



WSPÓŁPRACA
INNOWACJE
TURYSTYKA
ZRÓWNOWAŻONA

RAPORT Z WDROŻENIA STANDARDÓW TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

LISTOPAD 2024

SPIS TREŚCI

WSTĘP	4
1. PODSTAWY TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ	7
1.1. Definicja	7
1.2. Turystyka zrównoważona a zrównoważony rozwój	7
1.3. Globalne Kryteria Turystyki Zrównoważonej	9
1.4. Zrównoważona destynacja turystyczna	10
1.5. Zrównoważone przedsiębiorstwo turystyczne	12
OPIS I ZAKRES BADANIA	15
2. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE NA POZIOMIE WOJEWÓDZTWA	16
2.1. Zarządzanie środowiskowe	16
Wyzwania środowiskowe	16
Energia i klimat	18
Woda	19
Odpady	20
Zanieczyszczenie	21
Ochrona przyrody	22
2.2. Aspekty społeczno-gospodarcze	24
Wyzwania społeczno-gospodarcze	24
Udział turystyki w gospodarce	25
Społeczności lokalne	26
Dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami	29
Kultura	29
2.3. Zarządzanie rozwojem zrównoważonym	31
Strategia zrównoważonego rozwoju turystyki	31
Zarządzanie ruchem turystycznym	33
Zaangażowanie turystów	35
Zaangażowanie branży turystycznej	36
Produkty turystyczne	37
Odpowiedzialna promocja	38
3. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE W FIRMACH TURYSTYCZNYCH	40
3.1. Zarządzanie środowiskowe	40
Energia	40
Transport	41
Klimat (śląd węglowy)	41
Woda	42
Odpady	43

3.2. Aspekty społeczne, gospodarcze i kulturowe	44
Warunki zatrudnienia	44
Zaangażowanie pracowników w rozwój zrównoważony	46
Działania na rzecz społeczności lokalnych	47
Kultura	48
Procedury zakupowe	48
3.3. Zarządzanie rozwojem zrównoważonym	49
Osoby odpowiedzialne	49
Wymagana dokumentacja	50
Współpraca z interesariuszami	51
Zaangażowanie klientów w działania zrównoważone	51
Certyfikacja zrównoważonej turystyki i hotelarstwa	52
Motywacja do działań w zakresie rozwoju zrównoważonego	53
4. DOBRE PRAKTYKI Z WIELKOPOLSKI	54
Dostępność Szlaku Piastowskiego	54
Platformowa szkoleniowa WOT	54
Fest Fyrtel, Poznańskie Centrum Dziedzictwa	55
Region Kozła	55
Działalność Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego	56
5. PODSUMOWANIE	57
5.1. Ocena ogólna	57
Zgodność z globalnymi kryteriami turystyki zrównoważonej	59
Aspekty kulturowe	59
Aspekty społeczno-gospodarcze	60
Aspekty środowiskowe	62
Zrównoważone zarządzanie turystyką	63
5.2. Dobre praktyki	64
Regionalna strategia zrównoważonego rozwoju turystyki, Irlandia	65
Promocja turystyki zrównoważonej, Południowy Tyrol	66
Ochrona środowiska, Jezioro Bodeńskie, Niemcy / Szwajcaria / Austria	67
Zrównoważone festiwale, Irlandia	68
Szkocja Net Zero — plan działań na rzecz klimatu	69
5.3. Rekomendacje	71
Plan realizacji turystyki zgodny ze strategią rozwoju województwa	71
Zaangażowanie branży turystycznej w zrównoważony rozwój	72
Opracowanie minimalnych standardów dla wybranych kategorii produktów turystycznych	72
Zintegrowane działania na rzecz klimatu	74
Uczestnictwo w konkursie Top 100 Green Destinations	75

WSTĘP

W ostatnich latach koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki zyskała znaczną uwagę na całym świecie ze względu na rosnące obawy dotyczące wpływu działalności turystycznej na środowisko, społeczeństwo i kulturę. Niestabilność geopolityczna, zmiany klimatyczne oraz zmiany społeczno-kulturowe (takie jak starzenie się społeczeństwa czy wymieranie kultur i tradycji) stawiają przed nami szereg wyzwań, które wymagają odpowiedzialnych i przemyślanych działań. W kontekście tych globalnych problemów, rozwój zrównoważony staje się nie tylko wyborem, ale również formalnym wymogiem stawianym przez UN Tourism. Unia Europejska, poprzez różne programy, takie jak „Europejski Zielony Ład, Strategia na rzecz zrównoważonej mobilności”, dyrektywa Green Claims czy dyrektywa CSRD (dyrektywa dotycząca niefinansowej sprawozdawczości przedsiębiorstw) nakłada na państwa członkowskie obowiązek wdrożenia określonych rozwiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju, w tym również w sektorze turystyki.

Położone na Zachodzie kraju województwo wielkopolskie jest jednym z największych i najprężniej rozwijających się regionów w Polsce. Wielkopolska wyróżnia się także zróżnicowanym krajobrazem i bogatą przyrodą, dzięki czemu jest regionem wyjątkowo atrakcyjnym turystycznie. Oprócz miast, popularnością cieszą się trasy historyczne i kulturowe, takie jak Szlak Piastowski, czy też Wielka Pętla Wielkopolski, turystyczny szlak wodny, a także wiele cennych obszarów ochrony przyrody, w tym dwa parki narodowe, 14 parków krajobrazowych oraz obszary NATURA 2000. Mimo swojego gospodarczego potencjału i bogatego dziedzictwa, Wielkopolska zmagą się z pewnymi wyzwaniami społecznymi i środowiskowymi, od nierówności społecznych i niskiego zaangażowania obywateli, po stres wodny i złą jakość wód powierzchniowych. Kompleksowe podejście do zarządzania turystyką w sposób zrównoważony może przyczynić się do rozwiązania tych problemów i zwiększenia atrakcyjności regionu, a także do poprawy wizerunku Wielkopolski na arenie krajowej i międzynarodowej. Coraz więcej turystów indywidualnych i biznesowych zwraca bowiem uwagę na kryteria środowiskowe i społeczne odwiedzanych regionów, a jasno komunikowane działania z zakresu rozwoju zrównoważonego wpływają na konkurencyjność destynacji turystycznych.

Niniejszy raport jest wynikiem przeprowadzonego we wrześniu br. badania wśród jednostek samorządu terytorialnego (jst) odpowiedzialnych za zarządzanie turystyką, organizacji i firm turystycznych z województwa wielkopolskiego. Głównym celem badania było dokonanie wstępnej oceny oraz weryfikacji poziomu wdrożenia praktyk turystyki zrównoważonej w województwie wielkopolskim.

Raport przedstawia działania podjęte w ramach realizacji tych wymogów, analizuje kroki adaptacyjne polityk regionalnych do unijnych dyrektyw oraz ocenia efektywność wprowadzonych środków. Przedstawione dane i wnioski mają na celu nie tylko ocenę obecnego stanu, ale także wytyczenie dalszych kierunków działań w województwie, które pozwolą na skuteczne i efektywne zarządzanie turystyką w duchu zrównoważonego rozwoju.

Kompleksowe podejście do zarządzania turystyką w sposób zrównoważony może przyczynić się do rozwiązania społecznych i środowiskowych wyzwań województwa i poprawy wizerunku Wielkopolski na arenie krajowej i międzynarodowej.



CZĘŚĆ 01: WPROWADZENIE

1. PODSTAWY TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ

Koncepcja turystyki zrównoważonej wywodzi się z rosnącej świadomości dotyczącej wpływu turystyki na środowisko naturalne, kulturę i tradycje i społeczności lokalne oraz miejsc odwiedzanych przez turystów. Pojęcie to zaczęło nabierać znaczenia w latach 80. i 90. XX wieku, kiedy to coraz większa liczba podróżujących zaczęła przyczyniać się do narastających problemów związanych z nadmiernym zużyciem zasobów, degradacją środowiska, zanikiem dziedzictwa kulturowego i nierównościami społecznymi w odwiedzanych destynacjach turystycznych.

W odpowiedzi na te wyzwania, organizacje międzynarodowe, takie jak Organizacja Narodów Zjednoczonych i UNESCO oraz Unia Europejska, zaczęły promować koncepcję turystyki zrównoważonej jako alternatywę dla tradycyjnego modelu rozwoju turystyki.

1.1. Definicja

Turystyka zrównoważona to, według UN Tourism,

"turystyka, w której w pełni uwzględnia się obecne i przyszłe skutki gospodarcze, społeczne i środowiskowe, biorąc pod uwagę potrzeby odwiedzających, branży, środowiska i społeczności przyjmujących".

Według UN Tourism, zrównoważona turystyka zakłada:

- Optymalne wykorzystanie zasobów środowiskowych, które stanowią kluczowy element rozwoju turystyki, utrzymując podstawowe procesy ekologiczne i pomagając zachować dziedzictwo naturalne i różnorodność biologiczną.
- Poszanowanie autentyczności społeczno-kulturowej społeczności przyjmujących, ochronę ich dziedzictwa kulturowego i tradycyjnych wartości oraz przyczynianie się do międzykulturowego zrozumienia i tolerancji.
- Zapewnienie rentownej, długoterminowej działalności gospodarczej, zapewniającej wszystkim zainteresowanym stronom korzyści społeczno-gospodarcze, które są sprawiedliwie rozdzielane, w tym poprzez stabilne zatrudnienie i możliwości zarobkowania oraz usługi społeczne dla społeczności przyjmujących, a także przyczynianie się do zmniejszenia ubóstwa.

1.2. Turystyka zrównoważona a zrównoważony rozwój

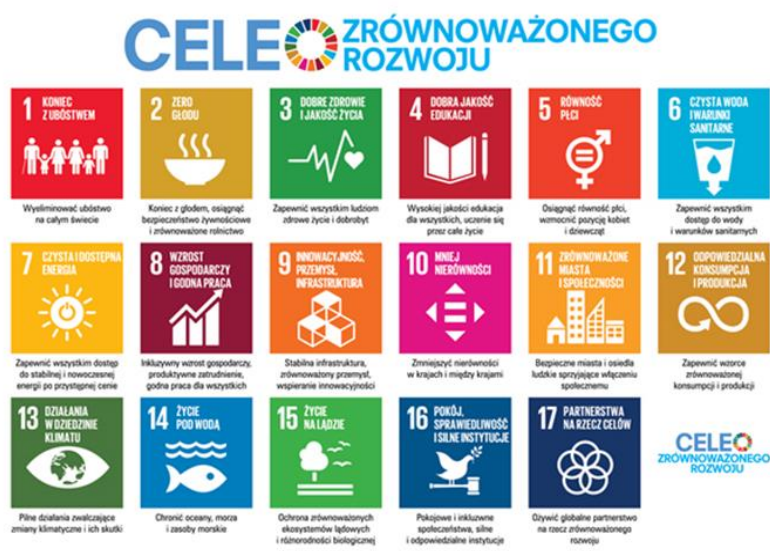
Koncepcja turystyki zrównoważonej jest ściśle powiązana z koncepcją rozwoju zrównoważonego. Obie te koncepcje opierają się na zasadzie harmonijnego rozwoju i równowagi między aspektami ekonomicznymi, społecznymi, kulturowymi i środowiskowymi. Turystyka zrównoważona odnosi się do podejścia do turystyki, które minimalizuje negatywne skutki dla środowiska naturalnego i kulturowego, promuje ochronę dziedzictwa i zasobów,

a także przyczynia się do poprawy warunków społecznych i ekonomicznych lokalnych społeczności.

Koncepcja rozwoju zrównoważonego zakłada, że rozwój powinien uwzględniać potrzeby teraźniejszych pokoleń, nie zagrażając możliwości przyszłym pokoleniom w zaspokajaniu ich własnych potrzeb.

W kontekście turystyki, koncepcja turystyki zrównoważonej jest implementacją zasad rozwoju zrównoważonego. W rezultacie, turystyka zrównoważona staje się częścią szerszej strategii rozwoju zrównoważonego, w której uwzględniane są również inne sektory gospodarki i aspekty społeczne. Współpraca międzysektorowa i uwzględnienie zasad turystyki zrównoważonej w ogólnych strategiach rozwoju są kluczowe dla osiągnięcia zrównoważonego rozwoju w danym regionie czy kraju.

Agenda 2030, znana również jako Globalne Cele Zrównoważonego Rozwoju (CZR), to ambitny plan działań przyjęty przez państwa członkowskie ONZ w 2015 roku. Składa się z 17 celów zrównoważonego rozwoju, które mają na celu zwalczanie najważniejszych wyzwań globalnych i poprawę jakości życia na całym świecie do roku 2030.



Cele Zrównoważonego Rozwoju obejmują różnorodne obszary, takie jak eliminacja ubóstwa, zapewnienie powszechnego dostępu do edukacji, promowanie równości płci, zapewnienie dostępu do czystej wody i warunków sanitarnych, walka ze zmianami klimatu, ochrona środowiska, promowanie sprawiedliwości społecznej i wiele innych.

Chociaż turystyka jest bezpośrednio uwzględniona tylko w trzech celach zrównoważonego rozwoju (CZR 8, 12 i 14), ma silne powiązania i wpływ na większość z nich. Ogłoszenie przez ONZ Międzynarodowego Roku Zrównoważonej Turystyki na rzecz Rozwoju w 2017 roku było uznaniem tego potencjału.

1.3. Globalne Kryteria Turystyki Zrównoważonej

Globalne Kryteria Turystyki Zrównoważonej to zestaw zasad i wytycznych opracowanych przez Światową Radę Turystyki Zrównoważonej (Global Sustainable Tourism Council, GSTC). Istnieje oddzielny zestaw kryteriów dla destynacji turystycznych oraz dla branży (dla biur podróży i dla obiektów zakwaterowania).

Kryteria są podzielone na cztery obszary, na które należy zwracać uwagę w turystyce zrównoważonej:



ZARZĄDZANIE:

Dotyczy planowania, zarządzania i monitorowania działań turystycznych w sposób zrównoważony, uwzględniający ochronę środowiska, kulturę i gospodarczy rozwój lokalnych społeczności.



ŚRODOWISKO:

Skupia się na minimalizacji negatywnego wpływu turystyki na środowisko naturalne, włączając ochronę zasobów naturalnych, bioróżnorodności, redukcję emisji gazów cieplarnianych i ochronę unikalnych ekosystemów.



SPOŁECZNOŚĆ:

Odnosi się do korzyści społecznych generowanych przez turystykę, takich jak stymulacja lokalnej gospodarki, tworzenie miejsc pracy, promowanie równości, wspieranie kultury i dziedzictwa lokalnych społeczności oraz uwzględnienie ich opinii i potrzeb.



KULTURA:

Obejmuje poszanowanie, zachowanie i promocję kultury lokalnej, dziedzictwa kulturowego, tradycji i wartości, a także promowanie dialogu międzykulturowego i wzajemnego zrozumienia.

Globalne Kryteria Turystyki Zrównoważonej służą jako punkt odniesienia dla oceny i certyfikacji inicjatyw turystycznych na całym świecie. Dzięki temu stanowią ważne narzędzie dla destynacji i organizacji, które pragną wdrażać zrównoważone praktyki w swojej działalności i przyczyniać się do osiągnięcia celów zrównoważonego rozwoju.

1.4. Zrównoważona destynacja turystyczna

Zrównoważona destynacja turystyczna to miejsce, które podejmuje działania mające na celu osiągnięcie zrównoważonego rozwoju w turystyce. Oznacza to, że destynacja jest zarządzana w sposób holistyczny, uwzględniając aspekty społeczne, środowiskowe i ekonomiczne. Celem zrównoważonej destynacji turystycznej jest minimalizowanie negatywnych wpływów turystyki, jednocześnie poprawiając długoterminowy dobrobyt społeczny, kulturowy i środowiskowy. Taka destynacja stara się zrównoważyć potrzeby turystów z potrzebami lokalnej społeczności oraz chronić i zachować unikalne walory przyrodnicze i kulturowe. Wdrażając odpowiednie strategie i praktyki, zrównoważone destynacje turystyczne dążą do zrównoważonego wzrostu gospodarczego, ochrony środowiska i kultury, promocji odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji, a także stymulowania partycypacji lokalnych interesariuszy, zachowując dzięki tym działaniom swój potencjał turystyczny.

Aby zagwarantować zrównoważony rozwój turystyki, konieczne są następujące elementy:

- **Holistyczne i kompleksowe podejście do zarządzania turystyką.** Strategia destynacji powinna uwzględniać wielowymiarowy charakter zrównoważonego rozwoju, w tym wpływ turystyki na środowisko, gospodarkę i społeczeństwo i kulturę. Uwzględnione powinny być takie kwestie jak na przykład: określenie ryzyka związanych z rozwojem infrastruktury turystycznej na środowisko, działania na rzecz sprawiedliwego rozdzielania wpływów płynących z turystyki na poziomie społeczności lokalnych, czy też zarządzanie sezonowością i ruchem turystycznym.
- **Skuteczne ramy prawne,** opracowane i promowane przez rząd i jednostki samorządu terytorialnego (JSA) na wszystkich szczeblach, tak aby kwestie gospodarcze, społeczne i środowiskowe były w pełni uwzględnione, wdrażane i kontrolowane.
- **Zaangażowanie interesariuszy.** Istotne jest zidentyfikowanie kluczowych grup interesariuszy oraz skuteczne zarządzanie relacjami z nimi i między nimi. Niezwykle ważne jest aktywne włączenie mieszkańców w procesy decyzyjne związane z zarządzaniem destynacją turystyczną.
- **Wybór właściwych wskaźników sukcesu.** System mierzenia i monitoringu pełni kluczową rolę w zrównoważonym rozwoju turystyki. Choć wzrost gospodarczy często jest dominującym wskaźnikiem, konieczne jest uwzględnienie szerszego zestawu wskaźników w różnych aspektach zrównoważonego rozwoju, takich jak zadowolenie mieszkańców czy poziom emisji CO₂ wynikający z turystyki.

Zrównoważony rozwój turystyki przynosi korzyści zarówno krótko- jak i długoterminowe dla destynacji (miast, gmin, regionów), przyczyniając się do tworzenia zrównoważonej gospodarki, ochrony środowiska i kultury zwiększenia dobrobytu społeczności lokalnych.

Dlaczego zrównoważony rozwój turystyki się opłaca? Korzyści dla destynacji turystycznych.

Rozwój gospodarczy

Turystyka zrównoważona może przynieść wzrost gospodarczy i generować znaczące dochody dla destynacji. Poprawa infrastruktury turystycznej, rozwój usług i atrakcji turystycznych oraz zwiększenie liczby odwiedzających przyczyniają się do wzrostu miejsc pracy i zwiększenia lokalnej przedsiębiorczości. Turystyka może stymulować rozwój różnych sektorów gospodarki, takich jak handel detaliczny, usługi gastronomiczne, transport, rzemiosło i kultura.

Ochrona środowiska i zasobów naturalnych

Turystyka zrównoważona promuje ochronę środowiska naturalnego i zrównoważone wykorzystanie tych zasobów. Dzięki odpowiednim praktykom zarządzania środowiskowego, regiony mogą minimalizować negatywny wpływ turystyki na ekosystemy, krajobrazy, bioróżnorodność i zasoby wodne. Chronienie unikalnych walorów przyrodniczych przyciąga turystów, którzy poszukują autentycznych i ekologicznych doświadczeń.

Korzyści społeczne

Zrównoważony rozwój turystyki przyczynia się do podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności. Poprzez inwestowanie w lokalną infrastrukturę, edukację, ochronę dziedzictwa kulturowego i działań społecznych, turystyka może przyczynić się do wzrostu świadomości i dumy mieszkańców z własnego regionu. Równocześnie turystyka może być źródłem dialogu międzykulturowego i wymiany doświadczeń, co sprzyja wzajemnemu zrozumieniu i tolerancji.

Rozwój społeczności lokalnych

Turystyka zrównoważona angażuje lokalne społeczności w procesy decyzyjne, dając im szansę wpływu na kształtowanie planów rozwoju tego sektora. Poprzez promowanie partycypacyjnego podejścia, turystyka może wspierać rozwój lokalnych inicjatyw, rzemiosła, małych przedsiębiorstw i lokalnych producentów. To z kolei prowadzi do rozwoju społeczności lokalnych, wzmacniając ich poczucie wspólnoty i przyczyniając się do redukcji ubóstwa i nierówności społecznych.

1.5. Zrównoważone przedsiębiorstwo turystyczne

Zrównoważone przedsiębiorstwa turystyczne (tutaj mamy na myśli zarówno firmy prywatne jak i inne organizacje, które obsługują turystów) to takie podmioty, które nie kierują się wyłącznie zyskiem, a uwzględniają w swojej działalności szersze aspekty ekonomiczne, środowiskowe i społeczne, oraz dbają o wszystkie grupy interesariuszy. Mają one na celu minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko, promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu i wspieranie lokalnej społeczności. Zrównoważone przedsiębiorstwa turystyczne angażują się w ochronę przyrody poprzez zastosowanie różnych praktyk, takich jak efektywne zarządzanie zasobami naturalnymi, ograniczanie emisji gazów cieplarnianych i ochrona bioróżnorodności. Ponadto, starają się tworzyć korzystne warunki pracy dla pracowników, wspierać lokalne inicjatywy społeczne, promować kulturowe dziedzictwo i angażować się w inicjatywy prospołeczne. Poprzez takie działania, przedsiębiorstwa turystyczne promują bardziej zrównoważoną i odpowiedzialną turystykę, która przynosi korzyści zarówno dla samego biznesu, jak i destynacji, w której się znajdują.

Dlaczego turystyka zrównoważona się opłaca?

Korzyści dla przedsiębiorstw turystycznych.

Kompleksowe zarządzanie zrównoważonym rozwojem przynosi firmom i organizacjom turystycznym szereg korzyści:

Poprawa wizerunku i reputacji

Firmy, które angażują się w zrównoważony rozwój, budują swój pozytywny wizerunek i reputację. Klienci coraz częściej preferują firmy, które są odpowiedzialne społecznie i troszczą się o środowisko. Przez konsekwentne działania w obszarze zrównoważonego rozwoju, firmy mogą zyskać zaufanie klientów, co prowadzi do większej lojalności i zwiększenia konkurencyjności na rynku.

Zwiększenie efektywności operacyjnej

Działania związane ze zrównoważonym rozwojem, takie jak redukcja zużycia energii, wody i wytwarzanych odpadów, prowadzą do poprawy efektywności operacyjnej. Oszczędności wynikające z efektywnego zarządzania zasobami mogą przyczynić się do obniżenia kosztów operacyjnych i zwiększenia rentowności firmy.

Innowacyjność i konkurencyjność

Zrównoważony rozwój otwiera okno dla innowacji i tworzenia nowych rozwiązań. Firmy, które koncentrują się na wprowadzaniu nowych technologii, procesów i produktów ekologicznych, mają szansę zyskać przewagę konkurencyjną na rynku. Innowacyjne podejście do zrównoważonego rozwoju może przyciągnąć uwagę klientów i zachęcić ich do wyboru danej firmy.

Zaangażowanie pracowników

Pracownicy, szczególnie młodsze pokolenia, są coraz bardziej zainteresowani pracą w firmach, które promują wartości zgodne z zrównoważonym rozwojem. Firmie, która wykazuje zaangażowanie w troskę o środowisko i społeczność, łatwiej będzie przyciągnąć i zatrzymać utalentowanych pracowników, co wpłynie na wydajność i atmosferę pracy.

Ochrona zasobów naturalnych i środowiska

Branża turystyczna i hotelarska ma bezpośredni wpływ na środowisko naturalne. Wdrażanie zrównoważonego rozwoju pozwala na minimalizowanie negatywnego wpływu na przyrodę i chronienie miejsc o unikalnych walorach przyrodniczych. Zachowanie naturalnego piękna i bioróżnorodności jest niezwykle istotne dla przyszłości branży turystycznej, ponieważ atrakcyjne środowisko przyrodnicze przyciąga turystów.

Wspieranie lokalnej społeczności

Przedsiębiorstwa turystyczne odgrywają istotną rolę we wspieraniu lokalnej społeczności. Poprzez angażowanie się w projekty społeczne, wspieranie lokalnych przedsiębiorców, producentów i rzemieślników, firmy przyczyniają się do rozwoju regionalnego i tworzenia miejsc pracy. Ta interakcja z lokalnymi społecznościami wpływa na pozytywny rozwój i trwałość regionu, a w tym samym, na bardziej atrakcyjne środowisko biznesowe.



CZĘŚĆ 02:

ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE NA POZIOMIE WOJEWÓDZTWA

OPIS I ZAKRES BADANIA

Poniżej przedstawione zostały wyniki oceny wdrożenia kryteriów turystyki zrównoważonej w województwie wielkopolskim, na poziomie zarządzania województwem jako destynacją turystyczną. Dodatkowo, przeanalizowane zostały praktyki z zakresu zarządzania środowiskowego i odpowiedzialności społecznej biznesu wdrażane przez przedsiębiorstwa i atrakcje turystyczne działające na terenie województwa wielkopolskiego.

Ocena wdrożenia praktyk na poziomie destynacji została dokonana wyłącznie na podstawie danych przekazanych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną (WOT) i Urząd Marszałkowski, a także ankiet internetowych, na które odpowiedzieli przedstawiciele gmin, powiatów i innych jednostek samorządu terytorialnego (jst) przynajmniej w części swoich kompetencji zaangażowanych w rozwój turystyki na szczeblu lokalnym.

Ocena wdrożenia praktyk turystyki zrównoważonej przez branżę turystyczną również została dokonana na podstawie ankiet internetowych. W badaniu wzięły udział firmy turystyczne, głównie małe i średnie przedsiębiorstwa. Znaczącą grupę respondentów stanowiły atrakcje turystyczne. W badaniu wzięły również udział obiekty zakwaterowania (hotele, zajazdy, pensjonaty), organizatorzy wycieczek oraz kilka podmiotów o innym profilu działalności.

Ze względu na ograniczone instrumenty badawcze, ograniczoną ilość respondentów oraz fakt, iż deklarowane w ankietach informacje nie były weryfikowane, poniższy raport powinno się traktować jedynie jako wstępną ocenę poziomu wdrożenia zasad turystyki zrównoważonej w województwie wielkopolskim. Dla pełnowartościowej oceny rekomenduje się przeprowadzenie audytu, pogłębionych wywiadów z interesariuszami, szczegółowych badań statystycznych oraz kontynuowanie w przyszłości skoordynowanych działań w zakresie rozwoju zrównoważonego potencjału badanego województwa. Poniższy raport składa się z następujących części:

- Zrównoważone zarządzanie turystyką na poziomie województwie
- Praktyki wdrażane przez firmy i atrakcje turystyczne z województwa
- Zestaw lokalnych i regionalnych dobrych praktyk, wpisujących się w koncepcję turystyki zrównoważonej
- Podsumowanie, w tym rekomendacje i dobre praktyki z innych krajów

Zarówno część pierwsza, dotycząca analizowanej destynacji, jak i część druga, dotycząca sektora prywatnego, rozdzielone są na kolejne podrozdziały, które odzwierciedlają główne obszary turystyki zrównoważonej: aspekty środowiskowe, aspekty społeczno-gospodarcze i kulturowe oraz zrównoważone zarządzanie.

Podsumowanie zawiera ogólny przegląd i podsumowanie kluczowych wyników i wniosków przedstawionych w raporcie a także rekomendacje i zbiór dobrych praktyk z innych krajów, które mogą posłużyć jako inspiracja dla dalszego, zrównoważonego, rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim.

2. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE NA POZIOMIE WOJEWÓDZTWA

2.1. Zarządzanie środowiskowe

Turystyka jest ściśle związana z otaczającym środowiskiem poprzez wzajemne oddziaływanie. Jest branżą, która korzysta z lokalnych, regionalnych i krajowych zasobów, a jakość środowiska odgrywa kluczową rolę w przyciąganiu turystów i zachęcaniu ich do powrotu. Wiele badań potwierdza, że przyroda i krajobraz są kluczowymi czynnikami wpływającymi na wybór miejsca turystycznego oraz że jakość walorów przyrodniczych przekłada się na ilość powracających turystów. Jednak turystyka również ma istotny wpływ na środowisko ze względu na swój rozmiar i szybki rozwój, jako że jest to jedna z największych i najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie.

Wyzwania środowiskowe

Województwo wielkopolskie wyróżnia się zróżnicowanym krajobrazem i bogatą przyrodą. Region słynie z licznych jezior, zwłaszcza we wschodniej części, takich jak Jezioro Powidzkie, jeziora konińskie czy malownicze akweny Pojezierza Międzychodzko-Sierakowskiego. Przemęcki Park Krajobrazowy na południowym-zachodzie oferuje zarówno tętniące życiem miejsca wypoczynkowe, jak i zaciszne obszary z wyspami i torfowiskami. Jeziora są atrakcyjne dla żeglarzy, plażowiczów i miłośników przyrody.

Lasy zajmują około 25% powierzchni województwa, z największym kompleksem Puszczy Noteckiej, będącej ostoją wilków i rzadkich gatunków. Ważnym elementem są także Wielkopolski Park Narodowy, Puszcza Zielonka i Rogaliński Park Krajobrazowy, które oferują zarówno walory przyrodnicze, jak i rozbudowaną infrastrukturę turystyczną. Rzeki, takie jak Warta, Noteć i Obra, zachowały na wielu odcinkach naturalny charakter, co sprzyja obserwacji ptaków, spływom kajakowym i innym formom aktywnego wypoczynku.

W regionie funkcjonują dwa parki narodowe, 14 parków krajobrazowych, 43 obszary chronionego krajobrazu i 99 rezerwatów przyrody, co świadczy o dbałości o środowisko. Bogactwo przyrodnicze, w połączeniu z dobrze rozwiniętą infrastrukturą, czyni Wielkopolskę atrakcyjną destynacją turystyczną, jednocześnie wspierając zrównoważony rozwój.

Mimo bogactwa przyrodniczego województwo zmagają się z problemami środowiskowymi. W tabeli poniżej przedstawiona została lista obszarów najczęściej wskazanych przez respondentów branży turystycznej (regionalne i lokalne organizacje turystyczne) jako obszary szczególnie problematyczne.

Obszary szczególnie problematyczne w województwie

Zaśmiecenie

Zanieczyszczenie powietrza

Ochrona walorów krajobrazowych

Zanieczyszczenie zbiorników słodkowodnych

Problemy takie jak zaśmiecenie, zanieczyszczenie powietrza, brak odpowiedniej ochrony walorów krajobrazowych oraz zanieczyszczenie zbiorników słodkowodnych znacząco obniżają atrakcyjność turystyczną regionu. Zaśmiecone tereny zniechęcają turystów, wpływając negatywnie na estetykę i komfort pobytu. Zanieczyszczone powietrze odstrasza osoby poszukujące zdrowego, czystego środowiska, a degradacja krajobrazu ogranicza jego przyciągający charakter. Z kolei zanieczyszczenie wód negatywnie wpływa na możliwości uprawiania sportów wodnych, kąpieli czy wędkowania, co odbija się na liczbie odwiedzających.

Dlatego kluczowe jest opracowanie konkretnych planów, które określą, w jaki sposób branża turystyczna może minimalizować te problemy, na przykład poprzez promocję ekologicznych praktyk, edukację turystów, odpowiedzialne zarządzanie odpadami czy wspieranie działań na rzecz ochrony środowiska i krajobrazu.

W kolejnych częściach tego rozdziału w/w obszary zostały omówione bardziej szczegółowo.

Dokumenty strategiczne

Wojewódzki Program Ochrony Środowiska dla Województwa Wielkopolskiego do roku 2030

W Programie Ochrony Środowiska dla Województwa Wielkopolskiego temat turystyki jest poruszany w kilku aspektach, z naciskiem na jej potencjalny wpływ na środowisko oraz możliwości jej zrównoważonego rozwoju.

Podkreśla się potencjał turystyczny województwa, szczególnie na terenach chronionego krajobrazu, co wskazuje na znaczenie naturalnych zasobów regionu jako ważnego elementu oferty turystycznej. Jednocześnie turystyka jest postrzegana jako potencjalne zagrożenie dla obszarów cennych przyrodniczo. W dokumencie wspomina się o presji rekreacyjnej i turystycznej, która może prowadzić do degradacji tych terenów, co podkreśla konieczność odpowiedzialnego zarządzania ruchem turystycznym.

W odpowiedzi na to zagrożenie, program przewiduje plany ograniczenia antropopresji turystycznej na wybranych, przyrodniczo wartościowych, obszarach. Jednocześnie wskazuje się na potrzebę promocji i rozwoju turystyki wiejskiej oraz rolnictwa ekologicznego, co wpisuje się w zrównoważony rozwój turystyki, szczególnie na obszarach wiejskich.

Niestety, dokument nie uwzględnia powiązań między turystyką a wykorzystaniem zasobów naturalnych, takich jak energia, woda czy odpady. Brakuje wskazania roli, jaką branża turystyczna mogłaby odegrać w efektywnym zarządzaniu tymi zasobami, co stanowi istotne pominięcie w kontekście dążeń do zrównoważonego rozwoju.

W dokumencie zauważa się także, że ma on służyć jako baza dla opracowania szczegółowych programów sektorowych, w tym dla sektora turystyki. Można by więc oczekiwać, że w przyszłości powinny powstać bardziej szczegółowe wytyczne dotyczące zrównoważonego rozwoju turystyki, które będą rozwijać i uszczegóławiać obecne założenia.

Energia i klimat

Turystyka i zmiany klimatyczne są ze sobą ściśle powiązane – turystyka zarówno wpływa na zmiany klimatyczne, jak i jest przez nie dotknięta. Turystyka przyczynia się do zmian klimatycznych głównie przez emisję dwutlenku węgla z transportu (szczególnie lotniczego), zakwaterowania i różnych aktywności turystycznych. Prowadzi to do znaczącej emisji gazów cieplarnianych. Dodatkowo, turystyka zużywa duże ilości zasobów, takich jak woda i energia, oraz generuje odpady, co jeszcze bardziej obciąża środowisko.

Zmiany klimatyczne z kolei wpływają na turystykę, zmieniając destynacje turystyczne. Zmieniające się wzorce pogodowe, takie jak cieplejsze zimy i podnoszący się poziom mórz, wpływają na atrakcyjność i dostępność miejsc turystycznych. Klęski żywiołowe, które stają się częstsze i bardziej intensywne z powodu zmian klimatycznych, mogą niszczyć infrastrukturę turystyczną i odstraszać odwiedzających. Zmiany w ekosystemach i bioróżnorodności, takie jak bielenie raf koralowych, również wpływają na naturalne atrakcje przyciągające turystów.

Aby złagodzić te skutki, niezbędne są zrównoważone praktyki turystyczne. Obejmuje to promowanie ekologicznych podróży, regulację emisji CO₂ i rozwijanie niskoemisyjnych opcji transportu. Budowanie infrastruktury odpornej na zmiany klimatyczne oraz zwiększanie świadomości na temat zrównoważonej turystyki mogą pomóc branży w dostosowaniu się do zmian klimatycznych i łagodzeniu ich skutków.

Należy też pamiętać, że wskazania UE dotyczące m.in. realizacji założeń wyznaczonych przez Europejski Zielony Ład oraz strategię na rzecz zrównoważonej mobilności, wymagają od branży turystycznej wdrożenia niskoemisyjnych środków transportu, promowania zrównoważonych praktyk oraz zmniejszenia śladu węglowego. Oczekują również, że branża będzie wspierać ochronę środowiska, wdrażać efektywne zarządzanie odpadami i angażować się w działania mające na celu minimalizację wpływu turystyki na zmiany klimatyczne.

Z odpowiedzi respondentów wynikało, że województwo wielkopolskie prowadzi tylko w niewielkim zakresie działania z zakresu efektywności energetycznej i ochrony klimatu. Jednak po wstępnej analizie dokumentów strategicznych sytuacja okazuje się bardziej zaawansowana.

W regionie opracowano „Wielkopolski Regionalny Plan Działań na rzecz Zrównoważonej Energii i Klimatu w zakresie źródeł odnawialnych i efektywności energetycznej z perspektywą do roku 2050” oraz „Strategię na rzecz Neutralności Klimatycznej Wielkopolska Wschodnia 2040”. Oba dokumenty szczegółowo omawiają kwestie takie jak monitoring poziomu zużycia energii i emisji

CO₂ oraz działania mające na celu ich redukcję. Plany te wyznaczają ambitne cele i ścieżki działań, które mogą przyczynić się do transformacji energetycznej regionu.

Brakuje jednak dedykowanego programu adaptacji do zmian klimatycznych. Choć niektóre zagadnienia adaptacyjne zostały częściowo ujęte we wspomnianych dokumentach oraz w „Programie ochrony środowiska dla województwa wielkopolskiego do roku 2030”, brak jest osobnego dokumentu, który kompleksowo zajmowałby się adaptacją regionu do zmieniających się warunków klimatycznych.

Zauważalny jest także brak wyraźnych odniesień do branży turystycznej i roli, jaką mogłaby ona odegrać w zwiększaniu efektywności energetycznej i działaniach na rzecz klimatu. Poza pojedynczymi wzmiankami, turystyka nie została uwzględniona jako sektor, który mógłby aktywnie wspierać cele klimatyczne regionu.

	ENERGIA I KLIMAT
Monitoring poziomu zużycia energii w województwie	✓
Wojewódzki program w zakresie zmniejszenia zużycia energii	✓
Monitoring emisji CO ₂ na terenie województwa	✓
Wojewódzki program w zakresie zmniejszenia redukcji emisji CO ₂	✓
Wojewódzki program wsparcia przedsiębiorstw w zakresie wykorzystania OZE	✓
Wojewódzki program na rzecz ekologizacji transportu	✓
Wojewódzki program adaptacji do zmian klimatycznych	✗

Woda

Turystyka ma znaczący wpływ na wykorzystanie zasobów wodnych, szczególnie w miejscach o dużym natężeniu ruchu turystycznego. Intensywne zużycie wody przez hotele, ośrodki wypoczynkowe i atrakcje turystyczne może prowadzić do niedoborów wody, co wpływa negatywnie na lokalne społeczności i ekosystemy. Z drugiej strony, z punktu widzenia bezpieczeństwa jak i atrakcyjności turystycznej, kluczowa jest dbałość o jakość wody w zbiornikach wodnych wykorzystywanych do rekreacji oraz jakość wody pitnej.

Podobnie jak w przypadku energii i klimatu, z odpowiedzi respondentów wynikało, że w województwie wielkopolskim podejmowane są jedynie wybrane działania w zakresie gospodarki wodnej. Jednak analiza dokumentów strategicznych pokazuje, że prowadzony jest pełen zakres działań związanych z zarządzaniem zasobami wodnymi.

Należy jednak podkreślić, że kwestie związane z wodą stanowią duże wyzwanie w Wielkopolsce. Województwo boryka się z wysokim poziomem stresu wodnego, a stan większości wód powierzchniowych jest oceniany jako zły. Może to sugerować, że choć działania są podejmowane, mogą być one niewystarczające lub niezbyt efektywne w poprawie stanu zasobów wodnych.

Te problemy mogą mieć istotny wpływ na rozwój turystyki w regionie. Niedostateczna jakość i dostępność wody stanowią zagrożenie dla atrakcyjności turystycznej Wielkopolski, szczególnie w kontekście rosnących oczekiwań turystów wobec regionów o bogatych zasobach naturalnych. Głównym zagrożeniem dla turystyki jest wysychanie jezior, w szczególności w leju depresyjnym kopalń odkrywkowych (np. Powidz, Skorzęcin).

	WODA
Działania mające na celu zmniejszenie zużycia wody	✓
Analiza bezpieczeństwa i jakości zbiorników wodnych	✓
Monitoring jakości wody pitnej	✓
Program/ plan w zakresie oczyszczania ścieków	✓

Odpady

Gospodarka odpadami w branży turystycznej ma kluczowe znaczenie, ponieważ ośrodki turystyczne generują znaczne ilości odpadów, w tym plastiku, żywności i innych form śmieci. Skuteczne praktyki gospodarowania odpadami są niezbędne do zachowania środowiska naturalnego i estetyki tych miejsc, które często mają kluczowe znaczenie dla ich atrakcyjności i rentowności. Zła gospodarka odpadami może prowadzić do zanieczyszczenia, szkodzić lokalnej przyrodzie i degradować naturalne krajobrazy, obniżając tym samym jakość wrażeń turystycznych i potencjalnie zmniejszając liczbę odwiedzających. Efektywne zarządzanie odpadami, takie jak redukcja odpadów, recykling czy kompostowanie, wpisuje się w Cele Zrównoważonego Rozwoju (CZR), zwłaszcza cel dotyczący odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji (CZR 12).

Ograniczenie użycia opakowań plastikowych natomiast bezpośrednio wpisuje się w tzw. unijną "dyrektywę plastikową", która ma na celu zmniejszenie ilości odpadów plastikowych i promowanie zrównoważonych alternatyw, i którą najbardziej odczuwa branża HoReCa.

Z odpowiedzi udzielonych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną wynika, że w województwie prowadzi się prawie wszystkie z typowych działań w zakresie gospodarki odpadami, poza programem na rzecz zmniejszenia ilości przedmiotów i opakowań jednorazowych. Potwierdzają to również dokumenty strategiczne: „Plan gospodarki odpadami dla województwa wielkopolskiego na lata 2023-2028 wraz z planem inwestycyjnym” oraz „Program ograniczania marnotrawstwa i strat żywności”. W dokumentach tych brakuje natomiast odniesień do branży turystycznej i jej roli w zmniejszeniu ilości i bardziej efektywnemu zarządzaniu odpadami.

Jest to istotne biorąc pod uwagę, że branża turystyczna znacząco przyczynia się do generowania odpadów. Zaangażowanie przedstawicieli turystyki i hotelarstwa w zakresie zapobiegania powstawania, segregacji i bezpiecznej utylizacji odpadów będzie bardzo istotne dla realizacji celów wojewódzkiego programu ochrony środowiska.



ODPADY

Monitoring ilości i kategorii odpadów resztkowych	✓
Działania w celu zmniejszenia ilości odpadów	✓
Działania w celu zmniejszenia ilości przedmiotów i opakowań jednorazowych	✗
Działania w celu zmniejszenia ilości odpadów żywnościowych	✓
Monitoring ilości i kategorii odpadów segregowanych	✓
Działania w celu zwiększenia ilości odpadów poddawanych recydingowi	✓

Zanieczyszczenie

Turystyka znacząco wpływa na zanieczyszczenie środowiska w wielu aspektach. Zanieczyszczenie światłem jest widoczne w popularnych miejscach turystycznych, gdzie jasne oświetlenie nocne zakłóca naturalne cykle i wpływa negatywnie na lokalną faunę oraz zdrowie ludzi. Hałas generowany przez ruch turystyczny i imprezy stresuje mieszkańców i dziką przyrodę, zakłócając życie zwierząt. Zanieczyszczenie powietrza wynika z emisji spalin z transportu, co pogarsza jakość powietrza i zdrowie publiczne. Zanieczyszczenie gleby jest skutkiem niewłaściwego zarządzania odpadami i ściekami, co prowadzi do degradacji gleby i wpływa na rolnictwo oraz ekosystemy.

Wysoki poziom zanieczyszczeń może skutecznie zniechęcić odwiedzających, prowadząc do spadku liczby turystów, negatywnych opinii i złej reputacji destynacji.

W „Programie Ochrony Środowiska Województwa Wielkopolskiego” poruszany jest problem zanieczyszczenia powietrza oraz zanieczyszczenia hałasem na wybranych terenach. Problemy te są monitorowane, istnieją plany działania mające na celu zmniejszenie zanieczyszczenia.

Według odpowiedzi respondentów, nie prowadzi się monitoringu w zakresie zanieczyszczenia gleby, jednak, z analizy dokumentów strategicznych wynika, że obszar ten jest analizowany.

Jeśli chodzi o zanieczyszczenie światłem, realizowane są projekty budujące świadomość na temat tego problemu. Na przykład, Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego prowadzi akcję „Tydzień Ciemnego Nieba” w Ośrodku Edukacji Przyrodniczej w Chalinie, której celem jest edukacyjna mająca na celu podnoszenie świadomości na temat problem zanieczyszczenia sztucznym światłem, zachęcająca do czynnej ochrony ciemności nocy oraz popularyzująca astronomię. Brakuje natomiast monitoringu i systemowych działań związanych z zanieczyszczeniem świetlnym.



ZANIECZYSZCZENIE

Monitoring zanieczyszczenia hałasem	✓
Działania w celu zmniejszenia zanieczyszczenia hałasem	✓
Monitoring zanieczyszczenia świetlnego	✗
Działania w celu zmniejszenia zanieczyszczenia świetlnego	✗
Monitoring zanieczyszczenia powietrza	✓
Działania w celu zmniejszenia zanieczyszczenia powietrza	✓
Monitoring zanieczyszczenia gleby	✗
Działania w celu zmniejszenia zanieczyszczenia gleby	✓

Ochrona przyrody

Istotne jest, aby turystyka przyczyniała się do ochrony dzikiej przyrody i różnorodności biologicznej, ponieważ zdrowe ekosystemy są fundamentem atrakcyjnych i zrównoważonych destynacji turystycznych. Dzika przyroda i bogactwo biologiczne przyciągają turystów, oferując unikalne doświadczenia i wspierając lokalne gospodarki.

Turystyka może wspierać ochronę przyrody poprzez promowanie odpowiedzialnego podróżowania, inwestowanie w projekty ochrony środowiska oraz edukację turystów o znaczeniu bioróżnorodności. Inicjatywy takie jak ekoturystyka, stosowanie praktyk

minimalizujących wpływ na środowisko oraz współpraca z lokalnymi społecznościami w celu ochrony naturalnych siedlisk są kluczowe dla zachowania dzikiej przyrody dla przyszłych pokoleń.

Strategia Rozwoju Województwa Wielkopolskiego 2030 zauważa istotę ochrony walorów przyrodniczych, uwzględniając przyrodę w swojej wizji „Wielkopolska w 2030 roku to region przodujący w kraju, liczący się w Europie i szanujący jej uniwersalne wartości, świadomy swojego dziedzictwa przyrodniczego i cywilizacyjnego, spójny, zrównoważony i dostępny terytorialnie, ...”. Poważne podejście do ochrony walorów przyrodniczych potwierdza się udzielonymi podczas badania odpowiedziami, z których wynika, że w województwie prowadzone są wielorakie działania z zakresu ochrony przyrody i różnorodności biologicznej, w zakresie ochrony zasobów naturalnych oraz ochrony walorów krajobrazowych.

Jednocześnie, kwestia zaśmiecenia jak i ochrona walorów krajobrazowych zostały wymienione przez respondentów jako największe obszary problematyczne. Może to oznaczać, że podejmowane działania nie przynoszą na razie oczekiwanych efektów.

Biorąc pod uwagę fakt, że walory przyrodnicze są jednym z ważniejszych przyczyn wyboru destynacji turystycznych, rozwiązanie problemu ochrony przyrody może mieć kluczowy wpływ na dalszy rozwój tego sektora.

Warto byłoby również przeprowadzić analizę wpływu turystyki na przyrodę i środowisko naturalne, co jest podstawą do dalszego planowania rozwoju turystycznego. Jest to istotne, ponieważ działalność turystyczna odbywa się w dużej części na terenach cennych przyrodniczo.

Do zaskakujących aspektów należy również uznać fakt, że zgodnie z odpowiedziami respondentów, nie ma wojewódzkich produktów turystycznych, które w sposób bezpośredni przyczyniałyby się do ochrony przyrody i różnorodności biologicznej.



OCHRONA PRZYRODY

Program w zakresie ochrony przyrody i różnorodności biologicznej	✓
Program w zakresie ochrony zasobów naturalnych (np. minerałów, wody, gleby)	✓
Program w zakresie zapobiegania inwazyjnym gatunkom obcym	✓
Program w zakresie ochrony walorów krajobrazowych	✓
Program w zakresie ochrony dzikich zwierząt	✗
Program w zakresie poprawy dobrostanu zwierząt w niewoli	✗
Wytyczne w zakresie planowania przestrzennego	✗
Analiza wpływu turystyki na przyrodę i środowisko naturalne	✗
Produkty turystyczne, przyczyniające się do ochrony przyrody i różnorodności	✗

2.2. Aspekty społeczno-gospodarcze

Zrównoważona turystyka nie tylko przyczynia się do ochrony środowiska naturalnego, ale także wspiera rozwój społeczności lokalnych, tworzenie miejsc pracy oraz promowanie dziedzictwa kulturowego. Zarządzanie turystyką w sposób zrównoważony wymaga zintegrowanego podejścia, które uwzględnia potrzeby i oczekiwania lokalnych mieszkańców, wpływ turystyki na lokalną gospodarkę oraz zachowanie i promowanie unikalnych tradycji i wartości kulturowych. Właściwe zbalansowanie tych aspektów jest kluczowe dla zapewnienia długoterminowego sukcesu i trwałości destynacji turystycznej, przy jednoczesnym minimalizowaniu negatywnych skutków społecznych, gospodarczych i kulturowych.

Wyzwania społeczno-gospodarcze

Zgodnie z wizją województwa, Wielkopolska to region „(..) zrównoważony i dostępny terytorialnie, otwarty na nowe idee i ludzi, silny nowoczesną gospodarką, aspiracjami i wiedzą swoich mieszkańców, zapewniający im bardzo dobre warunki życia, pracy i wypoczynku na całym obszarze województwa”.

Wielkopolska to region o dobrze rozwiniętej gospodarce, jednak obecnie województwo stoi przed kilkoma istotnymi wyzwaniami, które mogą wpłynąć na jego przyszły rozwój, w tym także na sektor turystyczny. W Strategii Rozwoju Województwa podkreśla się wewnętrzne

zróżnicowanie regionu, obejmujące różnice w poziomie rozwoju gospodarczego, sytuacji na rynku pracy, dostępności do usług, infrastruktury, komunikacji oraz Internetu. Deficyt pracowników, szczególnie w sektorach pracochłonnych, które nie mogą być w pełni zautomatyzowane, oraz niekorzystne prognozy demograficzne stanowią poważne długoterminowe wyzwania, które wpływają również na rozwój turystyki w regionie.

Respondenci niniejszego badania zwrócili dodatkowo uwagę na niski poziom zaangażowania obywateli w procesy planowania i zarządzania publicznego, co ogranicza możliwość efektywnego rozwoju turystyki, wymagającej współpracy różnych interesariuszy. Problemy związane z ochroną zdrowia i bezpieczeństwem mieszkańców również mogą wpływać na wizerunek Wielkopolski jako destynacji turystycznej. Z kolei Wielkopolska Organizacja Turystyczna podkreśla brak wykwalifikowanych kadr gotowych do pracy w sektorze turystycznym, co dodatkowo komplikuje rozwój tej branży.

Wzmocnienie sektora turystycznego wymaga więc rozwiązania problemów strukturalnych oraz większego zaangażowania społeczności lokalnych w jego rozwój.

W kolejnych częściach tego rozdziału w/w obszary zostały omówione bardziej szczegółowo.

Obszary szczególnie problematyczne

1. Starzenie się społeczeństwa

2. Niski udział obywateli w planowaniu i zarządzaniu publicznym

3. Problemy w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców

Udział turystyki w gospodarce

Turystyka może odgrywać istotną rolę w rozwoju gospodarczym. Po pierwsze, przyciąganie turystów do danego regionu generuje wzrost popytu na dobra i usługi, co stymuluje rozwój lokalnych przedsiębiorstw, takich jak hotele, restauracje, sklepy, organizatorzy wycieczek czy rzemiosło lokalne. To z kolei prowadzi do tworzenia miejsc pracy i zwiększania dochodów dla mieszkańców regionu. Po drugie, turystyka może przyczyniać się do dywersyfikacji gospodarczej, zmniejszając zależność od jednej gałęzi przemysłu. Regiony oparte na turystyce często rozwijają różnorodne sektory, takie jak kultura, sztuka, rzemiosło, rekreacja czy agroturystyka. Ponadto, turystyka może również wspierać rozwój infrastruktury, takiej jak drogi, lotniska, transport publiczny czy usługi komunalne, co przynosi korzyści zarówno turystom, jak i lokalnym mieszkańcom.

Istotne jest, aby w turystyce brały udział różne podmioty, włącznie z organizacjami pozarządowymi i osobami w ciężkiej sytuacji życiowej (osoby bezrobotne, wykluczone), oraz aby dochody turystyczne były sprawiedliwie i równomiernie dzielone. W wojewódzkich dokumentach strategicznych mówi się o nierównościach społecznych i problemie bezrobocia szczególnie wśród osób z niepełnosprawnościami. W tym kontekście turystyka ma szczególną szansę odegrać pozytywną rolę w rozwoju regionalnym i podniesieniu poziomu życia ludności.

Jak wynika z tabeli poniżej, województwo wielkopolskie podejmuje już ważne kroki na rzecz zwiększenia znaczenia turystyki w swojej gospodarce, choć obecnie działania te nie są w pełni zintegrowane w ramach spójnej strategii. Region może pochwalić się działaniami promującymi produkty lokalne, co jest kluczowe dla budowania autentycznego wizerunku turystycznego i wspierania lokalnych producentów. Również inicjatywy wspierające przedsiębiorców z branży turystycznej stanowią istotny element rozwoju sektora, pomagając firmom w lepszym dostosowaniu się do wymagań rynku i podnoszeniu jakości świadczonych usług.

Brakuje jednak kilku istotnych elementów, które mogłyby wzmocnić rolę turystyki w gospodarce regionu. Przede wszystkim województwo nie prowadzi systematycznego monitoringu udziału turystyki w gospodarce, co utrudnia ocenę skuteczności podejmowanych działań i identyfikację obszarów wymagających wsparcia. Nie istnieje również dedykowany program, który koncentrowałby się na zwiększeniu znaczenia turystyki w gospodarce regionu, co ogranicza możliwość bardziej strategicznego podejścia do rozwoju sektora. Kolejnym wyzwaniem jest brak programu promującego zatrudnienie w turystyce, co jest szczególnie istotne w kontekście niedoboru wykwalifikowanych kadr w tej branży.



UDZIAŁ TURYSTYKI W GOSPODARCE

Monitoring udziału turystyki w gospodarce	×
Program dot. zwiększenia znaczenia turystyki w gospodarce	×
Działania w zakresie promocji produktów lokalnych	✓
Działania na rzecz wsparcia przedsiębiorców z branży turystycznej	✓
Program promujący zatrudnienie w sektorze turystycznym	×

Społeczności lokalne

Zaangażowanie społeczności lokalnych w rozwój turystyki jest kluczowe dla zapewnienia zrównoważonego i korzystnego wpływu turystyki na region. Lokalni mieszkańcy najlepiej znają swoje środowisko, kulturę i tradycje, co pozwala tworzyć autentyczne i atrakcyjne doświadczenia dla turystów. Współpraca z lokalnymi społecznościami wspiera gospodarkę, tworzy miejsca pracy i zwiększa dochody mieszkańców, jednocześnie promując ochronę zasobów naturalnych i dziedzictwa kulturowego. Angażowanie społeczności lokalnych może obejmować ich udział w planowaniu i zarządzaniu turystyką, rozwijanie lokalnych przedsiębiorstw turystycznych oraz edukację na temat zrównoważonych praktyk. Takie podejście buduje silne, zintegrowane społeczności, które są bardziej skłonne do wspierania działań na rzecz ochrony środowiska i promowania długoterminowego, odpowiedzialnego rozwoju turystyki.

Jak wynika z odpowiedzi udzielonych przez respondentów, niski udział obywateli w planowaniu i zarządzaniu strategicznym stanowi pewien problem, a zatem wszelkie działania zwiększające świadomość mieszkańców na temat ich roli i wpływu na rozwój regionu będą mieć szczególne znaczenie.

Z punktu widzenia standardów turystyki zrównoważonej, zaangażowanie społeczności lokalnych w działania województwa wielkopolskiego na rzecz rozwoju regionu jest na razie ograniczone, choć istnieją pewne inicjatywy, które mogą stanowić punkt wyjścia do dalszych działań.

Przykładowo w 2024 r. Zarząd Województwa Wielkopolskiego ogłosił otwarty konkurs ofert na zadania w dziedzinie edukacji, takie jak wspieranie projektów edukacyjnych z zakresu wychowania obywatelskiego, wiedzy o samorządzie terytorialnym, ze szczególnym uwzględnieniem Samorządu Województwa Wielkopolskiego, a także wspieranie działań z zakresu upowszechniania wzorca aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym, z uwzględnieniem roli lidera grupy. Osobno przeprowadzony został konkurs na zadanie: Edukacja i wzmacnianie kapitału społecznego poprzez rozwój społeczeństwa obywatelskiego - prowadzenie Centrów Integracji Wielkopolskich Inicjatyw społecznych CIWIS w latach 2024-2028. Podstawą ogłoszenia konkursów był "Program współpracy Samorządu Województwa Wielkopolskiego z organizacjami pozarządowymi oraz innymi podmiotami prowadzącymi działalność pożytku Publicznego".

Województwo prowadzi programy w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców, co jest istotne dla poprawy jakości życia społeczności lokalnych. Dodatkowo, realizowane są programy promujące kulturę lokalną, które wspierają tożsamość regionalną i budują dumę z lokalnego dziedzictwa.

Brakuje jednak kluczowych elementów, które mogłyby bardziej skutecznie zaangażować społeczności w procesy decyzyjne oraz poprawić ich relacje z sektorem turystycznym. Województwo nie posiada programu ochrony praw człowieka ani mechanizmów oceny przestrzegania tych praw, w tym praw pracowniczych. Branża turystyczna, będąca jednym z największych na świecie sektorów gospodarki, często zatrudnia osoby na pozycjach niskopłatnych i tymczasowych, co może prowadzić do nadużyć, takich jak niskie wynagrodzenia, długie godziny pracy oraz brak zabezpieczenia socjalnego. Zapewnienie przestrzegania praw pracowniczych, w tym godziwego wynagrodzenia, bezpiecznych warunków pracy oraz prawa do zrzeszania się, jest niezbędne dla zrównoważonego rozwoju turystyki.

Brakuje także monitoringu poziomu zadowolenia mieszkańców z rozwoju turystyki oraz analizy wpływu turystyki na społeczności lokalne, co utrudnia identyfikację potencjalnych konfliktów i obszarów wymagających interwencji. Nie wdrożono również instrumentów angażujących mieszkańców w procesy decyzyjne dotyczące turystyki, co ogranicza ich współudział w planowaniu rozwoju regionu.

Dodatkowo, brak programów budujących świadomość na temat praw człowieka, nierówności społecznych, zmian klimatycznych oraz propagujących ekologiczny styl życia sprawia, że mieszkańcy są mniej świadomi wyzwań współczesnego świata i swojej roli w ich rozwiązywaniu. Zarząd Województwa Wielkopolskiego każdego roku współpracuje z organizacjami pozarządowymi, ogłaszając otwarty konkurs ofert na realizację w formie

wspierania zadań publicznych Województwa Wielkopolskiego w dziedzinie ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego w roku 2024. Podstawą ogłoszenia konkursów są "Programy współpracy Samorządu Województwa Wielkopolskiego z organizacjami pozarządowymi oraz innymi podmiotami prowadzącymi działalność pożytku Publicznego". Innymi przykładami działań Województwa Wielkopolskiego są: Konkurs „Działania proekologiczne i prokulturowe w ramach strategii rozwoju województwa wielkopolskiego”. Olimpiada Wiedzy Ekologicznej. Program pn. „Błękitno-zielone inicjatywy dla Wielkopolski”. Świadomi obywatele są kluczem do skutecznej ochrony środowiska i realizacji celów zrównoważonego rozwoju. Zaangażowani mieszkańcy są bardziej skłonni do wspierania lokalnych inicjatyw ekologicznych, wdrażania zrównoważonych praktyk w swoich codziennych działaniach i promowania ekologicznego stylu życia. Ponadto, edukacja na temat zrównoważonego rozwoju wzmacnia poczucie odpowiedzialności za przyszłość ich społeczności, co prowadzi do bardziej aktywnego udziału w decyzjach dotyczących lokalnego rozwoju i ochrony środowiska.



SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

Program w zakresie ochrony praw człowieka	×
Ocena przestrzegania praw człowieka, w tym praw pracowniczych	×
Program w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców	✓
Regulacje dot. dostępu do zasobów naturalnych, miejsc przyrodniczych i kulturowych	×
Monitoring poziomu zadowolenia mieszkańców z rozwoju turystyki	×
Analiza wpływu turystyki na mieszkańców i społeczności lokalne	×
Instrumenty angażujące mieszkańców w procesy decyzyjne dot. turystyki	×
Budowanie świadomości w zakresie praw człowieka i nierówności społecznych	×
Programy dla mieszkańców propagujące kulturę lokalną	✓
Budowanie świadomości w zakresie zmian klimatycznych	×
Programy dla mieszkańców propagujące ekologiczny tryb życia	×

Dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami

Respondenci różnie oceniali poziom dostępności województwa wielkopolskiego dla osób ze szczególnymi potrzebami, w tym dla osób z niepełnosprawnością. Część oceniała poziom dostępności jako dobry, kilka organizacji lokalnych bierze pod uwagę dostępność przy tworzeniu nowych produktów turystycznych, a także dostępność województwa jest wykorzystywana jako atut w promocji Wielkopolski destynacji turystycznej. Spora grupa respondentów oceniała jednak poziom dostępności jako niski albo bardzo niski, zaznaczając go jako jeden z ważniejszych obszarów problematycznych.

Mimo, że duża część firm biorących udział w badaniu zadeklarowała dostępność swoich usług/obiektu dla osób z niepełnosprawnościami, jak wynika z analizy obiektów dostępnych na Booking.com – zaledwie 6% obiektów z województwa wielkopolskiego promujących się na tej platformie posiada pokoje dostępne dla osób na wózkach inwalidzkich, a zaledwie 0,2% posiada oznaczenia dla niewidomych w systemie Braille’a.

Strategia województwa wielkopolskiego zwraca uwagę na wyzwania związane ze starzeniem się społeczeństwa oraz rosnącymi problemami zdrowotnymi, które wymagają szczególnych działań wspierających seniorów. Jednocześnie wskazuje na niską aktywizację zawodową osób z niepełnosprawnościami, co stanowi dodatkowy obszar wymagający interwencji. W dokumencie podkreślono konieczność zaangażowania obywateli w realizację inicjatyw na rzecz osób starszych, a także wsparcia rozwoju produktów i usług związanych z tzw. srebrną gospodarką, które umożliwiają seniorom aktywne i godne starzenie się.

Podejmowane inwestycje powinny jednocześnie wzmacniać integrację oraz spójność społeczną, tworząc przestrzeń dla budowania więzi międzypokoleniowych i wspierania różnorodnych grup społecznych. Działania te mają również przyczynić się do zwiększenia szans na rynku pracy dla osób zagrożonych ubóstwem lub wykluczeniem społecznym. Realizacja takich celów może nie tylko poprawić jakość życia mieszkańców regionu, ale także wzmocnić jego potencjał gospodarczy poprzez pełniejsze wykorzystanie umiejętności i doświadczenia różnych grup społecznych.

Jednak w strategii województwa brakuje konkretnych odniesień do roli turystyki w tym kontekście. Oprócz dostosowywania infrastruktury turystycznej i promowania atrakcji dostępnych dla wszystkich, sektor turystyczny może również stać się znaczącym narzędziem aktywizacji zawodowej osób z niepełnosprawnościami.

Branża turystyczna oferuje różnorodne możliwości zatrudnienia, które mogą być dostosowane do umiejętności i potrzeb osób z niepełnosprawnościami, np. w hotelarstwie, gastronomii, obsłudze turystów czy rękodziele lokalnym. Tworzenie takich miejsc pracy nie tylko wspiera integrację społeczną, ale także pozwala na pełniejsze wykorzystanie potencjału lokalnych społeczności.

Kultura

Ochrona dziedzictwa kulturowego jest nieodrębną częścią zrównoważonego rozwoju turystyki. Dziedzictwo kulturowe reprezentuje unikalną tożsamość i tradycje miejsca, co przyciąga turystów poszukujących unikalnych doświadczeń. Zachowując i promując dziedzictwo

kulturowe (zarówno to historyczne jak i współczesne), destynacje turystyczne zachowują swoją autentyczność, co przyczynia się do zadowolenia odwiedzających i zachęca do dłuższych pobyków. Ponadto ochrona dziedzictwa kulturowego wzmacnia lokalne społeczności i wspiera rozwój społeczno-gospodarczy. Tworzy możliwości zatrudnienia, stymuluje przedsiębiorczość i dystrybuuje dochody, prowadząc do wzrostu sprzyjającego włączeniu społecznemu i poprawy standardów życia. Dodatkowo, ochrona dziedzictwa kulturowego zapewnia długoterminową ochronę cennych aktywów kulturowych, zapobiegając zaniedbaniu i ich nieodwracalnej utracie.

Turystyka kulturowa, natomiast, promuje zrozumienie międzykulturowe, wspierając empatię i szacunek wśród odwiedzających i społeczności przyjmujących. Zapewniając platformę wymiany kulturowej, turystyka przyczynia się do pokojowego współistnienia i zmniejsza uprzedzenia kulturowe. Co więcej, włączenie dziedzictwa kulturowego do planowania i zarządzania turystyką umożliwia holistyczne i zrównoważone podejście.

Zgodnie ze Strategią Rozwoju Województwa Wielkopolskiego, różnorodność i wartość dziedzictwa kulturowego są jednymi z największych atutów regionu. Dziedzictwo to odgrywa kluczową rolę w budowaniu świadomości i tożsamości mieszkańców oraz stanowi istotny element atrakcyjności turystycznej i rekreacyjnej, obok środowiska przyrodniczego. Strategia podkreśla, że ochrona i promocja kultury i tradycji są nie tylko wyrazem troski o lokalne dziedzictwo, ale również narzędziem wspierającym rozwój społeczno-gospodarczy regionu.

Województwo wielkopolskie realizuje szereg działań na rzecz ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego. Przede wszystkim istnieją programy w zakresie ochrony materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego. Obiekty kulturowe zostały odpowiednio oznaczone dla zapewnienia prawidłowej interpretacji. Został także przeprowadzony audyt krajobrazowy województwa, który pozwala na identyfikację oraz zabezpieczenie kluczowych obiektów i obszarów o znaczeniu historycznym, kulturowym i estetycznym, co podnosi ich wartość dla odwiedzających. Jednocześnie, audyt krajobrazowy umożliwia lepsze zarządzanie przestrzenią, uwzględniając harmonijny rozwój infrastruktury turystycznej, która współgra z otoczeniem. Dzięki temu region może nie tylko chronić swoje dziedzictwo, ale także skuteczniej przyciągać turystów, oferując im autentyczne i dobrze zachowane atrakcje. Innym wartościowym dokumentem jest „Program promocji dziedzictwa kulinarnego Wielkopolski i żywności wysokiej jakości na lata 2021–2030”, który wzmacnia tożsamość regionu i promuje jego unikalne tradycje.

Warto w tym miejscu również zaznaczyć, że ochrona i promocja kultury i tradycji jest aspektem uwzględnianym przez połowę gmin i lokalnych organizacji turystycznych podczas tworzenia nowych produktów turystycznych, i istnieje już szereg produktów, które w sposób bezpośredni wspierają lokalną kulturę i tradycje.

Wśród prowadzonych działań zabrakło jedynie analizy wpływu turystyki na kulturę i tradycje, co umożliwiłoby lepsze zrozumienie relacji między rozwojem turystyki a zachowaniem lokalnych wartości.



KULTURA

Program w zakresie ochrony materialnego dziedzictwa kulturowego	✓
Program w zakresie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego	✓
Analiza wpływu turystyki na kulturę i tradycje	✗
Właściwe oznaczenia i informacje na obiektach kulturowych	✓
Produkty turystyczne wspierające ochronę i promocję dziedzictwa kulturowego	✓

2.3. Zarządzanie rozwojem zrównoważonym

Turystyka będzie rozwijać się w sposób stabilny i przynosić dla regionu długotrwałe korzyści społeczno-gospodarcze, tylko w sytuacji, gdy zarządzana jest w sposób prawidłowy i kompleksowy. Kryteria zarządzania turystyką zrównoważoną dla destynacji turystycznych zakładają skoordynowane podejście do turystyki zrównoważonej, w tym zaangażowanie sektora prywatnego, publicznego i społeczeństwa obywatelskiego, oraz zdolność do zarządzania kwestiami społeczno-gospodarczymi, kulturowymi i środowiskowymi. Zrównoważona destynacja turystyczna powinna, między innymi:

- posiadać wieloletnią strategię zarządzania i plan działania, uwzględniający zasady zrównoważonego rozwoju;
- posiadać grupę ekspertów, którzy posiadają kompetencje w zakresie zarządzania środowiskowego oraz zrównoważonego rozwoju turystyką
- wdrożyć system monitorowania wpływu turystyki na społeczność lokalną, przyrodę i kulturę, a działania i rezultaty powinny być regularnie analizowane;
- świadomie zarządzać liczbą odwiedzających i ich aktywnością, uwzględniając równowagę pomiędzy potrzebami lokalnej gospodarki, mieszkańców i środowiska kulturowego i społecznego;
- opracować plan zarządzania ryzykiem i sytuacjami kryzysowymi;
- prowadzić działania marketingowo-promocyjne w sposób przejrzysty i odpowiedzialny.

Strategia zrównoważonego rozwoju turystyki

Z punktu widzenia zasad turystyki zrównoważonej, strategia rozwoju turystyki powinna określać działania związane z:

- zarządzaniem ekologicznym (w tym wodą, energią, odpadami)
- ochroną przyrody i różnorodności biologicznej
- przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym
- ochroną praw człowieka, w tym praw pracowniczych
- ochroną i promocją dziedzictwa kulturowego
- rozwojem lokalnej gospodarki, wsparciem lokalnych towarów i przedsiębiorców
- zdrowiem i bezpieczeństwem turystów

Województwo wielkopolskie nie posiada wojewódzkiej strategii rozwoju turystyki, natomiast zarówno aspekty rozwoju zrównoważonego jak i turystyki przynajmniej częściowo uwzględnione są w wojewódzkiej strategii rozwoju. Bardziej szczegółowa analiza znajduje się poniżej.

Dokumenty strategiczne

Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do roku 2030

Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego uznaje rozwój zrównoważony za kluczowy model działania, co znajduje odzwierciedlenie w wizji i misji regionu (Wielkopolska w 2030 roku to region (...) świadomy swojego dziedzictwa przyrodniczego i cywilizacyjnego, spójny, zrównoważony i dostępny terytorialnie (...)). W części analitycznej dokumentu pojawiają się liczne nawiązania do międzynarodowych wytycznych, takich jak unijne polityki oraz cele zawarte w Agendzie 2030. Jednak kontekst rozwoju zrównoważonego jest najczęściej ograniczony do infrastruktury, transportu oraz terytorialnego rozwoju zrównoważonego, z mniejszym naciskiem na jego znaczenie w turystyce.

W odniesieniu do turystyki, strategia dostrzega jej potencjał, ale w sposób wybiórczy. Środowisko przyrodnicze oraz dziedzictwo kulturowe są słusznie uznane za ważne elementy atrakcyjności turystycznej i rekreacyjnej regionu, stanowiące fundament dla rozwoju tych sektorów. Jednocześnie turystyka pojawia się w dwóch celach operacyjnych:

- Cel operacyjny 2.3. Rozwój kapitału społecznego i kulturowego regionu, gdzie wskazuje się na rozwój produktów turystycznych, takich jak Wielka Pętla Wielkopolski czy Wielkopolska BIKE;
- Cel operacyjny 3.1. Poprawa dostępności i spójności komunikacyjnej, który obejmuje zagospodarowanie dróg wodnych dla celów turystycznych.

Mimo to, brakuje odniesień do szerszej roli turystyki w kontekście zrównoważonego rozwoju, szczególnie w zakresie środowiskowym. Chociaż strategia wspomina o wyzwaniach, takich jak jakość wód powierzchniowych, nie wskazuje na potencjalną rolę branży turystycznej w przeciwdziałaniu tym problemom lub w ich rozwiązywaniu.

Ponadto, poza wskazaniem na rozwój konkretnych typów turystyki (np. wodnej, kulturowej, agroturystyki), strategia nie oferuje kompleksowego planu na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki. Brakuje jasnych celów, narzędzi czy mechanizmów wspierających wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym.

Aby skuteczniej zarządzać turystyką w sposób zrównoważony, konieczne byłoby opracowanie dedykowanej strategii rozwoju turystyki lub przynajmniej planu działania. Taki dokument mógłby jasno określić rolę turystyki w realizacji celów zrównoważonego rozwoju oraz zapewnić branży turystycznej narzędzia do odpowiedzialnego działania, przyczyniając się do zrównoważonego rozwoju całego regionu.

Aby skutecznie rozwijać turystykę w sposób zrównoważony, destynacja powinna spełniać kilka kluczowych warunków. Powinna mieć przynajmniej jedną osobę zarządzającą rozwojem turystyki, która posiada kwalifikacje w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki. Powinna również wyznaczyć osobę lub zespół odpowiedzialny za koordynację działań związanych z rozwojem zrównoważonym turystyki. Ważne jest określenie i regularne monitorowanie wskaźników zrównoważonego rozwoju turystyki, obejmujących aspekty środowiskowe, społeczno-gospodarcze, oraz publikowanie przynajmniej raz w roku raportu dotyczącego realizacji strategii rozwoju turystyki, z uwzględnieniem aspektów zrównoważonego rozwoju.

Jak wynika z odpowiedzi udzielonych przez Wielkopolską Organizację Turystyczną, w województwie wielkopolskim nie są spełnione żadne z tych wymagań. Brak tych instrumentów ogranicza skuteczność implementacji strategii i może prowadzić do niespójności oraz niepełnego wykorzystania potencjalnych korzyści wynikających z realizacji zrównoważonego rozwoju w turystyce.

Osoby kompetente w zakresie zrównoważonego rozwoju turystyki	×
Zespół odpowiedzialny za zrównoważony rozwój turystyki	×
Monitoring wskaźników zrównoważonego rozwoju turystyki	×
Raport dot. realizacji strategii rozwoju zrównoważonego w branży turystycznej	×

Zarządzanie ruchem turystycznym

Zarządzanie ruchem turystycznym polega na kontrolowaniu przepływu turystów zarówno w czasie, jak i przestrzeni, aby zmniejszyć sezonowość oraz równomiernie rozłożyć obciążenie turystyczne.

Województwo wielkopolskie podejmuje już kroki mające na celu lepsze zarządzanie ruchem turystycznym, jednak istnieją pewne luki, które należy uzupełnić, aby efektywnie wykorzystać potencjał regionu i chronić jego zasoby. Obecnie realizowane są działania mające na celu zmniejszenie sezonowości ruchu turystycznego, co pozwala na bardziej równomierne

rozłożenie obciążeń infrastrukturalnych oraz wspiera przedsiębiorstwa działające w branży turystycznej przez cały rok. Również podejmowane inicjatywy w zakresie przestrzennego rozproszenia ruchu turystycznego pomagają zmniejszyć presję na najbardziej popularne destynacje i promują mniej znane obszary regionu.

Zgodnie z odpowiedziami udzielonymi przez respondentów, wciąż jednak brakuje kilku kluczowych elementów zarządzania ruchem turystycznym, które mogłyby znacząco poprawić efektywność działań. Nie ma aktualnej listy aktywów turystycznych, zarówno przyrodniczych, jak i kulturowych, co utrudnia planowanie i promocję regionu. Brakuje również szczegółowego monitoringu ruchu turystycznego (w tym analizy liczby, charakterystyki, preferencji i rodzaju aktywności turystów wraz z ich segmentacją), który pozwoliłby na zbieranie danych o liczbie i profilu odwiedzających, a także na identyfikację miejsc wymagających szczególnej uwagi. Ponadto nie zostały obliczone pojemności najbardziej wrażliwych terenów turystycznych, co mogłoby pomóc w ograniczeniu ich nadmiernego użytkowania i degradacji.

Dodatkowo, brak wytycznych dotyczących wynajmu obiektów turystycznych i krótkoterminowego, jak również systemu regulującego ruch turystyczny, ogranicza możliwość kontrolowania i zarządzania wpływem turystyki na lokalne społeczności i środowisko. Wprowadzenie takich rozwiązań mogłoby pomóc w ochronie miejsc o szczególnej wartości przyrodniczej i kulturowej, a także w bardziej zrównoważonym rozwoju sektora turystycznego.



ZARZĄDZANIE RUCHEM TURYSTYCZNYM

Aktualna lista aktywów turystycznych (przyrodniczych i kulturowych)	×
Monitoring ruchu turystycznego	×
Wytyczne dot. wynajmu obiektów turystycznych i wynajmu krótkoterminowego	×
Obliczona została pojemność najbardziej wrażliwych terenów turystycznych	×
Działania mające na celu zmniejszenie sezonowości ruchu turystycznego	✓
Działania mające na celu przestrzenne rozproszenie ruchu turystycznego	✓
System regulujący ruchem turystycznym	×

Jak wynika z odpowiedzi jst i lokalnych organizacji turystycznych, połowa z nich posiada listę aktywów turystycznych, ale zarządzanie ruchem turystycznym na poziomie lokalnym nie jest działaniem priorytetowym. Monitoring ruchu turystycznego oraz działania mające na celu rozproszenie ruchu turystycznego prowadzone są tylko w pojedynczych gminach.

Zaangażowanie turystów

Zaangażowanie turystów w kwestie rozwoju zrównoważonego jest kluczowe dla osiągnięcia długoterminowych celów w turystyce. Głównym narzędziem w tym procesie jest monitoring zadowolenia turystów, szczególnie w odniesieniu do aspektów środowiskowych i kulturowych. Dzięki regularnym badaniom można ocenić, jak turyści postrzegają wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju i jakie obszary wymagają poprawy. Aktualnie w województwie wielkopolskim nie prowadzi się analizy zadowolenia turystów.

Drugim kluczowym narzędziem jest skuteczna komunikacja. Obejmuje ona promowanie kodeksów postępowania na terenach wrażliwych przyrodniczo i kulturowo oraz propagowanie odpowiedzialnego podróżowania. Należy edukować turystów o ekologicznym zachowaniu, takim jak promocja niskoemisyjnego transportu, wspieranie lokalnych społeczności i kultury oraz zachęcanie do wyboru zrównoważonych przedsiębiorstw. Wszystkie te elementy powinny być integralną częścią strategii komunikacyjnej, aby zwiększyć świadomość i zaangażowanie turystów w praktyki proekologiczne i prospołeczne. Jak widzimy z tabeli poniżej, w województwie wielkopolskim, zachęca się wyłącznie turystów do wspierania społeczności lokalnych. Warto by również rozpocząć budowanie świadomości na pozostałe tematy.

Oddzielnym, lecz równie ważnym aspektem jest zdrowie i bezpieczeństwo turystów. Poza wdrożeniem programów dbających o te kwestie, niezbędna jest również skuteczna komunikacja dotycząca bezpiecznego zachowania podczas podróży. Informowanie turystów o zasadach bezpiecznego podróżowania jest kluczowe, aby zapewnić im komfort i bezpieczeństwo, co z kolei pozytywnie wpływa na ich ogólne doświadczenie turystyczne. Jak wynika z odpowiedzi respondentów, w województwie wielkopolskim, temat bezpieczeństwa nie jest podejmowany w kontekście turystyki.



ZAANGAŻOWANIE TURYSTÓW

Monitoring zadowolenia turystów, w tym aspektów środowiskowych i kulturowych	×
Program dot. zdrowia i bezpieczeństwa turystów	×
Promocja zrównoważonych przedsiębiorstw turystycznych	×
Kampanie promujące ekologiczny sposób podróżowania	×
Kampanie zachęcające do wspierania społeczności lokalnych	✓
Kodeksy postępowania na terenach wrażliwych przyrodniczo	×
Kodeksy postępowania na terenach/ obiektach wrażliwych kulturowo	×

Zaangażowanie branży turystycznej

Zaangażowanie branży turystycznej w aspekty rozwoju zrównoważonego jest kluczowe dla długoterminowego sukcesu zarówno samych przedsiębiorstw, jak i destynacji turystycznych.

Niemożliwe jest osiągnięcie celów rozwoju zrównoważonego, ani celów założonych w strategii rozwoju województwa bez zaangażowania biznesu, w tym branży turystycznej, zwłaszcza tam, gdzie turystyka wykorzystuje zasoby naturalne i może mieć negatywny wpływ na środowisko i społeczności lokalne.

Województwo powinno prowadzić kampanie uświadamiające, organizować szkolenia oraz oferować programy wsparcia i systemy zachęt dla przedsiębiorstw turystycznych, aby promować i wdrażać praktyki zrównoważonego rozwoju. Takie działania mogą obejmować edukację na temat oszczędzania energii i wody, zarządzania odpadami, promowania niskoemisyjnych środków transportu czy budowania świadomości na temat dostępności i inkluzji. Programy uświadamiające i szkolenia są też niezbędne aby przygotować branżę turystyczną na przyszłe regulacje prawne i standardy, takie jak unijna dyrektywa CSRD czy Green Claims.

Jak widać w tabeli poniżej, w województwie były prowadzone pewne inicjatywy dotyczące głównie budowania świadomości branży turystycznej na temat standardów turystyki zrównoważonej i dostępnych programów certyfikacji, jednak wciąż pozostaje wiele tematów, które wymagają uwagi.



ZAANGAŻOWANIE BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Promocja standardów (kryteriów) turystyki zrównoważonej	✓
Promocja programów certyfikacji dla turystyki zrównoważonej	✓
Zarządzanie odpadami	✗
Energoefektywność	✗
Zarządzanie zasobami wodnymi	✗
Zmiany klimatyczne i ślad węglowy	✗
Dobrostan zwierząt i ich wykorzystania w turystyce	✓
Tworzenie dobrych warunków pracy	✗
Integracja elementów kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego	✗
Możliwości współpracy branży turystycznej z organizacjami pozarządowymi	✗
Nowe regulacje krajowe i unijne w zakresie rozwoju zrównoważonego	✗

Produkty turystyczne

Produkty turystyczne odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu wizerunku destynacji, ponieważ to właśnie one są tym, co destynacja chce zaprezentować odwiedzającym. Nawet jeśli niektóre zrównoważone rozwiązania nie są wdrożone na poziomie całej destynacji, istotne jest, aby były uwzględnione przy tworzeniu produktów turystycznych. Integracja zrównoważonych praktyk w produktach turystycznych nie tylko wzmacnia atrakcyjność destynacji dla coraz bardziej świadomych ekologicznie turystów, ale także przyczynia się do długoterminowej ochrony zasobów naturalnych i kulturowych.

Przy tworzeniu regionalnych i lokalnych produktów turystycznych, organizacje lokalne i regionalne najczęściej biorą pod uwagę zaangażowanie lokalnych przedsiębiorców i promocję produktów lokalnych, a na drugim miejscu ochronę i promocję kultury. Część z nich uwzględnia także wpływ produktów turystycznych na przyrodę i środowisko naturalne. Pozostałe aspekty są uwzględniane zdecydowanie rzadziej.

Aspekty uwzględniane przez organizacje turystyczne przy tworzeniu produktów turystycznych

Zaangażowanie lokalnych przedsiębiorców i promocja produktów lokalnych

Ochrona i promocja kultury i tradycji

Wpływ na przyrodę i środowisko naturalne

Dostępność (m.in. dla osób z niepełnosprawnością)

Wpływ na jakość życia mieszkańców

Przestrzenne rozproszenie ruchu turystycznego

Zmniejszenie sezonowości

Poziom emisji CO₂

Odpowiedzialna promocja

Odpowiedzialne podejście do promocji i marketingu jest kluczowe dla zrównoważonego rozwoju destynacji turystycznych. Wszelkie promowane atrakcje powinny być przedstawiane rzetelnie, zgodnie z rzeczywistością, aby unikać rozczarowań wśród turystów i budować ich zaufanie. Konieczne są rzeczywiste działania, aby zapewnić, że oferowane walory przyrodnicze, kulturowe i infrastruktura są zgodne z tym, co obiecywane w materiałach promocyjnych. W praktyce oznacza to ochronę przyrody i zabytków, wsparcie dla lokalnych społeczności oraz utrzymanie infrastruktury na odpowiednim poziomie.

Przykładowo, jeśli reklamowane są nieskazitelne rezerваты i czyste jeziora, destynacja powinna zainwestować w zarządzanie odpadami, ochronę ekosystemów i ograniczanie śladu węglowego. Jeśli promowane są unikalne tradycje kulturowe, istotne jest autentyczne ich odzwierciedlenie, poprzez współpracę z lokalnymi twórcami i rzemieślnikami oraz programy ochrony dziedzictwa.

Zarówno walory kulturowe, jak i przyrodnicze oraz dostępność dla osób o specjalnych potrzebach są wykorzystywane w promocji województwa wielkopolskiego. Niestety, nie zawsze idzie za tymi deklaracjami odpowiednie działanie.

Aby województwo wielkopolskie mogło skutecznie wykorzystywać swoje walory przyrodnicze i działania proekologiczne w promocji, kluczowe jest zaangażowanie branży turystycznej w ochronę środowiska. Szczególny nacisk powinien być położony na przeciwdziałanie problemom środowiskowym, z którymi boryka się region, takimi jak stres wodny, zanieczyszczenie powietrza czy zła jakość wód rzek i jezior. Brak zgodności między promowanymi wartościami ekologicznymi a faktycznymi działaniami może nie tylko negatywnie wpłynąć na wizerunek regionu, ale także naruszać zasady unijnej dyrektywy Green Claims.

Dyrektywa ta wymaga, aby wszelkie komunikaty dotyczące ekologii były poparte odpowiednią certyfikacją.

Obecnie w Wielkopolsce jedynie kilka obiektów noclegowych, z których niemal wszystkie znajdują się w Poznaniu, posiada certyfikat zrównoważonego rozwoju. To uwidacznia brak konsekwencji w działaniach podejmowanych przez inne podmioty turystyczne regionu. Bez aktywnego zaangażowania branży turystycznej w ochronę środowiska, działania promocyjne mogą zostać uznane za nieautentyczne i prowadzić do oskarżeń o greenwashing. Współpraca sektora turystycznego w zakresie ekologii, połączona z szerzeniem certyfikacji zrównoważonego rozwoju, nie tylko wzmocniłaby wiarygodność regionu jako odpowiedzialnej destynacji, ale również przyczyniłaby się do faktycznej poprawy stanu środowiska, co jest kluczowe dla długoterminowego rozwoju turystyki.

3. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE W FIRMACH TURYSTYCZNYCH

3.1. Zarządzanie środowiskowe



ENERGIA

W województwie wielkopolskim firmy podejmują szereg działań w zakresie zarządzania energią, przy czym niektóre praktyki są bardziej popularne niż inne.

Najbardziej powszechną praktyką jest stosowanie energooszczędnych źródeł światła, głównie lamp LED, co pozwala znacząco obniżyć zużycie energii na oświetlenie i zmniejsza emisję dwutlenku węgla. Wiele firm regularnie kontroluje stan techniczny sprzętów, co zapobiega awariom i pozwala na bardziej efektywne wykorzystanie energii, przedłużając jednocześnie żywotność urządzeń.

Firmy dbają również o optymalne warunki izolacji swoich budynków, zapewniając dobre ocieplenie, co zmniejsza straty ciepła i tym samym obniża koszty ogrzewania. Zastosowanie czujników ruchu w takich miejscach jak korytarze, łazienki publiczne i zewnętrzne tereny wokół budynków jest również szeroko rozpowszechnione, co dodatkowo przyczynia się do oszczędności energii poprzez automatyczne wyłączenie oświetlenia, gdy nie jest potrzebne.

Większość firm monitoruje i analizuje swoje zużycie energii co najmniej raz w miesiącu, co pozwala im na identyfikowanie obszarów, gdzie możliwe są dalsze oszczędności. Większość sprzętów wykorzystywanych przez firmy to urządzenia energooszczędne, klasy A, które zużywają mniej energii w porównaniu do starszych modeli.

Mniej popularne, choć nadal stosowane, są praktyki wyznaczania konkretnych, ilościowych celów redukcji zużycia energii. Takie podejście wymaga bardziej strategicznego planowania, ale pozwala na skuteczniejsze zarządzanie i śledzenie postępów w zakresie oszczędności energetycznych.

Kolejne praktyki, takie jak korzystanie z pomp ciepła oraz pozyskiwanie części energii ze źródeł odnawialnych (np. instalowanie paneli słonecznych), są stosowane rzadziej, co może wynikać z wyższych kosztów inwestycyjnych. W niektórych hotelach i budynkach usługowych firmy stosują włączniki na kartę, które zapobiegają marnowaniu energii w nieużywanych pomieszczeniach, choć jest to praktyka mniej powszechna.

Podsumowując, firmy w Wielkopolsce coraz bardziej wdrażają energooszczędne praktyki, od prostszych rozwiązań, takich jak lampy LED i dobre ocieplenie budynków, po bardziej zaawansowane technologie, jak pompy ciepła i odnawialne źródła energii. Widać jednak, że nadal istnieje potencjał na dalszy rozwój, zwłaszcza w zakresie bardziej

innowacyjnych technologii oraz wyznaczania konkretnych, mierzalnych celów oszczędnościowych.

Najczęstsze praktyki z zakresu zarządzania energią:

1. Wykorzystanie energooszczędnego oświetlenia
2. Sprawdzanie stanu technicznego sprzętów
3. Wykorzystanie czujników ruchu
4. Monitoring i analiza poziomu zużycia energii



TRANSPORT

Zdecydowana większość respondentów nie podejmuje aktywnych działań związanych z ekologizacją transportu, co pozostawia spory potencjał do poprawy w tej dziedzinie. Tylko nieliczne firmy wdrażają praktyki, które mają na celu zmniejszenie negatywnego wpływu transportu na środowisko.

Przykładowe działania obejmują promowanie ekologicznych środków transportu wśród pracowników i klientów, co może oznaczać zachęcanie do korzystania z komunikacji miejskiej, rowerów lub carpoolingu. Kilka firm korzysta również z samochodów elektrycznych lub hybrydowych przynajmniej częściowo, co stanowi istotny krok w kierunku redukcji emisji CO₂ z transportu.

Inne praktyki to szkolenia lub instrukcje dla kierowców w zakresie ekologicznej jazdy, które mogą obejmować techniki redukujące zużycie paliwa, takie jak łagodne przyspieszanie i hamowanie. Dodatkowo, niektóre firmy dopasowują rozmiar pojazdu do rozmiaru grupy klientów, co minimalizuje zbędne zużycie paliwa i ogranicza emisje.

Choć tylko nieliczne firmy podjęły tego rodzaju inicjatywy, wdrożenie tych praktyk na szerszą skalę mogłoby znacząco przyczynić się do zmniejszenia emisji transportowych oraz podniesienia świadomości ekologicznej wśród pracowników i klientów.



KLIMAT (ŚLAD WĘGLOWY)

Poza nielicznymi wyjątkami, prawie żaden z respondentów nie podejmuje aktywnych działań związanych z klimatem. W obliczu narastających wyzwań klimatycznych, warto rozważyć wdrożenie kilku kluczowych praktyk, które mogłyby przyczynić się do zmniejszenia negatywnego wpływu działalności na środowisko.

Przykładowym działaniem mogłoby być monitorowanie poziomu emisji CO₂ generowanych przez firmę. Dzięki regularnym pomiarom można zyskać wgląd

w najbardziej emisyjne obszary działalności, co stanowi pierwszy krok do ich ograniczenia. Równie ważne byłoby wdrożenie planu redukcji emisji CO₂, określającego konkretne kroki i cele, które firma chce osiągnąć, aby obniżyć swój ślad węglowy. Taki plan umożliwia bardziej świadome zarządzanie emisjami oraz śledzenie postępów w czasie.

Oprócz redukcji emisji, firmy mogłyby również opracować plan adaptacji do zmian klimatu, który pozwoliłby na przygotowanie się na ewentualne skutki klimatyczne, takie jak ekstremalne zjawiska pogodowe czy rosnące koszty energii. Tego typu przygotowanie pozwala zredukować ryzyka operacyjne związane ze zmianami klimatu i zwiększyć odporność firmy.

Inną istotną praktyką jest mierzenie poziomu emisji CO₂ związanych z podróżami służbowymi. Podróże, zwłaszcza lotnicze, stanowią duże źródło emisji w wielu organizacjach, dlatego ich monitorowanie może przyczynić się do zmniejszenia emisji, np. przez preferowanie spotkań online lub wybieranie bardziej ekologicznych środków transportu.

Wreszcie, warto rozważyć kompensację emisji CO₂, czyli inwestowanie w projekty związane z ochroną środowiska, które równoważą generowane emisje, na przykład poprzez sadzenie drzew lub wspieranie projektów odnawialnych źródeł energii. Kompensacja pozwala firmie na częściowe zneutralizowanie wpływu jej działalności na klimat, co może być istotnym elementem strategii klimatycznej.

Podjęcie tych działań mogłoby znacząco zwiększyć zaangażowanie firm w działania proklimatyczne i stanowiłoby krok w stronę bardziej zrównoważonego modelu biznesowego.



WODA

W województwie wielkopolskim świadome zarządzanie wodą nie jest jeszcze powszechną praktyką – połowa firm w ogóle nie podejmuje działań mających na celu oszczędność i odpowiedzialne wykorzystanie tego zasobu. Wśród tych firm, które wdrażają jakieś działania, najczęściej skupiają się one na technicznym utrzymaniu sprzętu w dobrym stanie, aby zapewnić jego sprawność i szczelność, co pomaga uniknąć wycieków oraz strat wody.

Niektóre firmy wdrożyły technologie zapobiegające marnowaniu wody przy podlewaniu ogrodów i terenów zielonych, co jest ważnym krokiem w kierunku efektywnego zarządzania zasobami wodnymi, zwłaszcza w okresach suszy. Również stosowanie urządzeń, takich jak toalety z podwójną spłuczką czy aeratory strumieniowe, pozwala zmniejszyć zużycie wody bez wpływu na komfort użytkowników. Firmy, które decydują się na monitoring, analizują poziom zużycia wody co najmniej raz w miesiącu, co pozwala im identyfikować potencjalne miejsca, gdzie można wprowadzić dalsze oszczędności.

W hotelach coraz częściej wprowadza się politykę ograniczania zbędnego prania ręczników i pościeli, zachęcając gości do ich wielokrotnego wykorzystania, co zmniejsza

ilość zużywanej wody i detergentów. Kilka firm ustaliło także konkretne, ilościowe cele związane z ograniczeniem zużycia wody, co stanowi bardziej zaawansowane podejście do zarządzania wodą.

Rzadziej spotykanymi, ale cennymi praktykami są odzyskiwanie i ponowne wykorzystanie wody szarej oraz procedury oszczędzające wodę w pralniach. Hotele, które dysponują basenami, wdrażają także metody ich czyszczenia, które minimalizują zużycie wody, ale te działania nie są jeszcze powszechne.

Zaskakujące jest, że tak wiele firm w Wielkopolsce pozostaje biernych wobec zarządzania wodą, zwłaszcza że region ten jest jednym z najbardziej dotkniętych przez stres wodny w Polsce. Widoczny brak szeroko zakrojonych praktyk zarządzania wodą w regionie zmagającym się z deficytem wodnym sugeruje konieczność podniesienia świadomości i zwiększenia zaangażowania firm w odpowiedzialne zarządzanie tym kluczowym zasobem.

Najczęstsze praktyki z zakresu zarządzania wodą:

1. Sprawdzanie stanu technicznego sprzętów
2. Brak jakichkolwiek praktyk z zakresu zarządzania wodą
2. Wykorzystanie urządzeń obniżających zużycie wody



ODPADY

W województwie wielkopolskim firmy stosują różnorodne praktyki zarządzania odpadami, przy czym niektóre z nich cieszą się większą popularnością niż inne.

Najczęściej stosowaną praktyką jest segregacja odpadów na minimum trzy kategorie, co pozwala na bardziej efektywne przetwarzanie i recykling surowców. Wysoką wagę przykładana się również do bezpiecznej utylizacji odpadów niebezpiecznych, takich jak baterie, lampy i sprzęt elektroniczny, co świadczy o rosnącej świadomości w zakresie ochrony środowiska i przestrzegania przepisów dotyczących gospodarki odpadami.

Wiele firm stara się również ograniczać zużycie papieru, redukując wydruk materiałów marketingowych. Dzięki temu firmy nie tylko minimalizują odpady, ale także zmniejszają koszty operacyjne. Kolejną powszechną praktyką jest coroczne zmniejszanie ilości jednorazowych przedmiotów, zwłaszcza plastikowych, co stanowi istotny krok w kierunku ograniczenia ilości trudnych do przetworzenia odpadów.

Inne firmy wdrożyły systemy elektronicznego obiegu dokumentów, co eliminuje konieczność użycia papieru w codziennej pracy biurowej i usprawnia procesy organizacyjne. Monitoring ilości poszczególnych kategorii odpadów, w tym odpadów żywnościowych, jest także stosowany, ale nieco mniej powszechnie. Pozwala on na dokładniejszą analizę i identyfikację obszarów, w których można wprowadzić dalsze redukcje.

Niektóre firmy podejmują kroki w celu corocznego zmniejszania ilości odpadów żywnościowych, a także wyznaczają sobie ilościowe cele dotyczące zmniejszenia całkowitej ilości wytwarzanych odpadów, co świadczy o bardziej zaawansowanym podejściu do zarządzania odpadami i odpowiedzialności ekologicznej.

Mniej popularną, ale cenną inicjatywą jest przekazywanie zużytych przedmiotów lub niewykorzystanej żywności osobom bardziej potrzebującym. Choć stosowana rzadziej, ta praktyka pozwala firmom wspierać lokalne społeczności i przyczyniać się do zmniejszenia marnotrawstwa.

Podsumowując, firmy w Wielkopolsce wdrażają wiele dobrych praktyk związanych z gospodarką odpadami, od segregacji i bezpiecznej utylizacji po bardziej zaawansowane inicjatywy, takie jak ograniczanie odpadów jednorazowych oraz monitoring i wyznaczanie celów redukcji. Nadal istnieje jednak możliwość dalszego rozwoju, zwłaszcza jeśli chodzi o przekazywanie odpadów potrzebującym oraz bardziej systematyczne monitorowanie poszczególnych kategorii odpadów.

Najczęstsze praktyki z zakresu zarządzania odpadami:

1. Segregacja odpadów
2. Bezpieczna utylizacja odpadów niebezpiecznych
3. Zmniejszenie zużycia papieru, w szczególności materiałów marketingowych
4. Zmniejszenie ilości przedmiotów i opakowań jednorazowych

3.2. Aspekty społeczne, gospodarcze i kulturowe



WARUNKI ZATRUDNIENIA

W kwestiach związanych z zatrudnieniem większość respondentów deklaruje przestrzeganie kluczowych standardów, co odzwierciedla wysoki poziom zgodności z normami prawnymi i etycznymi.

Większość firm stosuje podstawowe, szeroko przyjęte praktyki, takie jak przestrzeganie Kodeksu Pracy zarówno w Polsce, jak i w innych krajach, gdzie prowadzą działalność. Wszystkim pracownikom zapewnia się formalną umowę zatrudnienia (np. umowę o pracę lub zlecenie), co gwarantuje stabilność i zgodność z wymogami prawnymi. Dodatkowo, prawie wszyscy respondenci zapewniają płacę na poziomie wystarczającym do pokrycia kosztów życia (living wage), co wskazuje na odpowiedzialne podejście do wynagrodzeń.

Firmy biorące udział w badaniu wykazują także zaangażowanie w zapewnienie równości płacowej. Wynagrodzenie na tych samych stanowiskach, dla pracowników z podobnym doświadczeniem i wykształceniem, jest równe dla kobiet i mężczyzn, co oznacza

przeciwdziałanie różnicom płacowym ze względu na płeć. Ponadto, deklarowana jest polityka niedyskryminacji obejmująca płeć, kolor skóry, religię i inne cechy, co jest istotnym elementem kultury organizacyjnej. Nie zatrudnia się osób poniżej 16. roku życia, co świadczy o przestrzeganiu zasad ochrony dzieci i młodzieży.

Natomiast tylko nieliczne firmy podejmują dodatkowe inicjatywy, takie jak zatrudnienie przynajmniej jednej osoby z niepełnosprawnością oraz wdrożenie systemu oceny satysfakcji pracowników. Te praktyki są wartościowym dodatkiem do standardowych działań związanych z zatrudnieniem, ponieważ pozwalają firmom nie tylko na zwiększenie integracji społecznej, ale także na lepsze zrozumienie i reagowanie na potrzeby pracowników.

Ogólnie rzecz biorąc, firmy uczestniczące w badaniu wykazują wysoki poziom odpowiedzialności w zakresie podstawowych praktyk zatrudnieniowych, chociaż tylko nieliczne podejmują dodatkowe kroki, które mogłyby podnieść poziom integracji i zaangażowania pracowników.

Najczęstsze praktyki z zakresu tworzenia godnych miejsc pracy:

1. Formalne zatrudnienie
2. Brak dyskryminacji, w tym w poziomie zarobków kobiet i mężczyzn
3. Przestrzeganie Kodeksu Pracy w pełnym zakresie



ZATRUDNIENIE LOKALNE

Firmy turystyczne z województwa wielkopolskiego zatrudniają głównie lokalnych pracowników. Tylko w jednym przypadku odsetek miejscowych pracowników był niższy od poziomu uznawanego za dominujący. Większość firm deklaruje, że niemal wszyscy ich pracownicy pochodzą z tego samego regionu. Zatrudnianie osób lokalnych jest kluczowe dla rozwoju obszaru, ponieważ wspiera lokalną gospodarkę, zmniejsza poziom bezrobocia oraz przyczynia się do wzrostu dochodów mieszkańców. Dodatkowo, lokalni pracownicy lepiej rozumieją specyfikę regionu, co może prowadzić do bardziej efektywnego i zrównoważonego wdrażania projektów oraz umacniania więzi społecznych.

Warto również zauważyć, że turyści coraz częściej zwracają uwagę na to, czy firma zatrudnia i wspiera lokalną społeczność, ponieważ chcą, by ich wydatki pozostały w odwiedzanej miejscowości. Wysoki poziom zatrudnienia miejscowych mieszkańców stanowi zatem dodatkowy atut, który może zostać wykorzystany w działaniach promocyjnych.



ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW W ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY

Rozwój zrównoważony obejmuje bardzo szeroki zakres tematyczny, od zdrowia i bezpieczeństwa, przez wspieranie lokalnych społeczności, po efektywne wykorzystanie zasobów naturalnych. Bardzo ważne jest, aby angażować w te tematy pracowników, ponieważ tylko w ten sposób przedsiębiorstwo będzie mogło osiągać swoje cele w obszarze rozwoju zrównoważonego.

Firmy angażują swoich pracowników w różnorodne tematy poprzez szkolenia i kampanie informacyjne, dostosowując je do priorytetów firmy i lokalnych potrzeb.

Większość firm organizuje szkolenia dotyczące zasad bezpieczeństwa pracy, co jest kluczowe dla zapewnienia bezpiecznego środowiska pracy. Dodatkowo, wielu pracowników jest informowanych o projektach społecznych oraz działaniach wspierających lokalną społeczność i kulturę, co wzmacnia ich więź z regionem i podnosi świadomość na temat wartości lokalnych inicjatyw.

Część firm prowadzi również szkolenia dotyczące kwestii ekologicznych, takich jak zmniejszanie zużycia energii oraz ograniczanie ilości odpadów, ze szczególnym naciskiem na odpady jednorazowe i żywnościowe. Firmy te edukują również pracowników w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji, wykorzystywaniu i nękanii, co sprzyja tworzeniu bezpiecznego i przyjaznego miejsca pracy.

Pojedyncze firmy podejmują bardziej zaawansowane inicjatywy, oferując szkolenia dotyczące zmniejszania zużycia wody oraz promowania ekologicznych środków transportu, zachęcając pracowników do ich wybierania. W niektórych przypadkach firmy informują także pracowników o swoich działaniach związanych z rozwojem zrównoważonym, zwiększając ich świadomość na temat wpływu firmy na środowisko.

Ogólnie jednak zaangażowanie pracowników w tematy z zakresu rozwoju zrównoważonego pozostaje niewielkie, co wskazuje na potrzebę intensyfikacji działań edukacyjnych w tym obszarze, aby pracownicy byli bardziej świadomi roli, jaką mogą odegrać w realizacji celów zrównoważonego rozwoju firmy.

O czym najczęściej firmy informują pracowników:

1. O zasadach bezpieczeństwa pracy
2. O projektach społecznych i wspieraniu lokalnej społeczności i kultury
3. O zasadach przeciwdziałania dyskryminacji, wykorzystywania i nękania



DZIAŁANIA NA RZECZ SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

W zakresie działań prospołecznych firmy angażują się na różne sposoby, przy czym pewne praktyki są bardziej powszechne niż inne.

Większość firm współpracuje ze szkołami i uniwersytetami, organizując spotkania z młodzieżą, oferując praktyki i staże. Tego typu działania nie tylko wspierają lokalną edukację, ale także umożliwiają firmom wczesne identyfikowanie potencjalnych przyszłych pracowników. Częstą praktyką jest także udostępnianie obiektów i usług dla organizacji pozarządowych lub osób w potrzebie, co pozwala na wspieranie społeczności poprzez bezpośrednie działania. Dodatkowo, wiele firm dba o dostępność swoich obiektów i usług dla osób z niepełnosprawnościami, co świadczy o ich inkluzywnym podejściu do klientów i społeczności.

Część firm angażuje się finansowo lub materialnie, wspierając organizacje pozarządowe oraz akcje charytatywne. Inne firmy kierują swoje wsparcie na projekty ochrony przyrody lub uczestniczą w akcjach sprzątania środowiska, co pomaga w zachowaniu lokalnych zasobów naturalnych. Dodatkowo, niektóre firmy wspierają instytucje kultury i projekty ochrony dziedzictwa, co przyczynia się do zachowania wartości kulturalnych regionu. Pojawiają się również inicjatywy związane z rozwiązywaniem problemów społecznych, takich jak przeciwdziałanie nierówności społecznej.

Najbardziej spotykane działania obejmują inwestycje w poprawę miejscowej infrastruktury, na przykład w zakresie dróg czy oświetlenia. Takie inwestycje mają trwały wpływ na jakość życia w regionie, ale wymagają większych nakładów finansowych, co może tłumaczyć ich niższą popularność. Ponadto, tylko pojedyncze firmy angażują swoich pracowników jako wolontariuszy, co jest powszechnym za granicą, lecz mniej popularnym w Polsce sposobem wspierania społeczności.

Ogólnie rzecz biorąc, firmy z województwa wykazują szeroki wachlarz działań prospołecznych, przy czym większość koncentruje się na współpracy z lokalnymi instytucjami edukacyjnymi oraz na wspieraniu osób i organizacji w potrzebie.

Najczęściej praktykowane działania na rzecz społeczności lokalnych i inkluzji:

1. Współpraca ze szkołami / uniwersytetami
2. Wsparcie organizacji pozarządowych finansowo lub materialnie
3. Dostępność obiektu / usług dla osób ze szczególnymi potrzebami



KULTURA

Wszystkie firmy biorące udział w badaniu angażują się w działania związane z ochroną i promocją kultury regionu, choć zakres tych działań różni się między nimi.

Najbardziej powszechną praktyką jest informowanie klientów o walorach kulturowych regionu. Firmy dbają o to, aby klienci mieli świadomość lokalnych tradycji, historii i dziedzictwa, co zwiększa ich zaangażowanie i docenienie odwiedzanej okolicy.

Wiele firm aktywnie wspiera i promuje lokalnych artystów i rzemieślników, często współpracując z nimi przy organizacji wydarzeń lub oferując ich wyroby w swoich obiektach. To podejście pozwala nie tylko na promocję lokalnej twórczości, ale również na tworzenie autentycznych doświadczeń dla klientów.

Kolejną popularną praktyką jest organizowanie lub promowanie wycieczek i aktywności, które pokazują autentyczną kulturę oraz tradycje regionu. Tego typu inicjatywy umożliwiają turystom głębsze poznanie lokalnych obyczajów, co wzbogaca ich doświadczenie i wspiera lokalną gospodarkę.

Nieco rzadziej spotykane, choć nadal popularne, jest umożliwienie klientom zakupu pamiątek powstałych na terenie regionu. Wiele firm oferuje produkty rękodzielnicze lub lokalne wyroby, które mogą stanowić wyjątkową pamiątkę z podróży, a jednocześnie wspierają lokalnych twórców.

Najrzadszą praktyką, choć również stosowaną, jest wykorzystywanie elementów kultury lokalnej w wystroju wnętrz lub ubiorze pracowników. Jest to w pewnym sensie niewykorzystana możliwość, ponieważ wprowadzenie takich elementów dodałoby unikalności ofercie firmy i przyciągnęłoby uwagę klientów, którzy poszukują autentycznych doświadczeń.

Najczęstsze praktyki z zakresu promocji kultury i tradycji:

1. Informowanie klientów na temat walorów kulturowych regionu
2. Wsparcie i promocja lokalnych artystów i rzemieślników
3. Organizacja wycieczek/ aktywności promujących lokalną kulturę



PROCEDURY ZAKUPOWE

Firmy w województwie wielkopolskim stosują różne podejścia do odpowiedzialnych praktyk zakupowych, chociaż nie wszystkie mają formalną politykę zakupową.

Często, przy wyborze produktów i dostawców, firmy biorą pod uwagę kryteria ekologiczne, takie jak klasa energetyczna, certyfikacja ekologiczna czy opakowania nadające się do recyklingu. Dzięki temu wspierają bardziej zrównoważoną konsumpcję i ograniczają negatywny wpływ zakupów na środowisko. Podobnie, część firm kieruje się kryteriami społecznymi, wybierając produkty lokalne lub posiadające certyfikaty Fair Trade, co pozwala wspierać sprawiedliwy handel i lokalnych producentów. Wśród firm, które kupują produkty żywnościowe, przeważają te, które wybierają produkty pochodzenia polskiego, co sprzyja rozwojowi krajowego rynku i zmniejsza ślad węglowy związany z transportem.

Jednak tylko nieliczne firmy idą krok dalej, monitorując procent produktów posiadających certyfikaty zrównoważonego rozwoju, takie jak certyfikaty ekologiczne czy Fair Trade, co umożliwia im lepsze śledzenie i zarządzanie odpowiedzialnością zakupową. Równie rzadko spotykaną praktyką jest posiadanie Kodeksu Postępowania dla dostawców, który uwzględnia aspekty społeczne i ekologiczne, co pozwala firmom wymagać odpowiedzialności również od partnerów biznesowych.

Duża część firm nie posiada formalnej polityki zakupowej, a jedynie pojedyncze przedsiębiorstwa dysponują polityką, która obejmuje kryteria ekologiczne i społeczne. To sugeruje, że mimo stosowania pewnych odpowiedzialnych praktyk zakupowych, firmy nie mają jeszcze spójnego i formalnie określonego podejścia do zrównoważonych zakupów.

Najczęstsze praktyki z zakresu zrównoważonych zakupów:

1. Uwzględnienie podczas zakupów kryteriów ekologicznych
2. Uwzględnienie podczas zakupów kryteriów społecznych
3. Wybór polskich produktów żywnościowych

3.3. Zarządzanie rozwojem zrównoważonym



OSOBY ODPOWIEDZIALNE

Aby skutecznie wdrażać zasady zrównoważonego rozwoju, niezbędne jest posiadanie w firmie osób odpowiedzialnych za poszczególne aspekty tego procesu.

Większość firm biorących udział w badaniu wyznaczyła osoby odpowiedzialne za kwestie HR i ochronę praw człowieka, co podkreśla ich zaangażowanie w zapewnienie sprawiedliwych warunków pracy i poszanowania praw pracowników. Ponadto, wiele firm posiada osoby odpowiedzialne za współpracę ze społecznością lokalną i działania prospołeczne, co pozwala na lepszą integrację z lokalnym otoczeniem i wspieranie inicjatyw społecznych.

Natomiast obszary związane z ochroną środowiska i zarządzaniem zrównoważonym są znacznie mniej rozwinięte. Prawie żadna firma nie wyznaczyła osoby odpowiedzialnej za kwestie ochrony środowiska czy zarządzania ekologicznego, co wskazuje na brak priorytetyzacji działań proekologicznych. Podobnie, koordynatorzy ds. rozwoju zrównoważonego są rzadkością, co może utrudniać wdrażanie spójnych strategii w tym zakresie. Również tylko pojedyncze osoby na stanowiskach zarządczych posiadają kwalifikacje w zakresie zarządzania turystyką zrównoważoną lub zrównoważonym rozwojem, co ogranicza wiedzę i kompetencje firmy w obszarze zrównoważonego zarządzania.

Brak specjalistycznej wiedzy i wykwalifikowanego personelu stanowi poważne ograniczenie dla rozwijania działań w tym kierunku. Wprowadzenie stanowisk odpowiedzialnych za różne aspekty zrównoważonego rozwoju oraz szkolenie kadr w tym zakresie mogłoby znacząco zwiększyć efektywność i skuteczność proekologicznych i prospołecznych inicjatyw podejmowanych przez przedsiębiorstwa.



WYMAGANA DOKUMENTACJA

Dla zrównoważonego zarządzania przedsiębiorstwem niezbędne jest także posiadanie określonych dokumentów, które formalizują i kierunkują działania firmy w tych obszarach. Posiadanie takich dokumentów nie tylko świadczy o odpowiedzialnym podejściu do zarządzania, ale także umożliwia systematyczne wdrażanie i monitorowanie polityk oraz praktyk proekologicznych i społecznych. Wśród tych najbardziej podstawowych dokumentów można wymienić:

- Dokument regulujący zasady bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia
- Dokument regulujący kwestie zatrudnienia i zarządzania zasobami ludzkimi (np. polityka HR, strategia HR, kodeks poszanowania praw człowieka)
- Dokument regulujący działania firmy w zakresie ochrony środowiska/zarządzania ekologicznego (np. polityka ekologiczna, strategia, plan działania)
- Dokument regulujący współpracę ze społecznością lokalną, wsparcie lokalnych przedsiębiorców i/lub ochronę dziedzictwa kulturowego
- Polityka zrównoważonych spotkań/ konferencji
- Instrukcje dotyczące humanitarnego traktowania zwierząt podczas wycieczek
- Raport niefinansowy

Spora część respondentów zadeklarowała posiadanie dokumentu z zakresu bezpieczeństwa pracy, a także wewnętrznych polityk/ dokumentów dotyczące zatrudnienia i zarządzania zasobami ludzkimi.

Zaledwie pojedyncze firmy posiadają natomiast dokumenty regulujące ich działania w zakresie ochrony środowiska oraz regulujące współpracę ze społecznościami lokalnymi/ dotyczące ochrony dziedzictwa kulturowego.

Również tylko pojedyncze firmy publikują coroczne raporty niefinansowe, co jest bardzo zaskakujące biorąc pod uwagę nowe unijne wymogi i dyrektywę na temat sprawozdawczości niefinansowej, które już wkrótce dotkną również mniejsze przedsiębiorstwa.

Wielu respondentów biorących udział w badaniu nie posiada żadnych z tych dokumentów, co wskazuje na potrzebę większego zaangażowania w formalizowanie i wdrażanie polityk zrównoważonego rozwoju.



WSPÓŁPRACA Z INTERESARIUSZAMI

Częścią zrównoważonego zaangażowania jest współpraca z różnymi grupami interesariuszy. W tym zakresie nie można respondentom nic zarzucić. Wszystkie firmy deklarują współpracę przynajmniej z kilkoma organizacjami.

Współpracują one z instytucjami kultury, lokalnymi organizacjami turystycznymi oraz Wielkopolską Organizacją Turystyczną, oraz z reprezentacjami mieszkańców i społeczności lokalnych.

Ponadto, znacząca część respondentów deklaruje również współpracę z organizacjami pozarządowymi, instytucjami kultury, uniwersytetami/ placówkami oświatowymi, Punktami Informacji Turystycznej oraz jednostkami samorządu terytorialnego.

Taka szeroka sieć współpracy pomaga w efektywnym realizowaniu inicjatyw prospołecznych i proekologicznych, wspierając jednocześnie rozwój lokalnych społeczności i gospodarki.

Przedsiębiorstwa najczęściej współpracują z:

1. Instytucjami kultury
2. Lokalnymi/ Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi
3. Reprezentacjami mieszkańców/ społeczności lokalnych



ZAANGAŻOWANIE KLIENTÓW W DZIAŁANIA ZRÓWNOWAŻONE

Klienci to jeszcze jedna, kluczowa, grupa interesariuszy. Zaangażowanie klientów w działania zrównoważone powinno być istotnym elementem strategii rozwoju zrównoważonego.

Dość często firmy edukują klientów, jak właściwie zachowywać się na terenach przyrodniczych lub w obecności zwierząt, co pozwala na ochronę przyrody i zachowanie bezpiecznych warunków dla zwierząt oraz turystów. Firmy również chętnie informują o tym, jak wspierać społeczności lokalne, wskazując, gdzie znajdują się sklepy z lokalnymi pamiątkami, lokalne restauracje, a także podpowiadając, jak można wesprzeć organizacje pozarządowe. Kolejnym popularnym tematem jest edukacja na temat szacunku wobec miejscowej ludności i kultury, na przykład poprzez informowanie o odpowiednim ubiorze w miejscach kultu religijnego czy na terenach wiejskich.

Rzadziej firmy angażują klientów w kwestie oszczędzania energii, wody oraz redukcji odpadów, udzielając wskazówek dotyczących ograniczania zużycia plastiku czy żywności. Niektóre firmy zachęcają również do korzystania z ekologicznych środków transportu, co wspiera działania na rzecz zmniejszenia emisji i ochrony środowiska.

Tylko pojedyncze firmy informują klientów o swoich działaniach w zakresie rozwoju zrównoważonego, co mogłoby zwiększyć ich zaangażowanie i podnieść świadomość na temat zrównoważonego podejścia firmy. Równie rzadkie jest oznaczanie produktów i usług jako ekologicznych lub społecznie odpowiedzialnych, na przykład w katalogach, na stronach internetowych czy w menu, co mogłoby pomóc klientom w dokonywaniu świadomych wyborów.

O czym firmy najczęściej informują klientów:

1. Jak właściwie zachowywać się na terenach przyrodniczych
2. Jak wspierać społeczności lokalne
3. Jak szanować miejscową ludność i kulturę



CERTYFIKACJA ZRÓWNOWAŻONEJ TURYSTYKI I HOTELARSTWA

Certyfikacja rozwoju zrównoważonego w branży turystyki i hotelarstwa jest rekomendowanym sposobem potwierdzenia działań firmy w zakresie rozwoju zrównoważonego. Ma ona coraz większe znaczenie, szczególnie biorąc pod uwagę unijną dyrektywę Green Claims, która nakłada większy nacisk na transparentność i wiarygodność deklaracji proekologicznych firm.

W Europie, wśród popularnych certyfikatów w zakresie zarządzania zrównoważonego i ekologicznego w branży turystycznej i hotelarskiej można wymienić Green Globe, Green Key, Good Travel Seal, Travelife, EU Ecolabel, LEED/BREEAM, B Corp, a także standardy ISO 14001 oraz ISO 2600.

Wśród respondentów znalazły się firmy z certyfikatami ISO14001 oraz LEED/BREEAM. Według danych Booking.com, w województwie wielkopolskim jest siedem obiektów noclegowych z certyfikatami rozwoju zrównoważonego: sześć w Poznaniu i jeden w Kaliszu (stan na wrzesień 2024).

Brak certyfikacji jest istotnym minusem, ponieważ zmniejsza konkurencyjność firm na rynku, gdzie konsumenci i partnerzy biznesowi coraz częściej poszukują potwierdzeń autentyczności proekologicznych i prospołecznych działań.

Z odpowiedzi na inne pytania wynika, że respondenci nie mają świadomości na temat certyfikacji ani dyrektywy Green Claims, przez co, prawdopodobnie, ani nie przygotowują się do certyfikacji, ani generalnie nie są nią zainteresowani. Brak wiedzy na temat korzyści płynących z posiadania certyfikatów oraz unijnych wymogów powoduje, że firmy nie widzą potrzeby inwestowania w procesy certyfikacyjne. To prowadzi do sytuacji, w której przedsiębiorstwa mogą być mniej konkurencyjne na rynku, ponieważ nie mogą udowodnić swojej wiarygodności w zakresie zrównoważonego rozwoju.



MOTYWACJA DO DZIAŁAŃ W ZAKRESIE ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

Zapytaliśmy również firmy, co pomogłoby i zmotywowało ich do wdrażania praktyk z zakresu rozwoju zrównoważonego. Wśród najczęstszych odpowiedzi pojawiły się następujące rozwiązania:

1. Dostęp do dobrych praktyk, żeby wiedzieć, jak to robią inni
2. Szkolenia z zakresu turystyki zrównoważonej i tematów pokrewnych
3. Uczestnictwo w wizycie studyjnej, aby zobaczyć dobre praktyki "na żywo"
4. Dofinansowanie działań w tym obszarze
5. Otrzymanie wytycznych z konkretnymi rekomendacjami co robić

4. DOBRE PRAKTYKI Z WIELKOPOLSKI

W tej części przedstawiamy wybrane inicjatywy i produkty turystyczne z województwa wielkopolskiego, które doskonale wpisują się w zasady turystyki zrównoważonej. Opisane przykłady nie tylko promują odpowiedzialne korzystanie z zasobów naturalnych i kulturowych regionu, ale także wspierają długofalowy rozwój turystyki, przyczyniając się do zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego województwa. Te dobre praktyki stanowią inspirację i model dla innych podmiotów działających w branży turystycznej.

Dostępność Szlaku Piastowskiego

Szlak Piastowski jest świetnym przykładem działań zwiększających dostępność turystyki dla różnych grup odwiedzających, takich jak osoby z niepełnosprawnościami, seniorzy i rodziny z dziećmi. W ramach projektu zleconego przez Samorząd Województwa przeprowadzono szczegółową analizę dostępności obiektów na szlaku, odwiedzając każdy z nich i gromadząc informacje o udogodnieniach dla poszczególnych grup.

Celem projektu było stworzenie obiektywnej i kompleksowej bazy wiedzy na temat dostępności tych miejsc, a nie ich kategoryzacja czy ocena. Opracowano karty informacyjne dla każdego obiektu, zawierające szczegółowe informacje o możliwościach dojazdu, udogodnieniach oraz dostosowaniu do potrzeb różnych grup odwiedzających. Dodatkowo stworzono katalog kryteriów oceny dostępności, który może być wykorzystany w przyszłych działaniach.

Takie podejście wspiera rozwój turystyki w regionie, zwiększając ilość odwiedzających o szczególnych potrzebach oraz zwiększając atrakcyjność Szlaku Piastowskiego jako destynacji otwartej dla wszystkich turystów. Jest to szczególnie istotne w kontekście tendencji demograficznych, takich jak starzenie się społeczeństwa, oraz rosnących problemów zdrowotnych mieszkańców. Inwestowanie w dostępność turystyki pozwala nie tylko na zwiększenie atrakcyjności regionu, ale także na wspieranie aktywnego i zdrowego stylu życia wśród mieszkańców i turystów, odpowiadając na wyzwania współczesnych zmian społecznych.

Platformowa szkoleniowa WOT

Platforma szkoleniowa dla pracowników i kadr managerskich branży turystycznej stworzona przez Wielkopolską Organizację Turystyczną to przykład skutecznego narzędzia zwiększającego profesjonalizm sektora turystycznego i angażującego przedstawicieli branży w aspekty rozwoju zrównoważonego. WOT oferuje bezpłatne szkolenia e-learningowe, które obejmują różnorodne tematy związane z finansami, promocją regionu, profesjonalizacją usług turystycznych, tworzeniem dostępnych produktów turystycznych oraz innymi zagadnieniami dotyczącymi kultury, środowiska i aktywizacji społeczności lokalnych. Uczestnicy mogą również korzystać z bazy nagrań z webinarów i wystąpień konferencyjnych, które poruszają kluczowe kwestie, takie jak rewitalizacja obiektów przemysłowych, slow tourism, działania proekologiczne, promowanie walorów kulturowych i przyrodniczych czy integracja społeczności lokalnych.

Głównym celem platformy jest wsparcie małych i mikroprzedsiębiorstw oraz instytucji związanych z turystyką i promocją regionu. Inicjatywa ta umożliwia rozwój kompetencji nie tylko

w zakresie usług turystycznych, ale także w budowaniu więzi społecznych, promocji dziedzictwa kulturowego oraz wdrażaniu zasad zrównoważonego rozwoju. Jest to szczególnie ważne w kontekście profesjonalizacji sektora oraz dostosowania działań turystycznych do zmieniających się potrzeb rynku.

Uzupełnieniem tych działań jest konferencja TURYSTA, która gromadzi szerokie grono uczestników, od przedsiębiorców i muzealników po specjalistów od marketingu miejsca. Konferencja oferuje możliwość wymiany doświadczeń, zdobywania wiedzy od praktyków i ekspertów oraz poznawania dobrych praktyk w zakresie rozwoju turystyki, promocji regionu i współpracy z lokalnymi społecznościami.

Fest Fyrtel, Poznańskie Centrum Dziedzictwa

Projekt Fest Fyrtel zrealizowany przez Poznańskie Centrum Dziedzictwa to doskonały przykład ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego poprzez współpracę i zaangażowanie mieszkańców. W ramach projektu mieszkańcy odgrywali główną rolę w tworzeniu materiałów, takich jak wspólnie opracowane "mapy" wybranych dzielnic miasta. Te mapy, przedstawiające najciekawsze miejsca, postaci i historie, powstały po konsultacjach z lokalną społecznością, która aktywnie dzieliła się swoją wiedzą i doświadczeniami.

Początkowo projekt miał mieć charakter turystyczny, jednak po uwzględnieniu opinii mieszkańców zdecydowano, że powinien on służyć przede wszystkim lokalnej społeczności. Mieszkańcy chcieli "zachować go dla siebie", co jest doskonałym przykładem analizowania i brania pod uwagę potrzeb społeczności lokalnych przy tworzeniu nowych produktów turystycznych.

Działania Fest Fyrtla obejmują również spotkania z mieszkańcami, wystawy oraz platformę internetową, która służy do dzielenia się informacjami i dalszego angażowania społeczności. Takie podejście nie tylko wspiera ochronę dziedzictwa kulturowego, ale również wzmacnia więzi społeczne i buduje poczucie dumy z lokalnej tożsamości.

Projekt Fest Fyrtel pokazuje, jak ważne jest uwzględnianie opinii i potrzeb mieszkańców w procesie tworzenia produktów turystycznych. Dzięki temu działania są bardziej autentyczne i trwałe, a turystyka staje się narzędziem wspierającym rozwój społeczno-kulturowy regionu, respektując jednocześnie oczekiwania lokalnej społeczności.

Region Kozła

Stowarzyszenie Region Kozła jest doskonałym przykładem współpracy lokalnych społeczności w zakresie ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego. Powstałe w wyniku porozumienia międzygminnego, obejmujące sześć gmin z województwa wielkopolskiego i lubuskiego, Stowarzyszenie realizuje działania integrujące mieszkańców oraz wspierające aktywne uczestnictwo w życiu kulturalnym, sportowym i rekreacyjnym.

Symbolika kozła, głęboko zakorzeniona w tradycji ludowej regionu, stanowi fundament tożsamości mikroregionu i jest centralnym elementem podejmowanych inicjatyw. Stowarzyszenie kładzie szczególny nacisk na ochronę i pielęgnowanie lokalnych tradycji oraz

ich promocję w kontekście współczesnym. Dzięki temu wspólnie przywracane są elementy kultury regionalnej, które integrują mieszkańców i wzmacniają ich więzi z miejscem zamieszkania.

W ramach działań na rzecz promocji turystyki i dziedzictwa przyrodniczego, opracowano mapy szlaków rowerowych i turystyki wodnej, które zachęcają do odkrywania walorów regionu w sposób aktywny i zrównoważony. Dodatkowo stworzono listę obiektów noclegowych, ułatwiającą planowanie wizyt i promującą lokalną bazę turystyczną. Te inicjatywy wspierają rozwój turystyki zrównoważonej, która czerpie z zasobów regionu, jednocześnie dbając o ich zachowanie dla przyszłych pokoleń.

Działalność Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego

Zespół Parków Krajobrazowych Województwa Wielkopolskiego stanowi doskonały przykład działań wspierających zrównoważoną turystykę poprzez ochronę przyrody i edukację ekologiczną.

Realizowane projekty, takie jak nasadzenia drzew, ochrona dziko żyjących pszczołowatych, tworzenie miejsc rozrodu dla ptaków czy rewitalizacja zbiorników wodnych, znacząco wpływają na zachowanie bioróżnorodności i utrzymanie równowagi ekosystemów. Dodatkowo programy takie jak „Na Manowce” oferują turystom możliwość eksploracji parków krajobrazowych w sposób odpowiedzialny i edukacyjny. Spacerów tematyczne pozwalają uczestnikom poznać lokalną przyrodę, krajobrazy i dzikie gatunki w ich naturalnym środowisku, jednocześnie budując świadomość ekologiczną i zaangażowanie społeczne.

Dzięki połączeniu ochrony przyrody z atrakcyjnymi programami turystycznymi, park promuje wartości zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, przyciągając turystów poszukujących autentycznych i ekologicznych doświadczeń. To podejście nie tylko chroni środowisko naturalne, ale także wzmacnia wizerunek Wielkopolski jako regionu odpowiedzialnego ekologicznie, jednocześnie angażując lokalne społeczności w działania na rzecz ochrony przyrody.

.

5. PODSUMOWANIE

5.1. Ocena ogólna

Wielkopolska posiada duży potencjał do rozwoju turystyki zrównoważonej i wydaje się, że zrozumienie tego tematu wśród przedstawicieli branży jest duże. Analiza dostępnych danych i dokumentów strategicznych wykazała, że województwo wielkopolskie jest bardziej zaawansowane we wdrażaniu standardów turystyki zrównoważonej, niż sugerowałyby to same odpowiedzi respondentów. Oceniając działania na podstawie różnorodnych źródeł, można dostrzec, że wiele istotnych kroków zostało już podjętych w kierunku odpowiedzialnego zarządzania turystyką, choć nie zawsze są one dostrzegane lub komunikowane wprost. Istnieje więc przypuszczenie, że jeszcze pełniejsze zrozumienie oraz dalsze doskonalenie strategii mogłyby dostarczyć więcej ważnych informacji z zakresu wdrażania standardów turystyki zrównoważonej.

Szczególnie w obszarze ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego znaleźć można wiele dobrych praktyk. Program ochrony zabytków, audyt krajobrazowy czy inicjatywy związane z promocją dziedzictwa kulinarnego stanowią solidne fundamenty, na których można budować spójny wizerunek regionu. Pozytywne jest także zaangażowanie instytucji kultury i branży turystycznej w działania promujące zarówno dziedzictwo kulturowe jak i przyrodnicze, co wzmacnia tożsamość regionalną i przyciąga turystów.

W pozostałych obszarach, takich jak środowisko i aspekty społeczno-gospodarcze, wciąż jest wiele obszarów, które wymaga uwagi.

Chociaż województwo realizuje programy ochrony środowiska na poziomie regionalnym, ich powiązanie z turystyką pozostaje niewielkie. Problemy, takie jak stres wodny, zanieczyszczenie wód i powietrza mają bezpośredni wpływ na turystykę, ale brakuje konkretnych celów i narzędzi wspierających branżę w ich rozwiązywaniu. Bez edukacji i zaangażowania sektora turystycznego w realizację celów środowiskowych turystyka może przyczyniać się do pogłębiania tych problemów, zamiast być częścią ich rozwiązania. Brak planu adaptacji na rzecz klimatu dla sektora turystycznego również jest istotnym wyzwaniem, szczególnie w kontekście Europejskiego Zielonego Ładu i zmian klimatycznych, które coraz silniej wpływają na funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych.

W obszarze społeczno-gospodarczym kluczowe jest wprowadzenie bardziej szczegółowego, systematycznego monitoringu i programów zwiększających udział turystyki w gospodarce regionu. Jednocześnie należy zwiększyć zaangażowanie mieszkańców w planowanie i zarządzanie turystyką. Uwzględnianie opinii lokalnych społeczności oraz analiza ich oczekiwań pozwoliłyby na rozwój turystyki zgodny z potrzebami mieszkańców i zmniejszenie potencjalnych konfliktów.

Podjęto już konkretne działania na rzecz zwiększenia dostępności regionu dla osób ze szczególnymi potrzebami, co stanowi ważny krok w kierunku większej inkluzywności. Dostępność to jednak nie tylko ułatwienia dla turystów, ale także dostęp do rynku pracy, co może pomóc lepiej integrować osoby wykluczone i z niepełnosprawnościami, wspierając ich aktywny udział w życiu społecznym i gospodarczym regionu.

Mimo wielu dobrych praktyk, brakuje systematycznego i kompleksowego podejścia w zakresie zarządzania rozwojem zrównoważonym w turystyce. Mimo że elementy rozwoju zrównoważonego są uwzględnione w strategii rozwoju województwa, brakuje konkretnego planu rozwoju turystyki zrównoważonej. Brakuje także wyznaczonych osób lub organów odpowiedzialnych za realizację tego celu oraz wskaźników monitorujących postępy w tym obszarze.

Kluczowym elementem skutecznego wdrożenia turystyki zrównoważonej jest zaangażowanie wszystkich interesariuszy, poczynając od przedstawicieli branży turystycznej, ale także obejmując mieszkańców i turystów. Chociaż promocja standardów i certyfikacji turystyki zrównoważonej wśród firm turystycznych jest pozytywnym krokiem, dotychczasowe efekty są ograniczone. Aby wspierać przedsiębiorców, warto lepiej wykorzystać istniejące narzędzia, takie jak platforma szkoleniowa i konferencje, które mogłyby ułatwić wdrażanie standardów zrównoważonego rozwoju i wesprzeć firmy turystyczne w uzyskaniu międzynarodowej certyfikacji ekologicznej/ rozwoju zrównoważonego.

Mieszkańcy jako bezpośredni uczestnicy i odbiorcy działań turystycznych, powinni mieć możliwość współdecydowania o rozwoju turystyki w regionie, aby odczuwali realne korzyści z obecności turystów, zamiast zmagać się z jej negatywnymi skutkami. Równie ważne jest angażowanie turystów poprzez edukację i kampanie informacyjne, które zachęcą ich do świadomego, odpowiedzialnego korzystania z atrakcji regionu.

Jednocześnie warto zauważyć, że wiele przedsiębiorstw w regionie wdraża już zasady zrównoważonego rozwoju, co stanowi dobry punkt wyjścia dla dalszego rozwoju w tej dziedzinie. Skuteczne promowanie standardów zrównoważonej turystyki, zarówno wśród przedsiębiorców, jak i turystów, może mieć istotne znaczenie dla przyciągnięcia gości z zachodnich rynków, gdzie te wartości są szczególnie cenione. Kampanie informacyjne oraz wyróżnienia dla obiektów spełniających standardy zrównoważonego rozwoju mogą przyczynić się do budowania pozytywnego wizerunku województwa oraz zwiększenia jego atrakcyjności dla świadomych ekologicznie turystów, szczególnie jeśli brać pod uwagę wymogi turystów z Niemiec i Europy Północno-Zachodniej. Zrównoważony rozwój jest tam ważnym kryterium wyboru destynacji turystycznych, dlatego aktywniejsze promowanie tych wartości mogłoby zwiększyć zainteresowanie regionem wśród świadomych ekologicznie turystów oraz wzmocnić jego pozycję na rynku międzynarodowym.

Podsumowując, województwo wielkopolskie prezentuje wysoki poziom działań zgodnych z międzynarodowymi standardami turystyki zrównoważonej i może pochwalić się wieloma dobrymi praktykami, jednak aby stać się liderem na poziomie europejskim, konieczne jest wprowadzenie bardziej systematycznych i strukturalnych rozwiązań w zakresie zarządzania rozwojem zrównoważonym. Tego typu podejście nie tylko wzmocni skuteczność działań, ale także zapewni ich legitymizację, minimalizując ryzyko oskarżeń o greenwashing i budując wiarygodny wizerunek regionu.

Zgodność z globalnymi kryteriami turystyki zrównoważonej

Badanie oceny wdrożenia zasad turystyki zrównoważonej w województwie wielkopolskim było przeprowadzone w oparciu o globalne kryteria turystyki zrównoważonej opracowane przez Światową Radę Turystyki Zrównoważonej, o których mowa w pierwszej części tego raportu.

OCHRONA I PROMOCJA KULTURY



ASPEKTY SPOŁECZNO-EKONOMICZNE



OCHRONA PRZYRODY I ZARZĄDZANIE ŚRODOWISKOWE



ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE



Na podstawie odpowiedzi przekazanych przez respondentów, zgodność rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim z globalnymi kryteriami turystyki zrównoważonej wygląda jak w tabeli poniżej.

Aspekty kulturowe

Podsumowując działania województwa wielkopolskiego w zakresie ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego, można stwierdzić, że obszar ten jest realizowany bardzo dobrze, szczególnie w kontekście kryteriów turystyki zrównoważonej dla destynacji turystycznych. Region skutecznie wykorzystuje swoje bogate dziedzictwo kulturowe jako narzędzie wzmacniania tożsamości lokalnej i budowania atrakcyjności turystycznej.

Wielkopolska posiada solidne fundamenty w postaci programu ochrony dziedzictwa kultury materialnej i niematerialnej, który pozwala na zachowanie zarówno namacalnych, jak i duchowych aspektów kultury regionalnej. Audyt krajobrazowy i plan ochrony krajobrazu oraz właściwe oznaczenia obiektów kulturowych wspierają działania związane z zachowaniem harmonii między rozwojem turystyki a ochroną środowiska kulturowego.

Istnieją także dobrze rozwinięte produkty turystyczne promujące kulturę lokalną, które przyciągają turystów i wzmacniają regionalną gospodarkę. Ważnym elementem jest także zachęcanie mieszkańców do udziału w kulturze lokalnej i promowaniu lokalnych tradycji, co buduje zaangażowanie społeczności i wzmacnia ich tożsamość.

Jednak istnieją pewne obszary wymagające uwagi i poprawy. Brak analizy wpływu turystyki na kulturę i tradycje uniemożliwia pełne zrozumienie relacji między rozwojem turystyki a ochroną dziedzictwa. Ponadto brak kodeksów postępowania dla turystów w miejscach wrażliwych kulturowo może prowadzić do niepożądanych zachowań i negatywnego wpływu na lokalne społeczności. Mimo, iż branża samoistnie promuje kulturę oraz aktywnie wspiera

lokalnych artystów i rzemieślników, warto byłoby rozważyć wdrożenie dedykowanych programów angażujących branżę turystyczną w ochronę i promocję dziedzictwa, co pozwoliłoby na jeszcze lepsze wykorzystanie potencjału turystyki w zachowaniu kultury regionu.

Silne strony	Czego zabrakło
• Program ochrony dziedzictwa kultury materialnej i niematerialnej • Produkty turystyczne promujące kulturę lokalną • Właściwe oznaczenia obiektów • Promowanie kultury przez branżę • Zachęcanie mieszkańców do udziału w kulturze lokalnej i promowaniu lokalnych tradycji • Audyt krajobrazowy i plan ochrony krajobrazu	• Brak analizy wpływu turystyki na kulturę i tradycje • Brak kodeksów postępowania dla turystów w miejscach wrażliwych kulturowo • Brak programów angażujących branżę w ochronę i promocję dziedzictwa

Aspekty społeczno-gospodarcze

Działania województwa wielkopolskiego w zakresie społeczno-gospodarczym, choć mają swoje silne strony, wypadają słabiej w porównaniu do działań związanych z kulturą i środowiskiem naturalnym. Aby zwiększyć pozytywny wpływ turystyki na gospodarkę oraz dobrobyt społeczności lokalnych, konieczne jest położenie większego nacisku na rozwój społeczno-gospodarczy. Skupienie się na wzmocnieniu spójności regionu oraz poprawie efektywności podejmowanych działań mogłoby znacząco przyczynić się do bardziej zrównoważonego rozwoju województwa.

Do mocnych stron województwa należy promocja produktów lokalnych, co wspiera lokalną gospodarkę i buduje autentyczny wizerunek turystyczny. Województwo angażuje się również we wsparcie przedsiębiorców z branży turystycznej, co stanowi istotny element rozwoju sektora. Na uwagę zasługuje również program w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców, który poprawia jakość życia lokalnych społeczności, a także fakt, że firmy turystyczne działają zgodnie z Kodeksem Pracy i zatrudniają lokalnie, co wspiera rynek pracy i przeciwdziała migracji zarobkowej. Istotnym atutem jest również zachęcanie turystów do wspierania społeczności lokalnych, co sprzyja rozwojowi mikroprzedsiębiorstw i inicjatyw lokalnych. Dodatkowo podjęto działania na rzecz zwiększenia dostępności województwa, choć jej poziom oceniany jest obecnie na 6/10, co wskazuje na potrzebę dalszych ulepszeń.

Szczególnie wyzwania takie jak starzenie się społeczeństwa i problemy zdrowotne mieszkańców podkreślają potrzebę dalszego zwiększania dostępności infrastruktury turystycznej,

co umożliwiłoby korzystanie z atrakcji osobom starszym oraz osobom ze szczególnymi potrzebami. Tego rodzaju inwestycje mogą również wspierać integrację społeczną i aktywizację seniorów.

Niski udział obywateli w zarządzaniu publicznym wskazuje na konieczność stworzenia programów, które angażowałyby społeczność lokalne w planowanie i rozwój turystyki. Dzięki temu mieszkańcy mogliby mieć większy wpływ na kształtowanie lokalnych inicjatyw turystycznych, co sprzyjałoby ich poczuciu przynależności i odpowiedzialności za region.

Brak monitoringu udziału turystyki w gospodarce oraz planu zwiększenia jej znaczenia utrudnia strategiczne zarządzanie tym sektorem, podczas gdy takie dane mogłyby pomóc w lepszym ukierunkowaniu działań rozwojowych. Równocześnie brak programu promującego zatrudnienie w turystyce, mimo niedoboru kadr, jest istotną przeszkodą dla rozwoju branży. Wprowadzenie takich inicjatyw mogłoby nie tylko poprawić sytuację na rynku pracy, ale również wzmocnić gospodarcze fundamenty sektora turystycznego.

Brak analizy wpływu turystyki na mieszkańców oraz monitoringu ich zadowolenia z rozwoju turystyki ogranicza możliwości budowania bardziej inkluzywnego i zrównoważonego rozwoju. Lepsze zrozumienie tych aspektów mogłoby pomóc w minimalizowaniu negatywnych skutków turystyki i maksymalizowaniu korzyści, jakie przynosi lokalnym społecznościom.

Silne strony

- Promocja produktów lokalnych
- Wsparcie przedsiębiorców z branży turystycznej
- Program w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców
- Firmy turystyczne działają zgodnie z Kodeksem Pracy i zatrudniają lokalnie
- Zachęcanie turystów do wspierania społeczności lokalnych
- Szereg działań na rzecz zwiększenia dostępności województwa (Aktualnie dostępność destynacji oceniana na 6/10)

Czego zabrakło

- Obszary problematyczne: starzenie się społeczeństwa, niski udział obywateli w zarządzaniu publicznym, problemy w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców
- Brak monitoringu udziału turystyki w gospodarce i planu w zakresie zwiększenia tego udziału
- Brak programu promującego zatrudnienie w sektorze turystycznym, mimo, że brak kadr uważany za jeden z obszarów problematycznych
- Brak programów zaangażowania mieszkańców w planowanie i zarządzanie publiczne
- Brak analizy wpływu turystyki na mieszkańców; brak monitoringu ich zadowolenia z turystyki

Aspekty środowiskowe

Obszar zarządzania środowiskowego w kontekście zgodności z kryteriami turystyki zrównoważonej wypadł w województwie wielkopolskim całkiem dobrze, ale dopiero po uwzględnieniu analizy dokumentów strategicznych, które ujawniły wiele podejmowanych działań. Odpowiedzi respondentów wskazywały na ograniczoną skalę działań, co może wynikać z braku świadomości o realizowanych inicjatywach lub niewystarczającej współpracy między departamentami odpowiedzialnymi za ochronę środowiska a tymi zarządzającymi turystyką. Taka sytuacja rodzi pytania o efektywność podejmowanych działań oraz sposób ich komunikacji do kluczowych interesariuszy, w tym branży turystycznej.

Województwo wielkopolskie prowadzi szereg istotnych działań, które obejmują monitoring i redukcję odpadów, w tym programy dotyczące ograniczania marnotrawstwa żywności, oraz monitoring i działania w zakresie redukcji zanieczyszczenia powietrza i hałasu. Istnieje również szeroki zakres programów na rzecz ochrony przyrody, różnorodności biologicznej oraz zasobów naturalnych i krajobrazu, które wspierają ochronę unikalnych walorów środowiskowych regionu. Lokalne Organizacje Turystyczne (LOTy) angażują się w promocję ekologicznego stylu życia, co ma pozytywny wpływ na świadomość ekologiczną.

Dodatkowo, województwo wdraża szeroki zakres programów ochrony przyrody, różnorodności biologicznej, zasobów naturalnych i krajobrazu, co pomaga chronić cenne obszary i utrzymać unikalne walory środowiskowe regionu. Istotnym elementem są również wytyczne dla turystów oraz działania promujące ekologiczny styl życia wśród mieszkańców, co przyczynia się do kształtowania odpowiedzialnych postaw wobec środowiska naturalnego.

Jednocześnie, Wielkopolska mierzy się z szeregiem wyzwań środowiskowych, które wymagają skoordynowanych działań. Problem zaśmiecenia, zanieczyszczenia powietrza i złej jakości wód powierzchniowych wskazuje na potrzebę wzmocnienia istniejących programów ochrony środowiska, w tym monitoringu i efektywnego zarządzania zasobami wodnymi, szczególnie w kontekście stresu wodnego, który dotyka region. Brak odpowiednich mechanizmów przeciwdziałania tym problemom nie tylko zagraża środowisku, ale również osłabia potencjał turystyczny Wielkopolski. Niewystarczające działania dotyczące ochrony walorów krajobrazowych oraz brak monitoringu zanieczyszczenia świetlnego ograniczają możliwości tworzenia spójnego i atrakcyjnego wizerunku regionu. Brak działań na rzecz klimatu stanowi istotny brak w strategii środowiskowej województwa, zwłaszcza w obliczu rosnących globalnych wyzwań klimatycznych. Dodatkowo, brak analizy wpływu turystyki na przyrodę oraz produktów turystycznych wspierających jej ochronę wskazuje na niewykorzystany potencjał sektora turystycznego w realizacji celów środowiskowych.

Wydaje się, że największym wyzwaniem jest brak zaangażowania branży turystycznej w kwestie zarządzania środowiskowego. W wojewódzkich programach środowiskowych, dotyczących m.in. ochrony zasobów naturalnych, redukcji odpadów czy działań na rzecz efektywności energetycznej, nie uwzględniono roli, jaką mogłaby odgrywać turystyka. Aby zwiększyć efektywność działań i ich pozytywny wpływ na turystykę, konieczne jest zacieśnienie współpracy między odpowiedzialnymi departamentami, a także aktywne włączenie branży turystycznej w realizację programów środowiskowych. Takie podejście mogłoby nie tylko poprawić stan środowiska w regionie, ale także zwiększyć atrakcyjność turystyczną Wielkopolski jako destynacji zrównoważonej.

Silne strony

- Monitoring i działania na rzecz redukcji odpadów
- Monitoring i działania na rzecz redukcji zanieczyszczenia powietrza i hałasem
- Działania w zakresie zmniejszenia ilości i recyklingu odpadów, w tym program w zakresie marnotrawstwa żywności
- Szeroki zakres programów w zakresie ochrony przyrody, różnorodności biologicznej, zasobów naturalnych i krajobrazu
- Promocja ekologicznego trybu życia przez LOTy

Czego zabrakło

- Obszary problematyczne: zaśmiecenie, zanieczyszczenie powietrza, ochrona walorów krajobrazowych, zanieczyszczenie zbiorników słodkowodnych, stres wodny
- Niewiele działań na rzecz efektywnego zarządzania wodą i jakością wód
- Brak monitoringu i działań w zakresie zanieczyszczenia świetlnego
- Brak planu adaptacji na rzecz klimatu
- Brak wytycznych planowania przestrzennego
- Brak analizy wpływu turystyki na przyrodę; brak produktów turystycznych na rzecz ochrony

Zrównoważone zarządzanie turystyką

Zarządzanie rozwojem zrównoważonym w województwie wielkopolskim wypadło najslabiej spośród analizowanych obszarów, co może wskazywać na brak systematycznego i kompleksowego podejścia do tej kwestii. Mimo że elementy zrównoważonego rozwoju są uwzględnione w strategii rozwoju województwa, brakuje spójnej strategii rozwoju turystyki, która nadawałaby kierunek długoterminowym działaniom w tym zakresie.

Istniejące inicjatywy, takie jak działania mające na celu zmniejszenie sezonowości i rozproszenie ruchu turystycznego z pewnością przyczyniają się do wzmocnienia roli turystyki w lokalnej gospodarce i większej stabilności zatrudnienia w turystyce. Podejmowane działania w zakresie promocji standardów turystyki zrównoważonej i międzynarodowych programów certyfikacji są wartościowe, ale mają jednak ograniczony zasięg i wpływ. Dowodem tego jest fakt, że jedynie siedem obiektów w regionie posiada certyfikaty zrównoważonego rozwoju.

Poza tym, brak osób odpowiedzialnych za rozwój zrównoważony oraz niedostatek działań związanych z monitoringiem, raportowaniem i komunikacją w zakresie turystyki zrównoważonej utrudniają efektywne zarządzanie i wdrażanie dobrych praktyk. Brakuje

również kluczowych narzędzi, takich jak monitoring ruchu turystycznego, analiza zadowolenia turystów czy wyliczenie maksymalnej pojemności (carrying capacity) dla wrażliwych obszarów turystycznych, co mogłoby pomóc w ograniczeniu presji na środowisko i poprawie jakości doświadczeń turystycznych. Dodatkowo brak kodeksów postępowania dla turystów oraz minimalne zaangażowanie branży turystycznej w aspekty zrównoważonego rozwoju ograniczają możliwość pełnego wdrożenia zasad turystyki odpowiedzialnej. Co więcej, minimalne zaangażowanie branży turystycznej w kwestie rozwoju zrównoważonego wskazuje na potrzebę większej współpracy i edukacji w zakresie promowania i wdrażania odpowiedzialnych praktyk.

Silne strony	Czego zabrakło
• Elementy rozwoju zrównoważonego ujęte w strategii rozwoju województwa • Krótkoterminowy plan działania w zakresie turystyki, który uwzględnia aspekty rozwoju zrównoważonego • Działania mające na celu zmniejszenie sezonowości i rozproszenie ruchu turystycznego • Promocja standardów turystyki zrównoważonej i międzynarodowych programów certyfikacji (ale tylko 7 obiektów certyfikowanych)	• Brak strategii rozwoju turystyki • Brak monitoringu ruchu turystycznego • Brak wyliczonej maksymalnej pojemności (carrying capacity) • Brak analizy zadowolenia turystów • Brak kodeksów postępowania dla turystów • Minimalne zaangażowanie branży turystycznej w aspekty rozwoju zrównoważonego • Brak osób odpowiedzialnych za rozwój zrównoważony; brak monitoringu, raportowania i komunikacji w zakresie turystyki zrównoważonej

5.2. Dobre praktyki

W końcowej części tego raportu zaprezentowano przykłady dobrych praktyk zrównoważonej turystyki wdrożonych w różnych krajach. Mają one stanowić inspirację do podejmowania działań i tworzenia interesujących projektów oraz inicjatyw, które przyczynią się do zrównoważonego rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim.



Regionalna strategia zrównoważonego rozwoju turystyki, Irlandia

Fáilte Ireland, narodowa organizacja turystyczna Irlandii, opracowała cztery nowe Regionalne Strategie Rozwoju Turystyki na lata 2023–2027. Strategie te, obejmujące regiony Ireland's Ancient East, Wild Atlantic Way, Ireland's Hidden Heartlands i Dublin, tworzą ramy dla zrównoważonego rozwoju turystyki w całym kraju. Dzięki wykorzystaniu unikalnych cech każdego regionu, strategie te mają na celu wzmocnienie lokalnej gospodarki, poprawę doświadczeń turystycznych oraz ochronę środowiska dla przyszłych pokoleń.

Kluczowe elementy strategii z perspektywy zrównoważonego rozwoju:

- **Silne lokalne partnerstwo:**

Strategie powstały we współpracy z lokalnymi władzami, społecznościami i branżą turystyczną, co zapewnia szerokie wsparcie i dostosowanie do potrzeb poszczególnych regionów. Lokalne Plany Rozwoju Destynacji i Doświadczeń (DEDPs) będą realizowane na poziomie lokalnym, aby zapewnić spójność i skuteczność działań.

- **Kreowanie wyjątkowych doświadczeń turystycznych:**

Strategie kładą nacisk na rozwój nowych i unikalnych atrakcji turystycznych oraz ulepszanie istniejących. Projekty te mają przyciągać turystów, którzy zostaną na dłużej i wydadzą więcej, co wspiera lokalne społeczności i gospodarki.

- **Ochrona środowiska:**

Priorytetem jest dekarbonizacja sektora turystyki. Strategie zawierają działania wspierające ochronę środowiska, takie jak zrównoważone zarządzanie atrakcjami turystycznymi, inwestycje w infrastrukturę przyjazną środowisku oraz działania na rzecz ograniczenia śladu węglowego.

- **Monitoring postępów:**

Wyznaczono konkretne wskaźniki dotyczące branży turystycznej, liczby turystów, społeczności lokalnych i środowiska. Pozwalają one na regularną ocenę postępów, identyfikację potencjalnych problemów oraz modyfikację działań w celu zapewnienia skuteczności strategii.

- **Wzmacnianie lokalnych społeczności:**

Strategie mają na celu poprawę jakości życia mieszkańców poprzez zwiększanie społecznych i ekonomicznych korzyści wynikających z turystyki. Turystyka jest traktowana jako narzędzie wspierania lokalnych społeczności oraz promowania ich kultury i dziedzictwa.

- **Dostosowanie do Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG):**

Strategie są zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ, co podkreśla zaangażowanie w realizację globalnych celów na poziomie lokalnym.

Dzięki kompleksowemu podejściu łączącemu ochronę środowiska, wspieranie lokalnych społeczności, rozwój gospodarczy oraz skuteczny monitoring, Irlandia staje się liderem w zrównoważonym rozwoju turystyki na poziomie regionalnym.



Promocja turystyki zrównoważonej, Południowy Tyrol

Południowy Tyrol to autonomiczna prowincja na północy Włoch, znana z kompleksowego rozwoju i działań na rzecz promowania turystyki zrównoważonej i miękkiej mobilności.



Oto niektóre inicjatywy i praktyki Południowego Tyrolu:

- **Zintegrowany transport publiczny:**

Południowy Tyrol oferuje zintegrowany system transportu publicznego, który obejmuje pociągi, autobusy i kolejki linowe, ułatwiając turystom podróżowanie bez samochodu. Specjalna karta, Mobilcard, umożliwia nieograniczone korzystanie z transportu publicznego przez określoną liczbę dni, zachęcając odwiedzających do odstawienia samochodu i korzystania z ekologicznych środków transportu.

- **Program certyfikacji turystyki zrównoważonej i produktów lokalnych:**

Południowy Tyrol wdrożył program certyfikacji turystyki zrównoważonej, który znajduje się na liście programów certyfikacji przyznanych przez Światową Radę Turystyki Zrównoważonej. Program wyróżnia przedsiębiorstwa turystyczne, które spełniają globalne kryteria turystyki zrównoważonej. Południowy Tyrol opracował także programy certyfikacji dla najważniejszych produktów lokalnych, m.in. jabłek czy bekonu. Programy te pozwalają na bardziej skuteczne zarządzanie jakością oferty turystycznej całego regionu.

- **Promocja certyfikowanych obiektów:**

Aby promować najbardziej zrównoważone obiekty i atrakcje turystyczne, na stronie internetowej można z łatwością znaleźć certyfikowane przedsiębiorstwa. Z jednej strony działania te wpływają na decyzje turystów, a z drugiej – motywuje kolejne przedsiębiorstwa z branży turystycznej do wzięcia udziału w certyfikacji.

- **Promocja zrównoważonych konferencji i wydarzeń:**

Południowy Tyrol opracował wytyczne oraz program certyfikacji „Green event” dla centrów konferencyjnych i organizatorów wydarzeń, które określają kryteria środowiskowe i społeczne dla tego sektora.

- **Sezonowość w marketingu:**

Południowy Tyrol promuje turystykę przez cały rok, koncentrując się na działaniach sezonowych, takich jak narciarstwo zimą i wędrówki latem, co pomaga zapobiegać negatywnym skutkom nadmiernej turystyki w szczytowych sezonach. Przekłada się to na działania promocyjne, m.in. na zmieniające się oferty, kalendarze wydarzeń czy szatę graficzną strony internetowej.

- **Edukacja ekologiczna:**

Niektóre atrakcje turystyczne i parki przyrody w Południowym Tyrolu oferują programy edukacji ekologicznej, aby podnieść świadomość na temat lokalnego ekosystemu i znaczenia ochrony przyrody.

Więcej informacji można uzyskać na stronie internetowej:

 <https://www.suedtirol.info/en/en>

Ochrona środowiska, Jezioro Bodeńskie, Niemcy / Szwajcaria / Austria

Jezioro Bodeńskie, leżące na granicy Niemiec, Szwajcarii i Austrii, jest jednym z największych i najpiękniejszych jezior w Europie, przyciągającym turystów swoim malowniczym krajobrazem i bogatą ofertą rekreacyjną. Aby zachować swoje walory przyrodnicze, wdrażanych jest wiele inicjatyw z zakresu ochrony środowiska.



Współpraca w ramach Fundacji Jeziora Bodeńskiego

Znaczącą inicjatywą na rzecz zrównoważonego rozwoju jest utworzenie Fundacji Jeziora Bodeńskiego, gdzie kilka organizacji ekologicznych ze wszystkich trzech krajów połączyło siły, aby chronić jezioro. Ta współpraca wzmacnia działania w obszarach rolnictwa, biznesu, energii i ochrony przyrody, zapewniając kompleksowe podejście do ochrony środowiska.

Redukcja mikroplastiku

Aby przeciwdziałać problemowi mikroplastiku w Jeziorze Bodeńskim, fundacja opracowała zalecenia dotyczące ich redukcji. Obejmują one poprawę technologii oczyszczania ścieków, angażowanie stowarzyszeń sportowych i sektora rolniczego w redukcję zanieczyszczeń oraz wdrażanie opłacalnych środków mających na celu zmniejszenie gromadzenia się mikroplastiku.

Promocja zrównoważonego transportu publicznego

Bilet Bodensee promuje ekologiczne podróżowanie, umożliwiając nieograniczone korzystanie z autobusów, pociągów i promów w Niemczech, Szwajcarii i Austrii. Ta inicjatywa zmniejsza ślad węglowy turystów i zachęca do korzystania z transportu publicznego. Karta Bodensee Card PLUS natomiast upraszcza dostęp do 160 atrakcji, zachęcając do zrównoważonej turystyki poprzez zmniejszenie potrzeby posiadania indywidualnych biletów i promowanie korzystania z transportu publicznego i wspólnego. Karta ta poprawia doświadczenia turystów, minimalizując jednocześnie wpływ na środowisko.

Strona internetowa

Kompleksowa strona internetowa dostarcza odwiedzającym szczegółowe informacje na temat zrównoważonych praktyk, atrakcji i opcji transportowych wokół Jeziora Bodeńskiego. Zasób ten umożliwia turystom odpowiedzialne planowanie podróży, promując ekologiczne przemieszczanie się i zwiększenie świadomości na temat ochrony przyrody.

Więcej informacji można uzyskać na stronie internetowej:

 <https://www.bodensee-stiftung.org/>



Zrównoważone festiwale, Irlandia

Fáilte Ireland, Krajowy Urząd ds. Rozwoju Turystyki w Irlandii, stworzył wytyczne dla organizacji zrównoważonych festiwali. Celem tej publikacji było wsparcie organizatorów dużych i małych wydarzeń w zwiększeniu ich wiedzy i zaangażowania w rozwój zrównoważony.



Zestaw wytycznych powstał po przeprowadzeniu ankiety i konsultacji z ponad 80 irlandzkimi festiwalami o różnej wielkości, które pokazały zróżnicowany poziom świadomości i praktyk zarządzania festiwalami w Irlandii. Aby pomóc organizatorom wydarzeń o różnym poziomie wiedzy, rekomendacje znajdujące się w przewodniku zostały podzielone na trzy poziomy zaawansowania i skategoryzowane za pomocą prostego systemu sygnalizacji świetlnej:

- czerwony - poziom podstawowy
- żółty - poziom średniozaawansowany
- zielony - poziom zaawansowany.

Ponadto przewodnik uwzględnia działania w trzech strefach wpływów organizatorów festiwali

- Działalność operacyjna (działania wewnątrz organizacji, zaczynając od polityki i planu działania, zaangażowanie kadry).
- Relacje z dostawcami i wykonawcami, uzyskując wsparcie artystów i innych interesariuszy,
- Komunikacja i zaangażowanie odbiorców (uczestników wydarzeń)

Wytyczne zostały podzielone na siedem obszarów tematycznych, z których każdy obejmuje działania mające na celu osiągnięcie odpowiednich Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ:

- Energia
- Dojazd i transport
- Zasoby (gospodarka odpadami)
- Żywność i napoje
- Woda
- Przyroda i różnorodność biologiczna
- Zarządzanie.

W każdej sekcji wymieniono od 20 do 30 działań w kolejności łatwości wdrożenia, od prostych do złożonych.

Przewodnik można pobrać na stronie:



https://www.failteireland.ie/Failtelreland/media/WebsiteStructure/Documents/Product_Development/Festivals_Events/failte-ireland-sustainable-festivals-guidelines-2023.pdf



Szkocja Net Zero — plan działań na rzecz klimatu

Szkocja dąży do osiągnięcia zero-emisyjności do 2045 roku, a działania na rzecz klimatu są uwzględnione w strategii rozwoju turystyki "Scotland Outlook 2030" oraz "Strategii transformacji gospodarczej" szkockiego rządu. Zdając sobie sprawę z tego, że zmiany klimatyczne zagrażają naturalnym i kulturowym zasobom Szkocji, oraz wpływu branży turystycznej i MICE na środowisko naturalne, VisitScotland opublikowała 3-letni plan "Destination Net Zero Climate Action Plan", który ma wesprzeć działania branży i pomóc osiągnąć zero-emisyjność Szkocji do 2045 roku.

VisitScotland już wcześniej podejmowała działania na rzecz klimatu, m.in. ogłosiła stan zagrożenia klimatycznego i jest sygnatariuszem-założycielem Deklaracji z Glasgow w sprawie działań na rzecz klimatu w turystyce. Destination Net Zero Climate Action Plan na lata 2023-2026 to kolejny krok na tej drodze i oficjalne zobowiązanie VisitScotland do wspierania sektora turystycznego w osiąganiu zero-emisyjności.



Priorytetowe obszary działania:

- Monitorowanie emisji gazów cieplarnianych.
- Promowanie efektywności energetycznej i odnawialnych źródeł energii.
- Promowanie efektywnego wykorzystania zasobów naturalnych, redukcji odpadów i odpowiedzialnej konsumpcji.
- Zachęcanie do niskoemisyjnego transportu.
- Adaptację do zmian klimatu i odbudowę środowiska naturalnego.

W ramach planu, VisitScotland zobowiązała się do:

- Koordynacji działań na rzecz klimatu w branży turystycznej
- Zapewnienia doradztwa, szkoleń i innych narzędzi, które pozwolą firmom opracować plany działania na rzecz klimatu.
- Udostępnienia danych i informacji, które pomogą przedstawicielom branży i interesariuszom podejmować świadome decyzje.
- Wspierania i tworzenia produktów niskoemisyjnych.
- Organizacji kampanii informacyjnych adresowanych do turystów, promujących niskoemisyjne usługi.
- Współpracy z partnerami w celu dzielenia się najlepszymi praktykami i rozwiązaniami.
- Corocznego raportowania na temat zrealizowanych działań.

Więcej informacji można uzyskać na stronie internetowej:

 <https://www.visitscotland.org/about-us/what-we-do/our-plans/destination-climate-action-plan>

5.3. Rekomendacje

W ostatniej części raportu przedstawione są konkretne sugestie i działania mające na celu wzmocnienie praktyk zrównoważonego rozwoju turystyki w województwie wielkopolskim. Rekomendacje te opierają się na przeprowadzonych analizach, zgromadzonych danych i wnioskach, i mają służyć jako drogowskaz dla decydentów, organizacji turystycznych i innych podmiotów zaangażowanych w rozwój turystyki w regionie. Poniżej przedstawione rozwiązania mogą posłużyć jako pierwszy krok na dalszej drodze regionu w kierunku zrównoważonego rozwoju turystyki.

Plan realizacji turystyki zgodny ze strategią rozwoju województwa

Aby skutecznie wdrożyć zrównoważony rozwój w turystyce, konieczne jest opracowanie wojewódzkiej strategii rozwoju turystyki, a przynajmniej szczegółowego planu realizacji, który będzie odzwierciedlał cele zrównoważonego rozwoju zawarte w strategii rozwoju województwa i wojewódzkim programie ochrony środowiska. Taki plan umożliwi skoordynowane działania, które wspierają długoterminowe cele ekologiczne, społeczne i ekonomiczne regionu. Wprowadzenie spójnego planu pozwala na lepsze zarządzanie zasobami, ochronę środowiska, wspieranie lokalnych społeczności oraz podniesienie atrakcyjności regionu dla turystów. Prawidłowo opracowana strategia i plan rozwoju turystyki pomagają także wydłużyć sezon turystyczny i dywersyfikować ruch turystyczny poza najczęściej odwiedzane destynacje, takie jak Poznań. Działania te przyczyniają się również do budowania pozytywnego wizerunku regionu jako lidera w zrównoważonym rozwoju turystyki.

Co można zrobić?

Plan realizacji działań w turystyce

Plan realizacji działań w turystyce powinien odzwierciedlać założenia strategii rozwoju województwa oraz uwzględniać założenia głównych programów strategicznych, takich jak ochrona środowiska. Kluczowe jest, aby plan ten był spójny z szerszymi celami regionalnymi i krajowymi, co zapewni harmonijne i efektywne wdrażanie działań na poziomie lokalnym.

Osoba lub zespół odpowiedzialny za zrównoważony rozwój

Konieczne jest wyznaczenie osoby lub zespołu odpowiedzialnego za aspekty zrównoważonego rozwoju w turystyce. Może to być dedykowany koordynator lub grupa składająca się z przedstawicieli różnych działów, co zapewni różnorodność perspektyw i kompetencji. Zespół ten będzie nadzorować realizację planu, koordynować działania oraz zapewniać spójność i zgodność z założeniami strategicznymi.

Monitoring i raportowanie

Niezbędne jest wprowadzenie systemu monitoringu i raportowania realizacji planu, uwzględniającego wskaźniki rozwoju zrównoważonego. Regularne raporty pozwolą na ocenę postępów, identyfikację ewentualnych problemów oraz wprowadzenie korekt w działaniach.

Monitoring umożliwi również transparentność działań oraz informowanie interesariuszy o osiągnięciach i wyzwaniach związanych z wdrażaniem zrównoważonej turystyki.

Zaangażowanie branży turystycznej w zrównoważony rozwój

Zaangażowanie branży turystycznej w zrównoważony rozwój jest kluczowe dla osiągnięcia długoterminowych celów ekologicznych, społecznych i ekonomicznych. Wprowadzenie zrównoważonych praktyk pozwoli firmom turystycznym na bardziej efektywne zarządzanie zasobami, co przyczyni się do ochrony środowiska, wspierania lokalnych społeczności oraz zwiększenia atrakcyjności regionu dla świadomych ekologicznie turystów. Działania te przyczynią się także do budowy pozytywnego wizerunku regionu jako lidera w zrównoważonym rozwoju turystyki.

Co można zrobić?

Budowanie świadomości i szkolenia

Prowadzenie kampanii informacyjnych i szkoleń jest niezbędne do zwiększenia świadomości na temat zrównoważonego rozwoju wśród firm turystycznych. Kampanie te mogą być realizowane za pomocą mediów społecznościowych, broszur informacyjnych, webinarów i konferencji, a także za pomocą platformy szkoleniowej WOT. Dzięki temu przedsiębiorcy mogą łatwo zdobyć wiedzę na temat korzyści płynących ze zrównoważonego rozwoju oraz dowiedzieć się, jak wprowadzać takie praktyki w swojej działalności.

Lokalne nagrody i systemy motywacyjne

Wprowadzenie lokalnych nagród i wyróżnień za wdrażanie innowacyjnych, zrównoważonych rozwiązań w branży turystycznej może również motywować przedsiębiorców do podejmowania bardziej zaawansowanych działań. Mogą to być również systemy wsparcia, dodatkowa promocja lub inne instrumenty, które zmotywują firmy do działania w tym zakresie.

Narzędzia wsparcia w uzyskaniu międzynarodowych programów certyfikacji

Województwo powinno nie tylko promować, ale wspierać firmy turystyczne w uzyskaniu międzynarodowych programów certyfikacji rozwoju zrównoważonego. Narzędziami wsparcia mogą być zestawy dobrych praktyk, gotowe do wdrożenia rozwiązania i dokumenty, czy też programy dofinansowania. Wpisanie się w międzynarodowe standardy (i wyjście naprzeciw unijnej dyrektywie Green Claims) może stanowić dodatkową motywację dla lokalnych przedsiębiorstw, zwiększając ich konkurencyjność i atrakcyjność na rynku turystycznym.

Opracowanie minimalnych standardów dla wybranych kategorii produktów turystycznych

Minimalne standardy dla produktów turystycznych są kluczowe, aby zapewnić spójność oferty, podnieść jakość doświadczeń turystów i ograniczyć wpływ turystyki na środowisko i lokalne społeczności. Standaryzacja tych produktów pozwala uniknąć degradacji zasobów naturalnych

i kulturowych, wzmacnia wizerunek województwa jako destynacji oferującej wysokiej jakości, autentyczne przeżycia oraz promuje odpowiedzialne zachowania wśród odwiedzających i organizatorów. Dodatkowo, standardy te wspierają lokalnych przedsiębiorców, wyznaczając wyraźne wytyczne, które pozwalają lepiej dostosować się do zasad zrównoważonego rozwoju.

Co można zrobić?

Kroki do opracowania i wdrożenia minimalnych standardów dla produktów turystycznych:

Identyfikacja kluczowych kategorii produktów turystycznych

Na początku należy zidentyfikować kategorie produktów turystycznych, które mają największy wpływ na lokalne środowisko, gospodarkę i kulturę. W województwie wielkopolskim mogłyby to być: sektor MICE (wydarzenia i festiwale), turystyka kulinarna, turystyka winiarska oraz turystyka na terenach przyrodniczych. Priorytetyzacja pomoże skoncentrować zasoby na najważniejszych obszarach i skutecznie wdrażać standardy w sposób etapowy.

Ustalanie minimalnych standardów i kryteriów dla każdej kategorii

Dla każdej wybranej kategorii należy opracować minimalne standardy, które będą obejmować kluczowe aspekty zrównoważonego rozwoju. Na przykład, w przypadku wydarzeń i festiwali kryteria mogą dotyczyć zarządzania odpadami i zużycia energii, podczas gdy w turystyce kulinarnej i winiarskiej mogą uwzględniać promowanie lokalnych produktów i ograniczenie jednorazowych opakowań. Włączenie ekspertów, organizatorów oraz lokalnych społeczności w ten proces pozwoli stworzyć odpowiednie i akceptowane kryteria.

Wdrożenie pilotażowych programów i konsultacje z interesariuszami

Po opracowaniu standardów, warto rozpocząć pilotażowe wdrożenie w wybranych obiektach lub wydarzeniach oraz przeprowadzić konsultacje z interesariuszami, takimi jak przedsiębiorcy, lokalne organizacje i urzędy. Pilotaż pozwoli przetestować standardy w praktyce, zidentyfikować potencjalne problemy i dostosować kryteria do rzeczywistych warunków i potrzeb branży turystycznej.

Szkolenia i kampanie informacyjne dla wdrażania standardów

Wsparcie dla wdrażania standardów powinno obejmować szkolenia i kampanie informacyjne skierowane do organizatorów i przedsiębiorców turystycznych. Szkolenia pomogą wyjaśnić korzyści z implementacji standardów i nauczą, jak skutecznie je stosować, podczas gdy kampanie informacyjne skierowane do turystów zwiększą świadomość na temat zasad zrównoważonego korzystania z oferty turystycznej.

Promocja produktów spełniających standardy

Produkty turystyczne, które spełniają opracowane standardy, powinny być wyróżniane i promowane jako przykłady odpowiedzialnej turystyki. Warto stworzyć system dedykowanych oznaczeń dla takich produktów oraz zapewnić im preferencyjne miejsce w regionalnych materiałach promocyjnych.

Zintegrowane działania na rzecz klimatu

W związku z wyzwaniami klimatycznymi, logicznym krokiem byłoby zatwierdzenie planu działań na rzecz klimatu w obszarze turystyki. Województwo wielkopolskie mogłoby dołączyć do sygnatariuszy **Deklaracji z Glasgow** w sprawie zmian klimatycznych.

Destynacje turystyczne odgrywają kluczową rolę w walce z zmianami klimatu, ponieważ są odpowiedzialne za znaczący odsetek emisji gazów cieplarnianych i bezpośrednio narażone na skutki tych zmian, takie jak erozja czy skrajne warunki pogodowe. Tereny górskie są szczególnie wrażliwe na zmiany klimatyczne. Działania na rzecz ochrony klimatu nie tylko chronią środowisko i zasoby naturalne, ale także zabezpieczają źródła utrzymania społeczności lokalnych, odpowiadają na rosnące oczekiwania ekologicznie świadomych turystów i zapewniają długoterminową rentowność sektora turystycznego.

Co można zrobić?

Mierzenie i monitorowanie śladu węglowego turystyki

Podstawowym działaniem powinno być zmierzenie śladu węglowego branży turystycznej i hotelarskiej, w tym emisji CO₂ wynikających z transportu wewnątrz i do destynacji. Powinny być postawione konkretne cele dotyczące zmniejszenia emisji i dane monitorowane i raportowane.

Ekologizacja transportu

Akcje zachęcające turystów do korzystania z transportu publicznego, takiego jak pociągi czy środki komunikacji miejskiej. Rozbudowa tras rowerowych łączących atrakcje turystyczne regionu. Strefy zamknięte dla samochodów. Promocja korzystania z pojazdów elektrycznych i tworzenie dla nich stacji ładowania.

Efektywność energetyczna

Programy zachęcające obiekty zakwaterowania i centra konferencyjne do stosowania energooszczędnych praktyk. Programy wspierające inwestycje w odnawialne źródła energii. Zwiększenie świadomości na temat praktyk i dostępnych technologii wspierających energoefektywność.

Gospodarka odpadami

Zwiększenie świadomości na temat redukcji odpadów. Wdrożenie polityk zabraniających korzystanie z jednorazowego plastiku na terenach chronionych. Szkolenia i programy wsparcia dla hoteli i restauracji w obszarze redukcji odpadów żywnościowych i kompostowania odpadów organicznych.

Edukacja i świadomość

Akcje informacyjne w celu edukowania turystów na temat skutków zmian klimatycznych i zachęcające do ekologicznych postaw. Organizacja szkoleń i kampanii informacyjnych adresowanych do branży turystycznej, edukujące o zrównoważonych praktykach.

Odporność na zmiany klimatu

Rozwój infrastruktury turystycznej z naciskiem na odporność na ekstremalne zjawiska pogodowe, takie jak powodzie i burze. Prawdłowo opracowane i aktualizowane plany reagowania kryzysowego na poziomie destynacji oraz wsparcie sektora prywatnego w tworzeniu swoich planów działania kryzysowego. Dostosowanie oferty turystycznej do zmieniających się warunków klimatycznych.

Uczestnictwo w konkursie Top 100 Green Destinations

Top 100 Green Destinations to konkurs, który corocznie wyłania i wyróżnia najbardziej zrównoważone i ekologiczne destynacje turystyczne na świecie. Konkurs został stworzony w 2016 roku przez Green Destinations - organizację non-profit, która promuje zrównoważony rozwój w branży turystycznej. Celem konkursu jest uhonorowanie destynacji, które podejmują znaczące działania na rzecz ochrony środowiska, wspierania lokalnych społeczności oraz promowania odpowiedzialnego turystycznego wzrostu.

W konkursie Top 100 Green Destinations mogą brać udział różne typy destynacji, w tym miasta, regiony, parki narodowe, obszary wiejskie czy wyspy, które aktywnie wdrażają zrównoważone praktyki w zakresie turystyki. Destynacje zgłaszają swoje kandydatury, a następnie oceniane są przez ekspertów i specjalistów z zakresu zrównoważonego rozwoju i turystyki.

Na podstawie aplikacji publikowany jest ranking Top 100 Green Destinations (corocznie jesienią), a finaliści ogłaszani są podczas ITB Berlin w marcu.

Jakie korzyści przynosi uczestnictwo w konkursie?

- **Promocja destynacji.** Zostać wyróżnionym w konkursie Top 100 Green Destinations to doskonała okazja do promocji destynacji na międzynarodowym forum. Destynacje, które zostają uhonorowane, zyskują większą widoczność i zainteresowanie turystów.

- **Kreowanie pozytywnego wizerunku.** Udział w konkursie i wyróżnienie jako zrównoważona destynacja może przyczynić się do budowania pozytywnego wizerunku destynacji jako miejsca, które dba o środowisko i wspiera lokalne społeczności.
- **Podniesienie standardów działalności.** Proces aplikacji i oceny w konkursie wymaga przeanalizowania i udokumentowania zrównoważonych działań destynacji. To może skłonić destynację do podniesienia standardów działalności w zakresie zrównoważonego rozwoju.
- **Przyciągnięcie bardziej świadomych turystów.** Otrzymanie wyróżnienia jako zrównoważona destynacja może przyciągnąć bardziej świadomych społecznie turystów, którzy preferują odwiedzać miejsca, które dbają o środowisko i lokalne społeczności.
- **Zwiększenie zaangażowania lokalnej społeczności.** Udział w konkursie może wzmocnić więź destynacji z lokalnymi mieszkańcami. Otrzymanie wyróżnienia za zrównoważony rozwój może budzić dumę wśród społeczności i zwiększać ich zaangażowanie w podejmowane działania na rzecz ochrony środowiska.
- **Zwiększenie współpracy z partnerami.** Wyróżnienie w konkursie może przyciągnąć uwagę potencjalnych partnerów i inwestorów, którzy są zainteresowani współpracą z destynacją, która aktywnie dąży do zrównoważonego rozwoju.

Jak wziąć udział w konkursie?



Uczestnictwo w konkursie składa się z dwóch etapów. W pierwszym etapie destynacja musi wykazać zgodność z 15 kryteriami Green Destinations, które dotyczą wszystkich czterech aspektów zrównoważonej. Jeśli destynacja spełnia przynajmniej 60% tych kryteriów, to może przystąpić do etapu drugiego, czyli „dobrej praktyki”. W tym etapie destynacje opisują dobrą praktykę z zakresu turystyki zrównoważonej, np. konkretne wydarzenie, projekt, itp. które przyniosło pozytywne rezultaty dla środowiska, kultury lub społeczności lokalnej. Termin na zgłaszanie chęci uczestnictwa w konkursie mija zazwyczaj w marcu/kwietniu, a termin na złożenie aplikacji w maju/czerwcu. Koszt udziału w konkursie to kwota około 600 Euro. Warunki uczestnictwa, daty i termin mogą się zmienić – są corocznie uaktualniane i publikowane późną jesienią.

Więcej informacji na temat konkursu można uzyskać na stronie internetowej:



<https://www.greendestinations.org/top-100-destinations/>

„Raport z wdrożenia standardów turystyki zrównoważonej w województwie wielkopolskim” opracowany został w ramach projektu „Inicjatywy, Współpraca. Turystyka zrównoważona” oraz konferencji o tej samej nazwie, która miała miejsce 8 października 2024 roku w Poznaniu.

Projekt ten opiera się na upowszechnianiu wiedzy oraz informacji jak zrównoważona wersja świata może się rozwijać. Bez tego w Polsce zielonej transformacji nie przeprowadzimy.

Niniejszy raport jest zwieńczeniem pracy diagnostyki i syntezy zgromadzonej wiedzy oraz najnowszych informacji na temat tego, jak zielona transformacja się dokonuje i jak zmienia turystykę Polski.

Jest to opracowanie bardzo wszechstronne, obrazujące branżę turystyki - od mobilności zaczynając, przez inwestycje, a na kreacji i wdrażaniu dóbr konsumpcyjnych i żywności kończąc. Skupiamy się też na głównych trendach oraz pokazujemy, jak meandrują myśli oraz pomysły przedsiębiorców atrakcji turystycznych czy obiektów noclegowych niejednokrotnie szukających całkiem niekonwencjonalnych rozwiązań.

Dzięki zrównoważonemu rozwojowi sektora możliwe jest tworzenie nowych miejsc pracy w regionach wiejskich, a także rozwój usług nakierowanych na zdrowie czy aktywny wypoczynek.

Wyniki badania sondażowego dla grupy losowej beneficjentów z regionu ma charakter przedstawienia zaleceń do rozwijania i wdrażania celów SDG na poziomie województwa wielkopolskiego.

Raport listopad 2024

Badanie sondażowe zostało zrealizowane na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej, we współpracy z Wielkopolską Organizacją Turystyczną.

Opracowanie i redakcja 2024, Travindy, Anula Galewska

Opracowanie graficzne 2024, Travindy, Anastazja Szkarupa

Kontakt: pot.gov.pl, pot@pot.gov.pl

Partner medialny: Dziennik Rzeczpospolita Serwis Turystyka



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



WSPÓŁPRACA
INNOWACJE
TURYSTYKA
ZRÓWNOWAŻONA