izvaja ARSO).

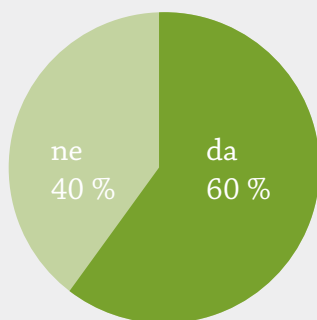
Kako do več informacij?

Vse informacije (kriteriji, koristi, postopek prijave, razpis MG) v zvezi z EU Marjetico najdete na enem mestu na www.slovenia.info/zeleniturizem, pod EU Marjetica, od tam pa lahko naprej pregledno dostopate do strani na to temo MG in ARSO. Domača stran Eco Label: http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm

Spremljajte ukrepe in razpise

Ministrstvo za gospodarstvo je v letih 2008 in 2009 sofinanciralo del stroškov, povezanih z uvajanjem znaka EU Marjetica. Razpis je zaključen, vendar pa priporočamo, da redno spremljate novosti na tem področju (www.mg.gov.si, www.slovenia.info/zeleniturizem), prav tako tudi druge razpise in vzpodbude na področju trajnostnega poslovanja.

Kakšne so namere pridobitve okoljske Marjetice



ISO 14001 in Emas

Mednarodni standardi serije ISO 14000 opredeljujejo sistem, ki pomaga izboljševati okoljsko učinkovitost, hkrati pa prispeva k uspešnemu poslovanju organizacije kot celote (novi standard ISO 14001:2004 je bolj jasen in bolj združljiv z ISO 9001:2000, v podjetja pa je lahko vpeljan integrirano).

Shema EMAS (ECO Management and Audit Scheme – sistem EU za okoljevarstveno vodenje organizacij) je namenjena spodbujanju primernejšega ravnanja z okoljem in obveščanju javnosti o vplivih njihovih dejavnosti na okolje. Gre za nadgradnjo ISO 14001 oziroma za zagotavljanje večje odprtosti, odkritosti in periodičnega objavljanja preverjenih okoljskih informacij.

Slovar uporabljenih kratic

ARSO	Agencija RS za okolje
ASTA	American Association of Travel Agents
EDEN	European Destinations of Excellence
EMAS	Eco - Management and Audit Scheme
EU	Evropska unija
GSTC	Global Sustainable Tourism Criteria
IATA	International Air Transport Association
IHRA	International Hotels and Restaurants Association
ISO	International Standardization Organization
ITP	International Tourism Partnership
MG	Ministrstvo za gospodarstvo
MOP	Ministrstvo za okolje in prostor
ROI	Return on Investment
SAVE	Direktiva o energetske učinkovitosti stavb
STO	Slovenska turistična organizacija
STM	Sistem trajnostnega menedžmenta
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
TSC	Tourism Sustainability Council
UNEP	United Nations Environment Programme
UNWTO	United Nations World Tourism Organization

Slovar uporabljenih angleških izrazov

Ecotourism	Ekoturizem
Geotourism	Geoturizem
Green Policy (tudi Environment Policy)	Zelena listina
Green Team	Zelena ekipa
Green Tourism	Zeleni turizem
Environmental Management	Okoljski menedžment
Environment Management System	Sistem okoljskega menedžmenta
Environmental Status Review	Ocena stanja
Fair Trade	Pravična trgovina
Nature Based Tourism	Na naravi temelječ turizem
Responsible Tourism	Odgovorni turizem
Sense of Place	Karakter prostora
Social Responsibility	Družbena odgovornost
Sustainable Management	Trajnostni menedžment
Sustainable Manager	Menedžer za trajnostno poslovanje
Sustainable Tourism	Trajnostni turizem

Pri pripravi priročnika smo upoštevali naslednje vire:

Analiza stanja na področju zelenega turizma (Kakšno je stanje na strani zelene ponudbe in zelenega povpraševanja v svetu in oblikovanje izzivov za slovenski turizem). Slovenska turistična organizacija, 2009.

Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges. United Nations United Nations World Tourism Organization, 2007.

Environmental Management for Hotels: The Industry Guide to Sustainable Operation. 3. izdaja. Mednarodno partnerstvo za turizem (ITP – International Tourism Partnership), 2008.

Environment Management Systems. International Hotels and Restaurants Association.

Globalni kriteriji trajnostnega turizma (Global Sustainable Tourism Criteria – GSTC). Partnerstvo za globalne kriterije trajnostnega turizma (The Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria) in Svet za trajnostni razvoj turizma (the Sustainable Tourism Stewardship Council), 2009.

Going Green: Minimum standards toward a Sustainable Hotel. International Tourism Partnership,

Hotel Energy Solutions: Smarter, Greener and More Competitive. United Nations United Nations World Tourism Organization, 2010.

Program ekološke ureditve in posodobitve slovenskih hotelov (Priročnik za ekološko ureditev in posodobitev slovenskih hotelov). Ministrstvo za gospodarstvo, 2006.

Raziskava o odnosu menedžerjev v slovenskih turističnih podjetjih do podnebnih sprememb in zelenega turizma. Slovenska turistična organizacija, 2009.

Sistem indikatorjev za trajnostne turistične destinacije (Indicator System for Sustainable Tourism Destinations). Evropska komisija, 2010.

Internetni viri, na katere usmerjamo bralca za več informacij in ki so navedeni v priročniku.



www.slovenia.info

SLOVENSKA
TURISTIČNA
ORGANIZACIJA
SLOVENIAN TOURIST BOARD

Oddelek za raziskave in razvoj
tel.: +386 1 5898 550
fax.: +386 1 5898 560
e-mail: razvoj@slovenia.info