

Zavod Tovarna trajnostnega turizma GoodPlace
& Konzorcij Slovenia Green
Rimska cesta 2b, 1000 Ljubljana

V Ljubljani, 5. maja 2020

»NOVA NORMALNOST« MORA BITI ŠE BOLJ TRAJNOSTNA ★ Opozarjamo na izjemen pomen trajnostnih ukrepov in rešitev ob ponovnem zagonu slovenskega turizma

Spoštovani predstavniki institucij,

ki ste ključni oblikovalci politik in kot predstavniki slovenskega turizma odgovorni za podporo konkurenčnemu in trajnostnemu okvirju turizma v Sloveniji,

V turizmu na globalni ravni je po začetnem COVID-19 šoku in zagotovitvi blažilnih ukrepov prevladalo mnenje, da je to za turizem ne zgolj najbolj vseobsegajoča kriza, temveč tudi priložnost za ponovni premislek ('RE-SET', 'RE-IMAGINE'), kako želimo razvijati turizem v prihodnje – na ravni držav, regij, destinacij, produktov, podjetij.

Po popolni zapori panoge se vsi pripravljamo na ponoven zagon in poskušamo razumeti, kaj prinaša »nova normalnost«:

- ▶ Trenutno se v prvi vrsti ukvarjamo s tem, s kakšnimi **varnostno-sanitetnimi protokoli bomo omogočili zagon panoge** in še vedno zagotovili na eni strani prijetno izkušnjo gosta – varno in sprejemljivo za lokalno skupnost – in seveda na drugi finančno vzdržno poslovanje turističnega gospodarstva;
- ▶ S katerimi **poslovnimi odločitvami in marketinškimi akcijami** bomo učinkoviti in konkurenčni, ko se bodo ponovno sprostila potovanja;
- ▶ Ob tem pa se zavedamo, da preprosto moramo izkoristiti ta čas tudi za **bolj strateške premisleke o ukrepih za trajnostno poslovanje na dolgi rok**. In tudi za premislek o tem, kako v turizmu razumemo in merimo uspeh.

Žal je hkrati to tudi čas, ko zaradi finančnih izzivov (tako v gospodarstvu kot tudi v javnem sektorju) pogosto padajo vrednote, se krčijo razvojni proračuni oziroma se zaradi kratkoročnih pritiskov za preživetje izgubi dolgoročni fokus – in tudi trajnost.

V zdajšnji krizni situaciji, ki je v prvi fazi zdravstvena in socialna – a zagotovo bo tudi ekonomska oziroma finančna – **se bojimo, da bodo prizadevanja Slovenije kot prve zelene države v svetu postavljena na veliko preizkušnjo.**

A hkrati se zavedamo, da ima Slovenija **skozi močno razširjeno in trdno Zeleno shemo slovenskega turizma** (ki na temeljni destinacijski ravni pokriva že 80 odstotkov slovenskih prenočitev) ta hip **dobro osnovo in zelo pomembno konkurenčno prednost pred drugimi destinacijami v Evropi, v svetu.**

Ne pozabimo, da je eden **ključnih stebrov trajnostnega turizma med drugim skrb za zdravje in varnost vseh deležnikov** – od lokalnih skupnosti, turističnih ponudnikov kot tudi seveda obiskovalcev samih. Ustrezno ravnanje na stebru 'Zdravje in varnost' je zdaj še posebej v ospredju vseh globalnih institucij. Ta vidik prinaša številne izzive – kako bomo varno potovali,

kako bomo sprejemali gosta, kako bomo gledali na goste, ki prihajajo iz območij, ki so se težje soočila s pandemijo, kako se bo varno počutila lokalna skupnost. To so teme, ki jih učinkovito lahko naslavljamo tudi preko naše zelene platforme.

ČE POVZAMEMO: Imamo dobre trajnostne temelje, a pred sabo izredno velike izzive! Na preizkušnji je naša trajnost, hkrati pa to priložnost, da pokažemo našo pravo zeleno barvo. In tudi odgovornost, da to kot prva zelena država na svetu storimo na pravi način.

Zato kot ključni nosilci trajnostnega delovanja na področju razvoja turizma **predstavniki Konzorcija Slovenija Green in Zavod Tovarna trajnostnega turizma** (kot akreditirani partner Slovenske turistične organizacije za razvoj in izvajanje ZSST)

POZIVAMO

vse ključne turistične odločevalce v Sloveniji,
da dosežemo konsenz glede naslednjih 3 točk:

1. NE SMEMO DOPUSTITI, DA BOMO SLOVENIJO OB PONOVNEM ZAGONU PANOGE ZARADI VARNOSTNIH STANDARDOV PREPLAVILI S PLASTIČNIMI ARTIKLI ZA ENKRATNO UPORABO IN DODATNO EMBALAŽO

Apeliramo, da bodo rešitve in varnostno-sanitetne prilagoditve, ki jih bomo uvajali, še vedno premišljene s strani trajnostnega turizma in njegovih vrednot in v največji možni meri sledile principom krožnega gospodarstva.

Z rešitvami na stebru 'Zdravje in varnost' ne smemo spodkopavati drugih stebrov in že lansiranih vizij/obljub (da Slovenija postane prva država na svetu, ki je iz turizma izločila plastiko za enkratno uporabo).

Poiskati moramo druge, prav tako varne, a še vedno trajnostne rešitve, in se izogniti predvsem na primer zahtevi po uporabi single use artiklov in nepotrebem pakiranju za potrebe zagotavljanja varnosti. *Zagotovo si, ob prizadevanjih za dobro, premium in varno izkušnjo naših gostov, ne želimo 'lunch boxov in plastičnega pribora'.* Tu je zagotovo potreben dober premislek! Tu je tudi prostor za inovacije in skupno iskanje rešitev.

2. POTREBEN JE SKUPEN PREMISLEK O CILJIH IN KLJUČNIH KAZALNIKIH USPEŠNOSTI - MANJ JE VEČ

Obstoječa Strategija trajnostne rasti slovenskega turizma 2017-2021 je že pošteno v drugi polovici izvajanja, a spremenjene razmere in nova normalnost zahtevajo njeno čimprejšnjo reevalvacijo. Apeliramo, da se oblikuje strateška skupina, ki bo v usmerjenem procesu opredelila ključne korake – med člane vključite tudi nas!

Slovenija ima pravo vizijo 'zelene butičnosti', ki se še bolj kot kadarkoli do sedaj kot prava potrjuje zdaj – a potrebujemo skupen in strateško moderiran proces reevalvacije ciljev, ključnih kazalnikov uspešnosti, tudi vrednot, trgov in prihodnjih prioritet.

Po čem želimo, da bo Slovenija občudovana čez leto, dve ali pet? Kako povečati dodano vrednost in izkoristiti našo zeleno pozicijo? Kako valorizirati našo ne-množičnost in za ta 'luksuz' postaviti pravo ceno. Kateri trgi so trajnostni in dolgoročno vzdržni? Katerih gostov si želimo in katerih ne – in katere korake to potegne za sabo. Kateri so faktorji zmagovalnih poslovnih modelov turizma prihodnosti?

Potrebni bo kar nekaj strateških razmislekov. Tudi in še posebej v dani situaciji ta, kako ponovno vzpostaviti zaupanje v turizmu.

V proces kreiranja novih ciljev, vrednot in sistemov upravljanja je potrebno danes bolj kot kadarkoli vključiti vse deležnike, od lokalnih skupnosti do turističnega gospodarstva, ter preko transparentnih, kontroliranih in prijaznih načinov vzpostaviti zaupanje. Zaupanje znotraj lokalnih skupnosti, zaupanje do turističnega sektorja in zaupanje do obiskovalcev ter seveda zaupanje obiskovalca do destinacije, ki jo obiskujejo. Naša Zelena shema z vzpostavljenimi modeli sodelovanja in delujočimi orodji lahko pri tem odigra ključno vlogo in pomembno doprinese h kreiranju novih, človeku in okolju odgovornih praks v turizmu.

Prav zato je potrebno trajnost vzpostaviti kot temeljno paradigmo in platformo – in ne kot eno od politik ali projektov ter vse odločitve tehtno premisliti iz vseh vidikov trajnosti.

Nadalje, trajnost moramo vzpostaviti kot temeljno paradigmo in platformo – in ne zgolj kot eno od politik ali projektov. In okrepiti medresorska sodelovanja.

Vrednotenje uspešnosti v novi normalnosti bo temeljilo na tem, kdo je iz COVID-19 pandemije izšel kot zmagovalec (trajnostni in vzdržni, na lokalnem temelječi poslovni modeli) in kdo kot poraženec (vračanje v stare tire, po poti prekomernega obiska in neravnovesja med naravnim in družbenim okoljem).

3. ZDAJ JE ČAS, DA OKREPIMO RAZVOJNE AKTIVNOSTI!

Opozarjamo, da zdaj vsi potrebujemo spodbudno in aktivno razvojno okolje – za nujno potrebne razvojne in trajnostne premike, tako na ravni države, destinacij kot podjetij.

V tem času moramo dodatno vlagati v razvoj vseh stebrov in aktivnosti na področju trajnostnega turizma ter ambiciozno okrepiti aktivnosti ZSST, razvoja trajnostnih produktov, razvoja kratkih verig in vzpostavljanje novih partnerstev (npr. turizem in kmetijstvo) – in te aktivnosti pretvarjati v oprijemljivo dodano vrednost za gosta. Predvsem pa intenzivno okrepiti steber zdravja in varnosti ter pri tem slediti globalnim usmeritvam ter lokalnim izzivom.

Ključni faktor uspeha je ta, da mora biti proces usklajen, upravljan in tudi programsko-finančno podprt s krovne do destinacijske oziroma podjetniške ravni. Trdna osnova za to je zagotovo že vzpostavljena ZSST. Nove vsebine in okrepljeno delovanje lahko izvedemo učinkovito preko nje.

Kot kažejo trenutni prakse in odzivi iz številnih evropskih destinacij, so v teh težkih časih resnično pomembni pravi in razvojno podprti koraki in aktivnosti. Vzpostavlja se mnenje, da bo smiselno določena sredstva iz marketinških proračunov preusmeriti v prave razvojne korake (»naj naša dejanja govorijo«) – saj se bodo številna promocijska sporočila ob ponovnem zagonu zaradi eksplozije komunikacije hitro porazgubila.

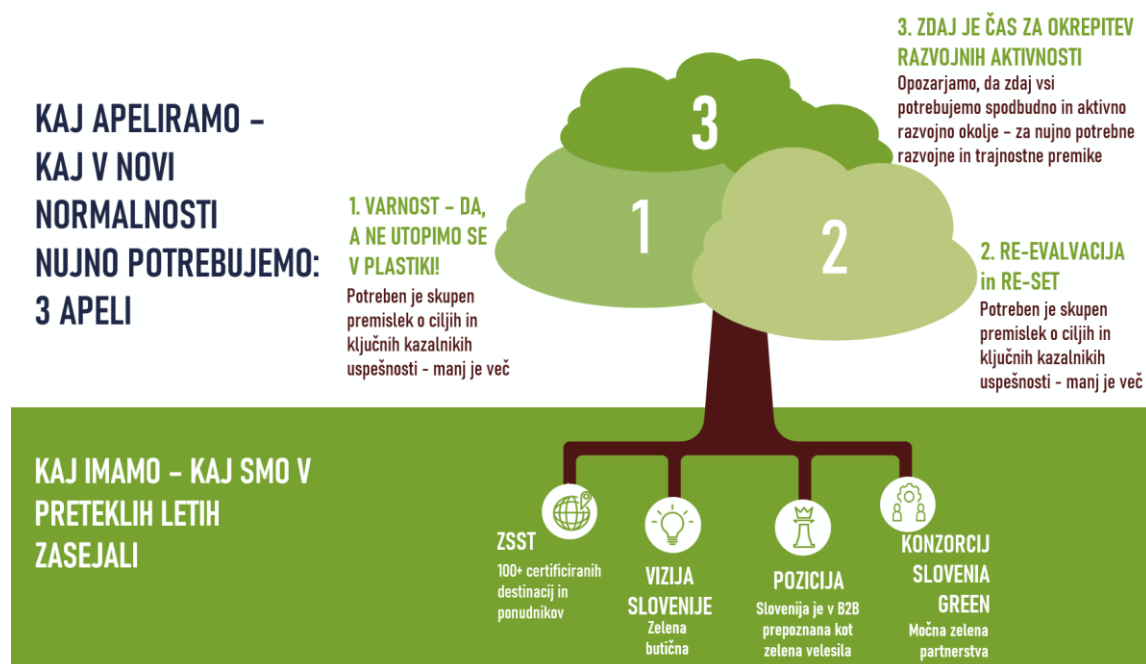
Spoštovani partnerji, apeliramo, da stopimo skupaj in resnično pokažemo našo pravo in močno zeleno barvno!

Konzorcij Slovenia Green in Zavod tovarna trajnostnega turizma GoodPlace smo pomembni soustvarjalec slovenske turistične zgodbe in želimo jo aktivno in odgovor soustvarjati – tudi v 'novi normalnosti'.

V pričakovanju odziva na naše apele vas prijazno pozdravljamo in za konec povzemamo apel skozi simboliko drevesa – kaj smo zasejali in kaj moramo v tej novi normalnosti narediti, pokazati.

S spoštovanjem,

Jana Apih
Direktorica Zavoda Tovarna trajnostnega turizma Goodplace



Poslano: ST0 in MGRT in TGZS ter v vednost MKGP, MOP, JZTNP, VD in vsem produktnim združenjem