

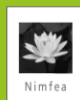
# D.C 3.2 - SMJERNICE CEETO-A ZA ZAŠTIĆENA PODRUČJA PRI RADU S TUROPERATORIMA

---

Sažetak

25. 5. 2020.

---





## 1. UVOD

Promišljanje turizma i provedba održivog turizma u zaštićenim područjima (ZP) započeli su prije nekoliko desetljeća postupnom promjenom stava i načina pristupa turizmu, od „turista“ koje ne želimo do „posjetitelja“ koje želimo ugostiti, a koji i donose sredstva.

Javna tijela i privatni subjekti zainteresirani su za turizam u ZP-ima, koji vide kao dodatno nišno tržište, koje donosi potencijalne koristi i usklađeno je s interesima ljudi.

1. *korak*: zaštićeno područje odlučilo je otvoriti svoja vrata i prima posjetitelje, ali mora biti sigurno da to neće utjecati na njegove zadaće i okoliš, posebno na osjetljiva mjesta i divlje životinje.
2. *korak*: da bi se uspostavila održiva destinacija, ZP koristi prednosti postojećih partnerstva, ali to mora proširiti i na druge lokalne partnere iz turističkog sektora i drugih područja aktivnosti.
3. *korak*: turističke tvrtke koje djeluju izvan ZP-a nude turistički boravak na njegovu području, uključujući lokalne turističke tvrtke. ZP može odlučiti surađivati s njima, a zatim i s drugim ZP-ima.

## 2. PROBLEMI/IZAZOVI

Zaštićena područja trebaju surađivati s turističkim djelatnicima, dakle i s privatnim tvrtkama, da bi mogla upravljati turističkim aktivnostima i kontrolirati ih.

ZP-i trebaju bolje razumjeti privatne turističke aktivnosti i obratno, moraju biti sigurni da su ovi upoznati s područjem i pravilima njegove zaštite. Ovo se omogućuje sastancima na kojima se sluša one druge, razmjenjuje iskustva i savjetuje. Slušati znači obratiti pozornost na očekivanja.

### 2.1. *Obraćanje pozornosti na očekivanja, prakse i ograničenja*

Turizam znači strukturirano gostoprimstvo, ali pod određenim uvjetima u planiranju, promociji, prijemu i organizaciji na licu mjesta. On također znači stvaranje osjećaja sigurnosti za posjetitelje, one koji se njime bave, lokalno stanovništvo itd. i, gdje je to moguće, priređivanje ugodnih iznenađenja i otvaranje novih horizonata. To vodi do pojmova koji ZP-ima nisu poznati:

- . *Marketing*; hijerarhija potreba stranaka i usluge koje odgovaraju potrebama.
- . *Konkurencija* između turističkih destinacija, potrebno je stvaranje prepoznatljivosti i atraktivnosti.
- . *Suradnja* jer turizam ovisi o udruživanju različitih aktivnosti i usluga. Stoga je suradnja od ključne važnosti.

- Očekivanja koja posjetitelji obično izražavaju: biti „zeleni“, otići na nekoliko dana, ponovni kontakt s vlastitim osjetima i obnavljanje iskustava itd. I slobodno vrijeme za ponovno povezivanje s prirodom, životom na selu, nematerijalnom baštinom ili drugim ljudima. Ali ključna su druga i općenito neplanirana očekivanja: biti „stanovnik sela“, otkrivati lokalni život, tradicije... i kupovati lokalne proizvode.



- Lokalno stanovništvo od posjetitelja očekuje da ih doživljavaju same za sebe, a ne samo kao elemente krajolika. Turizam osmišljen za posjetitelje mora biti dostupan i lokalnom stanovništvu te donositi sredstva u lokalni gospodarski život.
- Lokalni turistički djelatnici očekuju da posjetitelji djeluju lokalno, jedu lokalno, iskuse lokalno, kupuju lokalno itd. Također očekuju da posjetitelji primijete sve bogatstvo njihova kraja, što je nešto što zahtijeva vrijeme, ne samo jedan dan.
- Turoperatori od svojih lokalnih partnera očekuju dosljedan partnerski odnos, utemeljen na zajedničkoj viziji i težnji, te da su oni jednako angažirani na održivosti u skladu s pravilima poslovanja u turizmu.
- Javna turistička tijela zanima turizam u zaštićenim područjima u njihovoj regiji kao dodatno nišno tržište i neka od njih navode preporuke za turizam, primjerice da obogate svoje turističke usluge, atraktivnost i doprinos turističkom gospodarstvu regije.

## **2.2. Turizam, ključna i produktivna javno-privatna suradnja**

Suradnja za održivi turizam podrazumijeva suradnju javnih tijela, općina s privatnim sektorom: pružateljima turističkih usluga, turoperatorima, ali i s lokalnim privatnim interesnim skupinama.

Suradnja se javlja kao prilika da se zajedno učini korak prema globalnoj održivosti u određenom području, i s lokalnim pružateljima turističkih usluga i/ili vanjskim turoperatorima koji upravljaju turističkim aktivnostima već godinama.

Održivi turizam u zaštićenim područjima proizlazi iz doprinosa samog zaštićenog područja zajedno s udrugama za zaštitu prirode i interesnim skupinama, nacionalnih mreža ZP-a, ruralnog turizma, aktivnosti na otvorenom itd. Lokalne vlasti i javna tijela gotovo su svugdje uključeni u gradnju i održavanje infrastrukture, kao i u turističke urede.

Održivi turizam proizlazi i iz individualnog angažmana turističkih tvrtki i njihove postojeće suradnje sa ZP-ima. Ali odlučujući faktor često dolazi od samog ZP-a. Postupak dobivanja Europskog certifikata za održivi turizam (ECST-PA) daje primjere takvog postupka.

Suradnja ZP-a s njegovim partnerima iz javnog sektora obično se jača stručnim sastancima ili medijskim događajima, npr. studijskim posjetima ili ekskurzijama za turooperatore.

## **3. RJEŠENJA**

Rješenja se ne mogu naći u samostalnom pozicioniranju i aktivnostima. Potrebno je poznavanje gledišta druge strane, ograničenja, prilika itd. da bi se odredila zajednička lokalna vizija, a potom i dugoročni smjerovi, prije nego što se djeluje u obliku višegodišnje strategije i akcijskog plana.

### **3.1 ECST postupak (Postupak dobivanja Europskog certifikata za održivi turizam)**

Održivi turizam u ZP-ima proizlazi iz aktivne suradnje, posebno iz proaktivne javno-privatne suradnje, koja je istaknuta u tri dijela ECST postupka (postupka dobivanja certifikata za održivi turizam).



- *Progresivni razvoj*, od njegova 1. do 3. dijela: Europski certifikat za održivi turizam u zaštićenim područjima (ECST-PA ili ECST), koji je uspostavio EUROPARC, pruža set alata i odgovarajućih aktivnosti koje zaštićenim područjima omogućuju da postanu održive destinacije, u skladu s osnovnim načelima zajedničke posvećenosti održivosti, za djelovanje, evaluaciju i stalna poboljšanja.
- *Provedba, praćenje, evaluacija i izvješćivanje*: popis ključnih problema održivosti vodi do ključnih aktivnosti koje treba uključiti u akcijski plan. Strategija i akcijski plan moraju biti usklađeni s planom upravljanja ZP-om. Osim toga, pokazatelji, izvješća o praćenju i napretku pomažu u kontroli njegove učinkovite provedbe, a i kao komunikacijski i alati za raspravu među dionicima tijekom sastanaka foruma.
- *Kružni odnos tri dijela ECST-a*: uspješna provedba 1. dijela ECST-a omogućava da neko područje postane održiva turistička destinacija. Kao osnova kruga u središtu, upravljanje i uključivanje svih dionika od posebne je važnosti kako bi se ECST mogao provesti, njegov prvi korak, a onda i sva tri njegova dijela. Ovo podrazumijeva stalni turistički forum između javnih tijela, organizacija za zaštitu prirode, organizacija lokalne zajednice i predstavnika turističkog sektora.
- *U drugom dijelu nalaze se veze i trajne suradnje*: angažman lokalnih poduzeća od ključnog je značaja za učinkovit razvoj i upravljanje održivim turizmom. Mnoge aktivnosti navedene u akcijskom planu ZP-a iz 1. dijela ustvari su predložili i njima upravljanju privatne tvrtke i udruge. Osim toga, dosljedno zalaganje takvog partnera može rezultirati time da on može biti certificiran kao održivi partner na temelju ECST certifikata koji je izdao ZP.
- *3. dio, otvoren prema van*: certificirana zaštićena područja gledaju prema van i pokazuju proaktivan stav prema turoperatorima i putničkim agencijama, zajedno sa svojim odabranim lokalnim partnerima.

### **3.2. 3. dio - Rad s turoperatorima**

- ZP-i trebaju razumjeti kako funkcionira ekosustav turoperatora i različiti pružatelji turističkih usluga koji isporučuju turističke usluge posjetiteljima. U kontaktu s lokalnim partnerima, oni često daju svoj doprinos i u planiranju turističkih boravaka.

Pravni aspekti pružaju sigurnost posjetiteljima zahvaljujući propisima EU-a koji pružaju veću zaštitu u mnogim aspektima putovanja, a time i odmorima u obliku paket-aranžmana. Nacionalna legislativa obično je i stroža od propisa EU-a.

- Turooperatori i turističke agencije koji naglašavaju svoje održivo usmjerenje imaju zajedničke karakteristike: to su iskusne tvrtke usklađene s pravnim i profesionalnim zahtjevima turističkog poslovanja, vodi ih odgovoran i angažiran tim: njihov se angažman obično temelji na dosljednoj obostranoj suradnji između zaposlenika agencije te lokalnih vodiča i pružatelja turističkih usluga.

Oni naglašavaju jasno pozicioniranje i opredjeljenje za održivi/odgovorni turizam, također putem internetskih stranica i kataloga, s jasnim ishodima.

### **3.3. Rad s turoperatorima: neke studije slučaja**



- Treći dio postupka pruža mogućnost da turoperatori i putničke agencije budu prepoznati te da tako promoviraju i plasiraju svoje turističke pakete u certificiranim destinacijama. Zajedno sa Španjolskom i Italijom, neka francuska zaštićena područja već su aktivna na ovoj dugoj plovidbi. Dan je primjer francuskog nacionalnog parka koji se uključio u 3. dio ECST-a sa svojim lokalnim partnerima i IPAMAC-om, regionalnim savezom zaštićenih područja, parkova prirode i nacionalnih parkova, fokusirajući se na održivi turizam i ECST postupak.
- Turistička tijela nekih regija također razumiju svoj interes u podržavanju turizma u svojim zaštićenim područjima, njihovu okupljanju i postupnom uključivanju u tri dijela postupka dobivanja Europskog certifikata za održivi turizam. Druge javne institucije organizirale su slične turističke boravke.
- Neke putničke agencije specijalizirane za određene aktivnosti na otvorenom već su prisutne u ZP-ima u različitim europskim zemljama, pa tako i u certificiranim zaštićenim područjima, i rade u suradnji s lokalnim turističkim tvrtkama.

### **3.4. Sustav nagrađivanja i priznanja za tvrtke**

Turoperatori mogu dobiti posebno priznanje za svoj angažman u ZP-ima i postupku certificiranja.

- EUROPARC Star Awards: pružatelji turističkih usluga koji rade u održivim destinacijama mogu se prijaviti za nagradu EUROPARC Star Awards, a međunarodni žiri sastavljen od stručnjaka iz područja održivog turizma će ih procijeniti i moguće i nagraditi.
- Neki lokalni brendovi također su vrlo cijenjeni, pogotovo kada turističkom subjektu donose dodatnu prepoznatljivost.

### **3.5. Koristi**

- Suradnja sa ZP-ima i certificiranim lokalnim partnerima turoperatorima osigurava prepoznatljivost i vidljivost. Suradnja sa ZP-ima može im pomoći poboljšati njihove turističke usluge i pruža sigurnost.
- Koristi za lokalne turističke tvrtke i turooperatore donose koristi i lokalnom gospodarstvu gdje sekundarnu dobit od turizma ostvaruju i zadržavaju lokalna poduzeća i lokalna područja.

### **3.6. Komuniciranje o održivom turizmu**

Učinkovito umrežavanje zahtijeva komunikaciju između lokalnih partnera i s drugim turističkim tijelima. Zajedničko opredjeljenje zatim zagovaraju EUROPARC, turistički subjekti, ali i lokalne mreže certificiranih zaštićenih područja.

Održivi turizam sve će više odgovarati na rastuću potražnju, ali će i dalje ostati nišno tržište, koje će se čuti i biti vidljivo zahvaljujući zajedničkoj komunikaciji ZP-a koji će se angažirati da se stvori kritična masa.



Certificirana zaštićena područja obvezuju se da će isticati svoj status i aktivnosti, a lokalne partnere uključene u 2. dijelu poziva se da učine to isto. A da bi se dao širi opseg, posebno na razini 3. dijela, takva javno-privatna suradnja je ključna.

#### **4. ZAKLJUČCI**

Marketing i konkurencija uvijek će postojati, ali isto tako i umrežavanje i suradnja: između europskih ZP-a već postoji suradnja na različitim projektima, kao što je CEETO, a neka europska zaštićena područja su ustvari već navikla surađivati i u prekograničnom i turizmu bez granica. Učinkovita provedba 3. dijela ECST postupka u različitim zemljama i suradnja između ZP-a, njihovih turoperatora i turističkih partnera ostvariv su cilj i za ZP-e i za njihove nacionalne ili regionalne mreže.