



WSPÓŁPRACA  
INNOWACJE  
TURYSTYKA  
ZRÓWNOWAŻONA

# RAPORT Z WDROŻENIA STANDARDÓW TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

---

PAŹDZIERNIK 2023

# SPIS TREŚCI

Spis treści	2
Wstęp	5
<b><u>CZĘŚĆ I: WPROWADZENIE</u></b>	6
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
Dlaczego zrównoważony rozwój turystyki się opłaca? Korzyści dla destynacji	11
1.5. Zrównoważone przedsiębiorstwo turystyczne	12
Dlaczego turystyka zrównoważona się opłaca? Korzyści dla przedsiębiorstw	12
<b><u>CZĘŚĆ II. TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM</u></b>	14
Opis i zakres badania	15
2. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM	16
2.1. Aspekty środowiska naturalnego	16
Ochrona środowiska	16
Zapobieganie zanieczyszczeniom	18
Zarządzanie środowiskowe	19
2.2. Aspekty społeczno-gospodarcze	21
Dbałość o mieszkańców	22
Udział turystyki w gospodarce	23
2.3. Aspekty kulturowe	24
2.4. Zrównoważone zarządzanie destynacją	25
Zarządzanie ruchem turystycznym i sezonowością	27
Komunikacja i marketing	28

<b><u>CZĘŚĆ III. PRAKTYKI WDRAŻANE PRZEZ FIRMY I ATRAKCJE TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO</u></b>	30
3.1. Zarządzanie środowiskowe	31
Odpady	31
Energia	31
Woda	32
Transport	32
3.2. Aspekty społeczno-gospodarcze	33
Zatrudnienie i prawa pracownicze	33
Działania prospołeczne	34
Dostępność dla osób z niepełnosprawnością	34
Polityka zakupowa	34
3.3. Aspekty kulturowe	35
3.4. Zrównoważone zarządzanie	36
Polityka zrównoważonego rozwoju	36
Koordynator ds. zrównoważonego rozwoju	36
Współpraca	37
Komunikacja zrównoważonego rozwoju	37
Certyfikacja zrównoważonego rozwoju	38
PRAKTYKI NAJCZĘŚCIEJ WDRAŻANE PRZEZ ANKIETOWANE FIRMY	39
Zarządzanie środowiskowe	39
Pracownicy i działania prospołeczne	39
Kultura	40
Zrównoważone zarządzanie	40
WAŻNE PRAKTYKI, KTÓRE NIE SĄ WDRAŻANE	40
Wyznaczenie koordynatora ds. rozwoju zrównoważonego	40
Raportowanie niefinansowe	42
Kompleksowy monitoring środowiskowy	42
Wykorzystanie i promowanie ekologicznych środków transportu	43
Lokalne i zrównoważone łańcuchy dostaw	43
NIEWYKORZYSTANE MOŻLIWOŚCI	44
Informowanie klientów nt. działań w zakresie ekologii i odpowiedzialności społ.	45
Promowanie najbardziej ekologicznych i odpowiedzialnych produktów i usług	45
Uzyskanie certyfikatu turystyki zrównoważonej	45

<b><u>CZĘŚĆ IV. PODSUMOWANIE</u></b>	46
4.1. Ocena ogólna	46
4.2. Rekomendacje	51
Opracowanie strategii rozwoju turystyki	51
Zarządzanie ruchem turystycznym	53
Zintegrowane działania na rzecz klimatu	54
Zwiększenie wiedzy i świadomości na temat turystyki zrównoważonej	55
Promocja liderów turystyki zrównoważonej	56
Rozwój i promocja zrównoważonych wydarzeń	57
Udział w konkursie Top 100 Green Destinations	59
4.3. Dobre praktyki	61
Szkocja Net Zero – Plan działań na rzecz klimatu, Wielka Brytania	61
Sustainable Meetings Berlin – Zrównoważony sector MICE, Niemcy	62
Zielone Szlaki Turystyczne Słowenii	63
Promocja miękkiej mobilności oferta „Parków Szwajcarskich”	64
Promocja zrównoważonego winiarstwa, The Porto Protocol	65



## WSTĘP

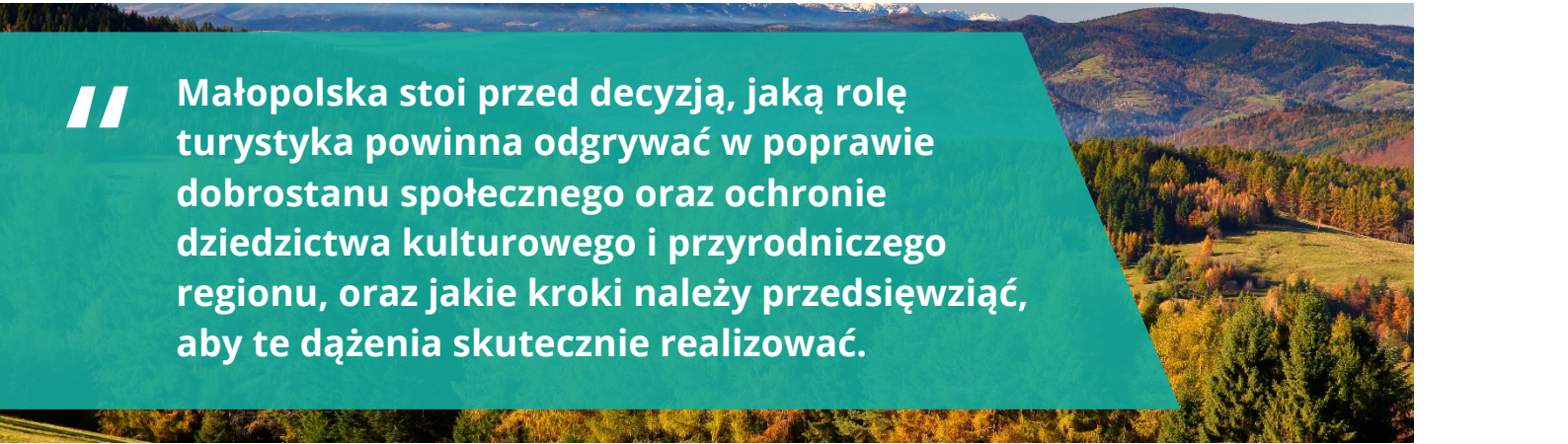
W ostatnich latach koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki zyskała znaczną uwagę na całym świecie ze względu na rosnące obawy dotyczące wpływu działalności turystycznej na środowisko, społeczeństwo i kulturę. Dążąc do zrównoważonego rozwoju Polski, kluczowa staje się ocena obecnego stanu wdrożenia zasad turystyki zrównoważonej i identyfikacja obszarów wymagających poprawy.

Niniejszy raport jest wynikiem przeprowadzonego w sierpniu i wrześniu br. badania wśród organizacji i firm turystycznych z województwa małopolskiego. Głównym celem badania było dokonanie wstępnej oceny oraz weryfikacji poziomu wdrożenia praktyk turystyki zrównoważonej i hotelarstwa w województwie małopolskim.

Małopolska, mimo iż jest jednym z najmniejszych województw w Polsce, jest województwem najbardziej zróżnicowanym pod względem ukształtowania. Takie urozmaicenie terenu przekłada się na bogactwo środowiska przyrodniczego, z wyżynami, górami i dolinami rzek, a to – na różnorodność oferty turystycznej. Kraków, z historycznym centrum, które zostało wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO, przyciąga turystów z całego świata swoją historią, architekturą i kulturą. Poza Krakowem, Małopolska oferuje szereg innych atrakcji turystycznych, gdzie każdy, bez względu na zainteresowania, znajdzie coś dla siebie. Małopolska to jedno z najbardziej rozpoznawalnych i atrakcyjnych regionów turystycznych kraju, a turystyka tutaj to dojrzała gałąź gospodarki.

Trzeba jednak zadać sobie pytanie, jak turystyka powinna rozwijać się w kolejnych latach i jaki wpływ powinna mieć na dobrostan społeczny, dziedzictwo kulturowe, zachowanie zasobów naturalnych i walorów przyrodniczych regionu. O ile w ostatnich latach podejmowane były liczne inicjatywy, które w mniejszym lub większym stopniu wspierają dążenia do zrównoważonego rozwoju turystyki, brakuje konkretnego planu i wskaźników, które pokazałyby na ile te inicjatywy są skuteczne.

Przy odpowiednim podejściu, województwo małopolskie ma możliwość stać się liderem turystyki zrównoważonej w tej części Europy i wzmocnić markę regionu jako zielonej i odpowiedzialnej destynacji, odpowiadając tym samym na zapotrzebowanie ze strony świadomych i nowoczesnych podróżników. Wymaga to jednak większej świadomości branży turystycznej i bardziej zdecydowanych kroków, które pozwolą na pełne wykorzystanie turystyki dla rozwoju regionalnego, w zgodzie z aktualnymi trendami i międzynarodowymi standardami.



**Małopolska stoi przed decyzją, jaką rolę turystyka powinna odgrywać w poprawie dobrostanu społecznego oraz ochronie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego regionu, oraz jakie kroki należy przedsięwziąć, aby te dążenia skutecznie realizować.**



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

## 1.1. Definicja

Turystyka zrównoważona to, według Światowej Organizacji Turystyki Narodów Zjednoczonych,

***"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 Światowej Organizacji Turystyki ONZ 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 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 sanitacji, 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. 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, promocji odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji, a także stymulowania partycypacji lokalnych interesariuszy.

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 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 CO<sub>2</sub> wynikający z turystyki.

Zrównoważony rozwój turystyki przynosi korzyści zarówno krótko- jak i długoterminowe dla regionów, przyczyniając się do tworzenia zrównoważonej gospodarki, ochrony środowiska i 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 regionów. 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 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, które nie kierują się wyłącznie zyskiem, a uwzględniają w swojej działalności szersze aspekty ekonomiczne, środowiskowe i społeczne, oraz dbają o wszystkie grupy interesariuszy. Mają 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 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 generowania 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** :

## TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

## OPIS I ZAKRES BADANIA

Poniżej przedstawione zostały wyniki oceny wdrożenia kryteriów turystyki zrównoważonej w województwie małopolskim, 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 małopolskiego.

Ocena wdrożenia praktyk na poziomie destynacji została dokonana wyłącznie na podstawie danych przekazanych przez Małopolską Organizację Turystyczną i Urząd Marszałkowski, a także ankiet internetowych, na które odpowiedzieli przedstawiciele gmin, powiatów i innych jednostek 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 wzięło kilkadziesiąt firm turystycznych, z czego głównie mikro, małe i średnie firmy turystyczne. Przeważającą grupę respondentów stanowiły obiekty zakwaterowania (hotele, zajazdy, pensjonaty); pojawiły się także biura podróży i organizatorzy wydarzeń i konferencji.

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 małopolskim. Dla pełnowartościowej oceny rekomenduje się przeprowadzenie audytu, pogłębionych wywiadów z interesariuszami oraz badań statystycznych.

Poniższy raport składa się z trzech części:

- Zrównoważone zarządzanie turystyką w województwie małopolskim
- Praktyki wdrażane przez firmy i atrakcje turystyczne województwa małopolskiego
- Podsumowanie, w tym rekomendacje i dobre praktyki

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

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

## 2. ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ W WOJEWÓDZTWIE MAŁOPOLSKIM

### 2.1. Aspekty środowiska naturalnego

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.

#### Ochrona środowiska

Ochrona bioróżnorodności ma kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki. Turystów przyciągają zróżnicowane ekosystemy, rzadkie gatunki roślin i zwierząt, i piękne krajobrazy. Chroniąc różnorodność biologiczną, destynacje turystyczne mogą oferować odwiedzającym wyjątkowe i atrakcyjne doświadczenia. Wysiłki na rzecz ochrony przyrody wspierają również ekoturystykę i produkty turystyczne oparte na przyrodzie, które są coraz bardziej popularne wśród podróżnych poszukujących powrotu na łono natury i autentycznych doświadczeń. Ponadto ochrona przyrody pomaga zachować dziedzictwo kulturowe związane ze środowiskiem naturalnym i przyczynia się do długoterminowego i zrównoważonego rozwoju turystyki.

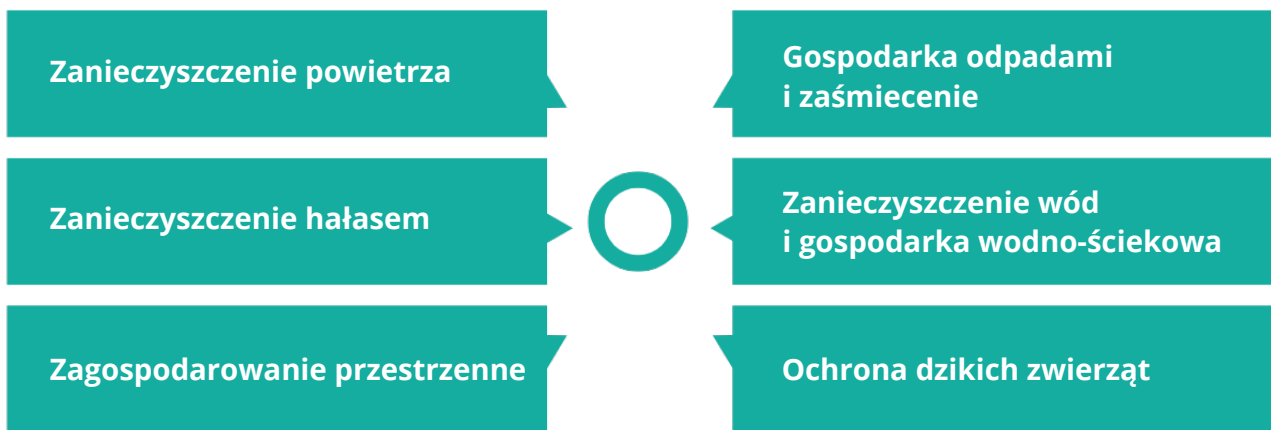
Województwo małopolskie charakteryzuje się różnorodnością krajobrazu, od Kotliny Sandomierskiej po Karpaty Zachodnie, co wpływa na bogate zróżnicowanie przyrodnicze. Dominują krajobrazy wyżynne i górskie. Góry jak Tatry czy Pieniny przyciągają miłośników wędrowek, a Ojcowski Park Narodowy zachwyca unikalnymi formami skalnymi i jaskiniami. Rzeki regionu należą głównie do zlewni górnej Wisły, z największymi dopływami Sanem i Dunajcem. Małopolska posiada sześć dużych zbiorników wodnych i jest podzielona na trzy regiony klimatyczne, z przejściowym charakterem klimatu. Surowce mineralne obejmują węgiel, ropę, gaz, sól, rudy metali oraz surowce skalne i wody lecznicze. Warto dodać, że ochroną objętych jest 67 procent powierzchni regionu, co stawia je pod tym względem na pierwszym miejscu w kraju. Na terenie województwa znajduje się aż 6 parków narodowych, 11 parków krajobrazowych, 10 obszarów chronionego krajobrazu oraz 85 rezerwatów przyrody.

To właśnie unikalny krajobraz i różnorodność biologiczna, obok walorów kulturowych, przyciągają do Małopolski turystów. Jest to region z najdłuższą siecią szlaków turystycznych w Polsce, liczącą 9,4 tys. km. Wśród nich znajduje się 3,4 tys. km szlaków pieszych, 2,5 tys. km konnych i 1,8 tys. km rowerowych. Projekt VeloMałopolska ma na celu połączenie najciekawszych miejsc regionu trasami rowerowymi o europejskim standardzie. Południowa Małopolska jest idealna dla miłośników wędrowek i sportów zimowych. Dodatkowo, dzięki walorom klimatycznym i leczniczym, Małopolska jest drugim, obok Dolnego Śląska, centrum uzdrowiskowym w Polsce.



Krajobraz naturalny oraz bogactwo fauny i flory regionu przyciąga odwiedzających i daje nieograniczone możliwości rozwoju produktów turystycznych. Z drugiej strony, zwiększająca się liczba turystów, rozrastanie się bazy noclegowej i infrastruktury turystycznej zwiększają presję na środowisko naturalne i wykorzystanie zasobów naturalnych. Aby rozwój turystyki nie odbijał się negatywnie na stanie przyrody i środowiska w województwie małopolskim, niezbędne jest właściwe zarządzanie turystyką i świadome podejście do ochrony walorów przyrodniczych i wrażliwych ekosystemów.

**Z odpowiedzi otrzymanych podczas badania, wynika, że najbardziej problematycznymi obszarami są:**



Ważne jest, aby działania województwa były w pierwszej kolejności nastawione na niwelowanie już powstałych i zapobieganie przyszłym wyzwaniom w wyżej wymienionych obszarach. Niewątpliwie zjawiskiem pozytywnym jest fakt, iż w województwie małopolskim dokonano szczegółowej analizy aktualnej sytuacji w w/w obszarach oraz istnieją dedykowane programy w zakresie większości z nich. Brakuje jednak programów dotyczących zagospodarowania przestrzennego i ochrony dzikich zwierząt, które także zostały określone jako kwestie problematyczne.

Poniżej znajduje się lista obecnych w województwie małopolskim programów (polityk /planów) w obszarze ochrony środowiska, które są również wymagane z punktu widzenia globalnych kryteriów turystyki zrównoważonej.



## OCHRONA PRZYRODY I BIORÓŻNORODNOŚCI

Ochrona przyrody i różnorodności biologicznej	✓
Ochrona zasobów naturalnych (np. minerałów, wody, gleby)	✗
Zapobieganie wprowadzania i rozprzestrzeniania się inwazyjnych gatunków obcych i zarządzania nimi	✗
Ochrona walorów krajobrazowych	✓
Ochrona dzikiej przyrody	✗
Dobrostan zwierząt i dzikich zwierząt w niewoli	✗
Planowanie przestrzenne, z uwzględnieniem wpływu na ekologię i aspekty społeczne	✗

Warto w tym miejscu również zaznaczyć, że kwestia wpływu turystyki na środowisko naturalne jest postrzegana jako „ważny” lub „bardzo ważny” aspekt przy tworzeniu nowych produktów turystycznych na poziomie lokalnym. Z drugiej strony jednak, żadna z ankietowanych organizacji lokalnych nie posiada produktów turystycznych, które w sposób bezpośredni wspierałyby projekty i organizacje działające na rzecz ochrony przyrody. Pokazuje to niespójność pomiędzy deklarowanymi a realnymi działaniami z zakresu ochrony środowiska w kontekście rozwoju turystyki.

### Zapobieganie zanieczyszczeniom






Różnego rodzaju zanieczyszczenia wpływają negatywnie na atrakcyjność naturalnych krajobrazów i atrakcji kulturowych. Ponadto, zanieczyszczenie stwarza zagrożenie dla zdrowia zarówno mieszkańców jak i turystów, którzy preferują miejsca z czystym powietrzem, wodą i otoczeniem. Zanieczyszczenia mogą również zaszkodzić ekosystemom i różnorodności biologicznej, zakłócając siedliska i zagrażając dzikiej przyrodzie, zmniejszając w ten sposób potencjał turystyki opartej na walorach przyrodniczych. Wszystko to może wpłynąć na zmniejszenie się liczby odwiedzających, negatywne opinie i złą reputację, co w konsekwencji prowadzi do zmniejszenia przychodów z turystyki i utraty miejsc pracy.

Od zrównoważonych destynacji turystycznych oczekuje się, aby prowadziły zarówno monitoring, jak i działania w celu zmniejszenia zanieczyszczenia gleby, powietrza, wody, a także zanieczyszczenia świetlnego i szumowego.

Z ankiety oraz analizy Strategii Rozwoju Województwa „Małopolska 20230” wynika, że zanieczyszczenie powietrza jest jednym z istotnych problemów i kluczowych zagadnień, które nie tylko świadczy o stanie środowiska, ale ma istotny wpływ na jakość życia i zdrowia mieszkańców. Kolejną problematyczną kwestią jest jakość wód. O ile w Małopolsce prowadzone

są aktywnie działania związane z poprawą stanu powietrza, to kwestia zanieczyszczenia wód i dostępu do oczyszczalni ścieków nie jest kwestią priorytetową, jak to wynika z przekazanych w badaniu odpowiedzi.

Poniżej znajduje się lista działań wdrażanych przez województwo małopolskie w zakresie walki z zanieczyszczeniem. Z punktu widzenia kryteriów turystyki zrównoważonej ważne jest prowadzenie wszystkich niżej wymienionych działań, przynajmniej na podstawowym poziomie.

	Regularny monitoring	Aktywne działania w celu zmniejszenia
 zanieczyszczenia hałasem	✓	✓
 zanieczyszczenia świetlnego	✗	✗
 zanieczyszczenia powietrza	✓	✓
 zanieczyszczenia gleby	✗	✗
 zanieczyszczenia wody	✗ *	✗ **

W zakresie zarządzania zasobami wodnymi, destynacja powinna prowadzić monitoring jakości wody do picia (\*), ale nie prowadzi analizy bezpieczeństwa i jakości zbiorników wodnych(\*\*).

## Zarządzanie środowiskowe

Zarządzanie środowiskowe w destynacji turystycznej obejmuje różne aspekty, takie jak gospodarka odpadami, zarządzanie energią, gospodarka wodna i działania na rzecz klimatu. Ma na celu zminimalizowanie negatywnego wpływu i zapewnienie zrównoważonego rozwoju.

Zarządzanie odpadami koncentruje się na redukcji, recyklingu i właściwej utylizacji odpadów generowanych przez turystykę.


Zarządzanie energią zakłada zmniejszenie zużycia energii oraz promuje wykorzystanie energii odnawialnej w celu zminimalizowania wpływu na środowisko.

Gospodarka wodna ma na celu ochronę zasobów wodnych i zapewnienie zrównoważonego wykorzystania wody w miejscach turystycznych, oraz zajmuje się potencjalnym niedoborem wody.

Działania na rzecz klimatu odnoszą się do wysiłków na rzecz łagodzenia i adaptacji do zmian klimatycznych. Obejmuje to zmniejszenie emisji dwutlenku węgla poprzez zwiększenie efektywności transportu, promowanie transportu o niskiej emisyjności oraz zmniejszenie wykorzystania energii.

Na podstawie zgromadzonych informacji można stwierdzić, iż w województwie małopolskim wdrażane są działania na rzecz efektywnego zarządzania odpadami, brakuje jednak

szczegółowego monitoringu, celów ilościowych oraz kampanii na rzecz redukcji konkretnych rodzajów odpadów, np. jednorazowego plastiku czy odpadów żywnościowych.

 <b>ODPADY</b>	
Program dot. segregacji odpadów i recyklingu	✓
Program dot. zmniejszenia ilości odpadów	✓
Monitoring ilości i kategorii odpadów przynajmniej raz na kwartał	✗
Monitoring ilości i kategorii odpadów segregowanych i poddawanych recyklingowi przynajmniej raz w roku	✗
Cele ilościowe w zakresie zmniejszenia ilości odpadów	✓
Program dot. zmniejszenia ilości przedmiotów jednorazowych z tworzyw sztucznych	✗
Program dot. zmniejszenia ilości odpadów żywnościowych	✗
Cele ilościowe w zakresie segregacji i recyklingu odpadów	✓

W 2020 roku Małopolska opublikowała „Regionalny Plan Działań dla Klimatu i Energii”, który jest lokalną odpowiedzią na wyznaczone przez Unię Europejską cele ilościowe w zakresie łagodzenia skutków zmian klimatycznych.

W dokumencie określono aktualny poziom emisji gazów cieplarnianych oraz wyznaczono priorytetowe obszary działań. Dokument ten zawiera większość aspektów, które są istotne przy zrównoważonym zarządzaniu regionalnym. Zabrakło natomiast analizy i wskaźników związanych konkretnie z branżą turystyczną.





## ENERGIA I KLIMAT

Program dot. redukcji emisji CO2	✓
Cele ilościowe dotyczące redukcji emisji CO2 w sektorze turystycznym	✗
Obliczony poziom emisji CO2 transportu na terenie destynacji (sumarycznie transport publiczny i prywatny)	✗
Cele ilościowe dotyczące zmniejszenia zużycia energii	✗
Program promocji odnawialnych źródeł energii	✓
Cele ilościowe dotyczące zwiększenia energii z odnawialnych źródeł	✓
Program dot. adaptacji do zmian klimatycznych	✓

## 2.2. Aspekty społeczno-gospodarcze

O ile turystyka w tradycyjnym podejściu koncentruje się głównie na zyskach dla branży turystycznej i zadowoleniu samych turystów, to w podejściu zrównoważonym - turystyka także zaspokaja potrzeby mieszkańców i staje się instrumentem dla zaspokojenia dobrobytu społecznego.

Województwo małopolskie dysponuje znaczącym w skali kraju potencjałem społeczno-gospodarczym i charakteryzuje się wysokim poziomem wzrostu gospodarczego. Niemniej jednak, w regionie można zaobserwować takie wyzwania jak nierównomierny rozwój gmin na terenie województwa, starzenie się społeczeństwa czy poziom życia rodzin dotkniętych chorobami lub niepełnosprawnością. Ze względu na ogromny potencjał turystyczny regionu, turystyka jest jedną z ważnych sektorów dla województwa małopolskiego.

Mimo, iż województwo małopolskie jest jednym z najczęściej odwiedzanych regionów w Polsce, można zauważyć nierównomierne rozłożenie ruchu turystycznego. Koncentracja turystyki wokół Krakowa, Zakopanego i innych głównych atrakcji województwa małopolskiego oznacza, że inne obszary mogą być zaniedbane w kwestii inwestycji i rozwoju. Z drugiej strony, tereny najbardziej popularne turystycznie mogą zmagać się z nadmiernym rozwojem infrastruktury turystycznej, co wiąże się z problemami związanymi z planowaniem przestrzennym, nadmierną urbanizacją, zanieczyszczeniem i utratą walorów przyrodniczych.

O ile aspekty społeczno-gospodarcze są ujęte w strategii rozwoju województwa małopolskiego, to rola turystyki uwzględniona jest dość powierzchownie i nie istnieją dedykowane programy, mające na celu wykorzystanie branży turystycznej do poprawy dobrostanu mieszkańców regionu.

## Dbłość o mieszkańców

Zrównoważony rozwój turystyki z punktu widzenia dbałości o interesy mieszkańców, oznacza zarówno ochronę praw człowieka i praw pracowniczych, ochronę zdrowia i bezpieczeństwa, tworzenie przestrzeni dostępnych dla wszystkich, w tym dla osób z niepełnosprawnościami, jak i partycypację społeczną.

Jak wynika z danych otrzymanych w niniejszym badaniu, w województwie małopolskim istnieje część programów i działań, które są rekomendowane destynacjom turystycznym starającym się zwiększyć korzyści z turystyki dla mieszkańców. Obszarem, który z pewnością wymaga większej uwagi Małopolski jest rola mieszkańców w kształtowaniu turystyki – od realnego udziału mieszkańców w planowaniu rozwoju turystyki, po działania mające na celu zwiększenie zadowolenia mieszkańców z tego, jak turystyka się rozwija i wpływa na ich życie.



### KORZYŚCI Z TURYSTYKI DLA MIESZKAŃCÓW

Program dot. ochrony praw człowieka	✗
Ocena przestrzegania praw człowieka, w tym praw pracowniczych	✗
Program dot. zwiększenia dostępności destynacji dla osób z niepełnosprawnością	✗
Program dot. organizacji udziału obywateli w planowaniu i zarządzaniu publicznym	✗
Regularne konsultacje publiczne dotyczące planów i inwestycji w sektorze turystycznym	✓
Program dot. informowania mieszkańców na temat rozwoju turystyki (planów, inwestycji)	✓
Program dot. monitorowania zadowolenia mieszkańców z turystyki	✗
Ocena zadowolenia mieszkańców z turystyki	✗
Program dot. zdrowia i bezpieczeństwa mieszkańców	✓
Program dot. zdrowia i bezpieczeństwa turystów	✗
Program dot. zarządzania kryzysowego	✓
Program dot. praw dostępu mieszkańców do zasobów naturalnych, miejsc przyrodniczych i kulturowych	✗

Warto w tym miejscu również zaznaczyć, że pomimo braku dedykowanych programów, wsparcie lokalnych przedsiębiorców oraz jakość życia mieszkańców odgrywają istotną rolę przy tworzeniu produktów turystycznych na poziomie lokalnym.

Co więcej, dostępność produktów turystycznych w województwie małopolskim, w tym transportu, hoteli, restauracji i atrakcji turystycznych, dla turystów z niepełnosprawnością została uznana przez respondentów jako „dostępna” lub „zdecydowanie dostępna”.

## 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, oraz aby dochody turystyczne były sprawiedliwie i równomiernie dzielone.

Jak widzimy poniżej, w województwie małopolskim prowadzony jest monitoring udziału turystyki w gospodarce, co jest punktem wyjściowym do dalszego planowania. Brakuje natomiast innych programów i świadomych działań, które pozwoliłyby na równomierne zwiększenie dochodów od turystyki wśród przedsiębiorców i mieszkańców we wszystkich gminach Małopolski.



### UDZIAŁ TURYSTYKI W GOSPODARCE

Program dotyczący zwiększenia znaczenia turystyki w gospodarce regionu	✘
Regularny monitoring udziału turystyki w gospodarce, w tym liczba i wydatki turystów, zatrudnienie, podatki, inwestycje itp.	✔
Program dot. promocji produktów lokalnych (żywności, rzemiosła, itp.)	✘
Wytyczne dot. wynajmu obiektów turystycznych i wynajmu krótkoterminowego w celach turystycznych	✘

## 2.3. Aspekty kulturowe

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 pobytów. 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.

Małopolska to jeden z najciekawszych i najbogatszych kulturowo polskich województw, który przyciąga turystów z całego świata. Niewątpliwym sercem regionu jest Kraków, historyczna stolica Polski, pełna zabytków i instytucji kulturalnych. W Krakowie odbywa się wiele prestiżowych festiwali, takich jak Festiwal Kultury Żydowskiej, Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych czy Krakowski Festiwal Filmowy. O niezwyklej randze małopolskiego dziedzictwa kulturowego świadczy różnorodność obiektów Światowego Dziedzictwa UNESCO na terenie województwa. Należą do nich: krakowskie Stare Miasto, obóz koncentracyjny Auschwitz-Birkenau, Kopalnia Soli w Wieliczce, Zamek Żupny w Wieliczce, Kopalnia Soli w Bochni, zespół architektoniczno-parkowy w Kalwarii Zebrzydowskiej, cztery drewniane kościołki: w Dębnie, Sękowej, Binarowej i Lipnicy Murowanej oraz cztery drewniane cerkwie: w Brunarach Wyżnych, Kwiatoniu, Owczarach i Powroźniku.

Region ten jest także domem dla wielu znanych postaci kultury i nauki, takich jak Wisława Szymborska, Czesław Miłosz czy Stanisław Lem.


W Małopolsce nie brakuje też atrakcji dla miłośników kultury ludowej. Tradycyjne budownictwo, festiwale i obyczaje są tu pielęgnowane i przyciągają turystów chcących poznać autentyczną kulturę regionu. Warto wspomnieć o konkursie Palm Wielkanocnych w Lipnicy Murowanej czy o malowanych chałupach w Zalipiu. Działające w regionie muzea, galerie i teatry gwarantują, że każdy turysta znajdzie coś dla siebie.

W Małopolsce niezwykle szybko rozwijają się produkty turystyczne promujące lokalną gastronomię, w tym turystyka kulinarna i enoturystyka w ramach Małopolskiego Szlaku Winnego i projektu ENOarnowskie.

Jak widać w poniższym zestawieniu, w województwie małopolskim istnieją prawie wszystkie programy i działania wynikające z globalnych standardów turystyki zrównoważonej. Brakuje jedynie dedykowanego programu dotyczącego ochrony dziedzictwa niematerialnego. Trzeba przy tym zaznaczyć, że ochrona promocji i kultury jest postrzegana jako „bardzo ważna” przy



tworzeniu nowych produktów turystycznych na poziomie lokalnym, a część organizacji lokalnych posiada już produkty turystyczne, które wspierają (finansowo lub w innej formie) organizacje lub niekomercyjne projekty mające na celu ochronę dziedzictwa kulturowego.

 <b>DZIEDZICTWO KULTUROWE</b>	
Uwzględnienie aspektów kulturowych w strategii rozwoju regionu	✓
Program/ polityka dotycząca ochrony i promocji materialnego dziedzictwa kulturowego	✓
Program/ polityka dotycząca ochrony i promocji niematerialnego dziedzictwa kulturowego	✗
Właściwe oznaczenia i informacja dla zwiedzających we wszystkich obiektach dziedzictwa kulturowego	✓
Ważność ochrony i promocji kultury przy tworzeniu nowych produktów turystycznych	✓

## 2.4. Zrównoważone zarządzanie destynacją

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, uwzględniającą zasady zrównoważonego rozwoju;
- 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 naturalnego;
- opracować plan zarządzania ryzykiem i sytuacjami kryzysowymi.

W przypadku województwa małopolskiego, trudno jest jednoznacznie ocenić poziom zarządzania turystyką zrównoważoną, ponieważ województwo nie posiada dedykowanej strategii rozwoju turystyki.

Można wnioskować, że część aspektów i wskaźników dotyczących kwestii środowiskowych, społecznych i kulturowych jest włączona w ogólną strategię rozwoju województwa i inne

dokumenty regionalne. Zostały także określone wskaźniki zrównoważonego rozwoju, w tym kwestie środowiskowe, gospodarcze i społeczne. Pozytywnym jest także fakt, iż w Małopolsce wyznaczona została osoba/zespół ds. koordynacji działań w zakresie rozwoju zrównoważonego, z odpowiednimi kompetencjami w tym zakresie. Brakuje jednak określenia roli jaką turystyka może i powinna odgrywać w rozwoju regionalnym, a także raportów odnośnie wkładu turystyki w realizację strategii i osiągnięciu celów związanych z rozwojem zrównoważonym. Zabrakło również oceny tego negatywnego jak i pozytywnego wpływu turystyki na środowisko, społeczność lokalną i kulturę, co powinno stanowić podstawę do opracowywania dalszych planów w zakresie rozwoju turystyki, takich jak rozbudowa infrastruktury turystycznej i zagospodarowania przestrzennego. Pozytywnym aspektem jest natomiast to, że w województwie małopolskim przeprowadzona została inwentaryzacja aktywów turystycznych, w tym terenów przyrodniczych, obiektów kultury i elementów kultury niematerialnej, co jest ważnym punktem wyjścia do opracowania strategii 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
- przeciwdziałaniu zmianom klimatycznym
- ochroną praw człowieka, w tym praw pracowniczych
- ochroną i promocją dziedzictwa kulturowego
- wsparciem lokalnych towarów i przedsiębiorców
- zdrowiem i bezpieczeństwem turystów

Więcej na temat strategii znajduje się w rozdziale „Rekomendacje”.



## ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM TURYSTYKI

Przeprowadzenie analizy wpływu turystyki na środowisko naturalne, społeczności lokalne, kulturę i tradycje	✗
Inwentaryzacja aktywów turystycznych, w tym terenów przyrodniczych, obiektów kultury i elementów kultury niematerialnej	✓
Strategia ds. rozwoju turystyki, z uwzględnieniem kryteriów rozwoju zrównoważonego	✗
Wyznaczona osoba/zespół ds. koordynacji działań w zakresie rozwoju zrównoważonego	✓
Określone i monitorowane wskaźniki zrównoważonego rozwoju destynacji, w tym kwestie środowiskowe, gospodarcze i społeczne	✓
Raport dot. realizacji strategii rozwoju turystyki, z uwzględnieniem aspektów rozwoju zrównoważonego publikowany raz w roku	✗

## Zarządzanie ruchem turystycznym i sezonowością

Kluczowym z punktu widzenia turystyki zrównoważonej jest także świadome i planowe zarządzanie ruchem turystycznym i sezonowością. W województwie małopolskim podejmowany jest już szereg działań mających na celu lepsze zarządzanie ruchem turystycznym. Między innymi, prowadzony jest regularnie monitoring ruchu turystycznego, w tym liczby, charakterystyki, preferencji i rodzaju aktywności turystów, co jest podstawą do bardziej zaawansowanych działań w tym zakresie.

Jak widać w tabeli poniżej, jest jednak szereg działań, które nie zostały wdrożone w województwie małopolskim, a które wpłynęłyby pozytywnie na równomierne rozłożenie ruchu turystycznego, w czasie i przestrzeni. Przede wszystkim zabrakło analizy pojemności terenów turystycznych, co powinno stanowić podstawę regulowania ruchem na terenach najczęściej odwiedzanych przez turystów. Pomimo pojedynczych działań, brakuje także planu mającego na celu zmniejszenie sezonowości ruchu turystycznego.

Z drugiej strony, jak wynika z odpowiedzi lokalnych organizacji turystycznych, zmniejszenie sezonowości i przestrzenne rozproszenie ruchu turystycznego są postrzegane jako „ważne” i „bardzo ważne” przy tworzeniu nowych produktów turystycznych. Ma to również poparcie w działaniach marketingowych lokalnych organizacji, które aktywnie promują mniej popularne atrakcje turystyczne, tworzą specjalne oferty w trakcie niskiego sezonu oraz publikują całoroczny kalendarz wydarzeń, zachęcający do odwiedzenia regionu przez cały rok.



### ZARZĄDZANIE RUCHEM TURYSTYCZNYM I SEZONOWOŚCIĄ

Monitoring ruchu turystycznego, w tym liczby, charakterystyki, preferencji i rodzaju aktywności turystów	✓
Analiza poziomu zadowolenia turystów, w tym zadowolenia ze stanu środowiska naturalnego i dziedzictwa kulturowego	✓
Obliczenie pojemności (ang. carrying capacity) kluczowych i najbardziej wrażliwych terenów turystycznych	✗
Opracowanie systemu (procedury) regulującego ruchem turystycznym, aby uniknąć nadmiernego zgromadzenia ludzi	✗
Opracowanie planu mającego na celu zmniejszenie sezonowości ruchu turystycznego	✗
Opracowane i promowane zasady postępowania na terenach wrażliwych przyrodniczo lub kulturowo	✓
Aktualizowanie treści strony internetowej i materiałów promocyjnych w zależności od sezonu	✓

## Komunikacja i marketing

Nierozłączną częścią zarządzania turystyką zrównoważoną jest komunikacja i marketing. W praktyce, zrównoważony marketing destynacji turystycznej polega na tworzeniu i promowaniu tych atrakcji, produktów i usług turystycznych, które respektują środowisko naturalne, kulturę i tradycje lokalnych społeczności oraz przynoszą korzyści gospodarcze. Destynacje turystyczne, korzystając z różnych kanałów komunikacji, takich jak strony internetowe, media społecznościowe, kampanie reklamowe i informacyjne, starają się przekazać rzetelne informacje na temat swojego zrównoważonego podejścia do turystyki. Promują również edukację zarówno mieszkańców jak i turystów, zachęcając ich do odpowiedzialnego zachowania, poszanowania miejsc i kultur oraz wspierania lokalnej gospodarki.

Zrównoważony marketing destynacji turystycznej ma na celu budowanie pozytywnego wizerunku destynacji, przyciąganie turystów świadomych i odpowiedzialnych, oraz zachęcanie do długoterminowego i zrównoważonego rozwoju turystyki. Jest to istotne dla zapewnienia harmonijnego rozwoju destynacji, ochrony jej unikalnych zasobów i zadowolenia zarówno turystów, jak i lokalnych mieszkańców.

### Mieszkańcy

Województwo małopolskie aktywnie zwiększa świadomość społeczną i ekologiczną mieszkańców. Jak wynika z badania, w przeciągu ostatniego roku przeprowadzono szereg wydarzeń lub kampanii informacyjnych na temat aspektów związanych z ochroną środowiska i „eko-świadomości”, oraz kultury i tradycji. Warto rozważyć w przyszłości przeprowadzenie podobnych kampanii dotyczących planów rozwoju i inwestycji w sektorze turystycznym, oraz możliwości zatrudnienia w sektorze turystycznym, które zwiększyłyby udział mieszkańców w kształtowaniu turystyki w regionie.



#### ZAANGAŻOWANIE MIESZKAŃCÓW

Prawa człowieka	✓
Zmiany klimatyczne	✓
Ekologiczny tryb życia	✓
Lokalna kultura i tradycje	✓
Plany rozwoju i inwestycji w sektorze turystycznym	✗
Zatrudnienie w sektorze turystycznym	✗



## Branża turystyczna

Jak wynika z danych uzyskanych podczas niniejszego badania, województwo małopolskie bardzo aktywnie angażowało branżę turystyczną w aspekty rozwoju zrównoważonego. W przeciągu ostatnich 12 miesięcy, były przeprowadzone liczne akcje, spotkania lub szkolenia dla sektora turystycznego na temat zarządzania środowiskowego, zarządzania zasobami ludzkimi, promocji dziedzictwa kulturowego czy też możliwości współpracy branży turystycznej z organizacjami pozarządowymi.



### ZAANGAŻOWANIE BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Standardy turystyki zrównoważonej	✓
Certyfikacja turystyki zrównoważonej	✓
Zarządzanie odpadami	✓
Zarządzanie energią	✓
Zmiany klimatyczne	✓
Dobrostan zwierząt i ich wykorzystanie w turystyce	✗
Tworzenie dobrych warunków pracy	✓
Integracja elementów kultury w produkty turystyczne	✓
Możliwości współpracy branży turystycznej z organizacjami pozarządowymi	✓

## Turyści

Województwo małopolskie przeprowadziło także różne kampanie promocyjne i informacyjne w zakresie lokalnej przyrody, społeczności i kultury nakierowane na turystów. W przyszłości rekomenduje się przeprowadzenie podobnych działań, które zachęciłyby odwiedzających do wyboru najbardziej ekologicznych i społecznie odpowiedzialnych firm turystycznych (hotele, restauracji, biur podróży) Małopolski.



### ZAANGAŻOWANIE TURYSTÓW

Najbardziej ekologiczne i społecznie odpowiedzialne firmy turystyczne (hotele, restauracje i biura podróży)	✕
Jak podróżować ekologicznie	✓
Jak wspierać społeczność lokalną	✓
Jak się właściwie zachowywać na terenach wrażliwych przyrodniczo (tereny zielone, chronione)	✓
Jak się właściwie zachowywać na terenach wrażliwych kulturowo (np. kościoły)	✓

## 3. PRAKTYKI WDRAŻANE PRZEZ FIRMY I ATRAKCJE TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO

### 3.1. Zarządzanie środowiskowe



#### ODPADY

Firmy turystyczne z województwa małopolskiego coraz bardziej dostrzegają potrzebę dbania o środowisko i wprowadzają różne praktyki związane z zarządzaniem odpadami. Tylko jedna firma zaznaczyła, że nie podejmuje żadnych działań w tym zakresie. Zdecydowana większość ankietowanych prowadzi segregację odpadów na przynajmniej trzy kategorie oraz zapewnia bezpieczną utylizację odpadów niebezpiecznych. Część ankietowanych firm ograniczyła również wydruk materiałów reklamowych do minimum oraz korzysta z papieru z recyklingu.

Mniej więcej jedna trzecia ankietowanych nie oferuje klientom żadnych jednorazowych przedmiotów z tworzyw sztucznych oraz dąży do konsekwentnego zmniejszania ilości jednorazowych przedmiotów, zwłaszcza jednorazowego plastiku. Wśród najczęściej wymienianych przedmiotów, które firmy turystyczne wciąż oferują swoim klientom, znalazły się jednorazowe torebki z herbatą, kawą lub cukrem, jednorazowe butelki z wodą oraz jednorazowe kubeczki. Co trzeci ankietowany podejmuje również działania w celu zmniejszenia odpadów żywnościowych.

Mimo sporej ilości przedsiębiorców, którzy już podejmują konkretne działania mające na celu redukcję konkretnych typów odpadów, warto zwiększać świadomość i edukować firmy turystyczne na temat instrumentów, które pomogą wyeliminować jednorazowy plastik czy odpady żywnościowe.

Zaledwie kilka firm posiada plan dotyczący zarządzania odpadami i prowadzi regularny monitoring ilości odpadów. Są to działania niezbędne dla skutecznego zarządzania odpadami i dążenia do gospodarki cyklu zamkniętego.



#### ENERGIA

Działania na rzecz zmniejszenia zużycia energii są obok segregacji odpadów, najczęstszymi praktykami z zakresu zarządzania środowiskowego wśród firm z województwa małopolskiego. Można podejrzewać, że w dużym stopniu, na popularność energooszczędnych rozwiązań wpływ mają kwestie finansowe.

Zdecydowana większość ankietowanych podejmuje przynajmniej jedno działanie w zakresie zarządzania energią. Wśród najczęstszych praktyk wymieniane były: regularne sprawdzanie stanu technicznego sprzętów (aby zapobiec awariom),

wykorzystywanie sprzętów energooszczędnych (w tym lamp) oraz wykorzystanie czujników ruchu.

Ponad połowa ankietowanych monitoruje i analizuje także poziom zużycia energii przynajmniej raz w miesiącu. Można by stwierdzić, że połowa ankietowanych to dobry wynik, ale z drugiej – bez monitoringu niemożliwa jest ocena efektywności energetycznej i skuteczności działań firmy. Monitoring i analiza zużycia powinny być podstawowym działaniem, które podejmują wszystkie firmy z branży turystycznej.

Wśród pozostałych praktyk wymieniane były wykorzystanie odnawialnych źródeł energii, stosowanie włączników prądu na kartę.

Co ciekawe, najmniej firm zachęca swoich klientów do oszczędzania energii, co mogłoby również przysłużyć się zmniejszeniu zużycia energii.

Podsumowując, firmy turystyczne z województwa małopolskiego podejmują różnorakie działania na rzecz zwiększenia efektywności energetycznej i oszczędzania energii. Są to zazwyczaj działania pojedyncze i wybiórcze. Aby efekty były szybsze i bardziej znaczące, branża turystyczna powinna bardziej systematycznie podejść do zarządzania energią.



## WODA

W zakresie zarządzania wodą, wyniki badania są również dość pozytywne. Zdecydowana większość firm biorących udział w badaniu sprawdzają regularnie stan techniczny sprzętów. Część z nich wykorzystuje także urządzenia obniżające zużycie wody, takie jak toalety z podwójną spłuczką i aeratory strumieniowe. Wśród ankietowanych znalazły się także firmy, które monitorują i analizują poziom zużycia wody przynajmniej raz w miesiącu oraz przedsiębiorstwa, które określiły ilościowe cele dotyczące zużycia wody. Wśród obiektów noclegowych, powszechna jest również polityka ograniczająca niepotrzebne pranie ręczników i pościeli.

Zaledwie jedna firma zadeklarowała, że odzyskuje i ponownie wykorzystuje wodę szarą, oraz kilka ankietowanych wykorzystuje technologie, które pozwalają na zmniejszenie marnotrawienia wody podczas podlewania terenów zielonych.

Z analizy wynika, że przedsiębiorstwa turystyczne coraz częściej wdrażają praktyki w zakresie zarządzania wodą, które są stosunkowo łatwe do wdrożenia i dają szybkie rezultaty. Jednak bardziej zaawansowane i kosztowne rozwiązania są rzadziej stosowane, chociaż mogą przynieść znaczne korzyści w dłuższej perspektywie.



## TRANSPORT

Większość ankietowanych firm nie podejmuje żadnych działań w zakresie ekologizacji transportu. Wśród najczęściej wymienianej praktyki jest dostosowanie rozmiaru pojazdu do ilości klientów. Pojedyncze firmy korzystają także z samochodów elektrycznych lub



hybrydowych oraz promują ekologiczne środki transportu wśród pracowników. Praktycznie nikt natomiast nie promuje ekologicznych środków transportu wśród klientów oraz żadna z firm nie edukuje kierowców na temat ekologicznego sposobu prowadzenia pojazdu.

Biorąc pod uwagę dążenia miasta Kraków do redukcji swojego śladu węglowego (a ponad połowa ankietowanych pochodzi z Krakowa), poziom działań branży turystycznej w tym obszarze jest zdecydowanie niesatysfakcjonujący.

Ekologizacja transportu jest niezmiernie ważna, ponieważ transport jest jednym z głównych źródeł emisji gazów cieplarnianych. Istotne jest zarówno zwiększenie ilości pojazdów elektrycznych, jak i promowanie transportu publicznego czy podróży rowerowych zarówno wśród pracowników jak i klientów. Rozwiązania w tym zakresie mogą przyczynić się do walki z globalnym ociepleniem, a także poprawić wizerunek firmy w oczach coraz bardziej świadomych ekologicznie turystów.

## 3.2. Aspekty społeczno-gospodarcze



### ZATRUDNIENIE I PRAWA PRACOWNICZE

Wśród respondentów, tylko jedna firma przyznała, że nie w pełni przestrzega prawo pracy. Wszyscy pozostali respondenci zadeklarowali, że

- w pełni przestrzegają Kodeks Pracy;
- wszyscy pracownicy posiadają formalne umowy, takie jak umowa o pracę lub umowa zlecenie;
- wypłacają wszystkim pracownikom pensję na poziomie, który wystarcza na utrzymanie;
- nie dyskryminują pracowników bez względu na płeć, wiek czy inne aspekty.

Wśród respondentów znalazły się pojedyncze przedsiębiorstwa, które zatrudniają osoby poniżej 16 roku życia.

Jedna trzecia ankietowanych poinformowała, że zatrudnia osoby z niepełnosprawnością.

Jeśli chodzi o pochodzenie pracowników, zdecydowana większość firm deklaruje, że prawie wszyscy pracownicy pochodzą z województwa małopolskiego. Zaledwie trzy firmy zadeklarowały, iż mniej niż połowa pracowników to osoby z województwa. Taki rezultat to bardzo dobry sygnał i dowód na to, że firmy preferują zatrudnienie lokalne.

Na podstawie zebranych odpowiedzi można stwierdzić, że praktycznie wszystkie przedsiębiorstwa z branży turystycznej województwa małopolskiego, które wzięły udział w badaniu, przestrzegają Kodeks Pracy w Polsce i zapewniają dobre warunki pracy. W tym miejscu warto dodać, że analiza została przeprowadzona wyłącznie na podstawie deklaracji firm, a aspekty formalno-prawne nie były możliwe do zweryfikowania.



## DZIAŁANIA PROSPOŁECZNE

Niewiele ponad połowa respondentów angażuje się w działania prospołeczne, w tym wsparcie organizacji pozarządowych i niekomercyjnych inicjatyw.

Wśród respondentów, którzy takie działania podejmują, zdecydowanie największą popularnością cieszą się projekty nastawione na rozwiązywanie problemów społecznych (np. biedy, nierówności społecznej). Część przedsiębiorstw wspiera także projekty związane z ochroną dziedzictwa kulturowego. Zdecydowanie najrzadziej firmy angażują się w inicjatywy związane z ochroną środowiska.

Warto zastanowić się, dlaczego duża część firm nie prowadzi żadnych działań prospołecznych. Zwiększenie zaangażowania sektora prywatnego we wsparcie organizacji pozarządowych i projektów niekomercyjnych przyczyniłoby się do tworzenia pozytywnych efektów społecznych, a także budowania lepszego wizerunku całej destynacji w dalszej perspektywie.



## DOSTĘPNOŚĆ DLA OSÓB Z NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIĄ

Zdecydowana większość ankietowanych zadeklarowała, że ich obiekt / usługi są dostosowane dla osób z niepełnosprawnościami, co wpisuje się do obrazu województwa małopolskiego jako regionu względnie dostępnego.

Trochę gorzej sytuacja wygląda z informowaniem poprzez strony internetowe/materiały marketingowe na temat poziomu dostępności dla osób z różnym stopniem i rodzajem niepełnosprawności. Prawie połowa respondentów nie publikuje takich informacji, nawet jeśli ich obiekt/usługi są dostępne.



## POLITYKA ZAKUPOWA

Ponad połowa ankietowanych firm nie posiada formalnie napisanej polityki zakupowej. Wśród tych które ją posiadają, większość uwzględnia kryteria ekologiczne, takie jak klasa energetyczna czy opakowania przydatne do recyklingu. Część bierze również pod uwagę kryteria społeczne, takie jak preferowanie produktów lokalnych i posiadanie certyfikatów Fair Trade.

Pytanie dotyczące kraju pochodzenia zakupywanych produktów żywnościowych nie dostarczyło jednoznacznej odpowiedzi czy firmy kupują lokalnie. Większość ankietowanych deklaruje, że ponad połowa produktów żywnościowych pochodzi z Polski. Duża grupa poinformowała jednak, że mniej niż połowa produktów pochodzi z Polski, a część firm nie wie, skąd pochodzi zakupywana przez nich żywność.

Zrównoważone łańcuchy dostaw to jeden z efektywnych instrumentów, które wpływają na poziom ekologizacji i odpowiedzialności społecznej każdego przedsiębiorstwa. Warto zachęcać firmy z województwa małopolskiego do opracowania polityk zakupowych, które uwzględniają aspekty ekologiczne i społeczne. Jest to kluczowe dla ochrony środowiska, promowania sprawiedliwości i etyki w łańcuchu dostaw, a także wzmocnienia wizerunku firmy jako odpowiedzialnej i etycznej. Takie podejście może przynieść również korzyści finansowe poprzez oszczędności wynikające ze zmniejszenia zużycia zasobów i kosztów utylizacji odpadów, a także zmniejszenie ryzyka związanego z naruszeniami praw człowieka czy karami prawnymi. Dodatkowo, wspieranie lokalnych dostawców zorientowanych na zrównoważone praktyki może przyczynić się do rozwoju lokalnej gospodarki i innowacji.

### 3.3. Aspekty kulturowe



#### PROMOCJA WALORÓW KULTUROWYCH

Bardzo pozytywnie można ocenić zaangażowanie branży turystycznej w promocję dziedzictwa kulturowego. Zdecydowana większość respondentów zadeklarowała praktykowanie kilku działań w tym obszarze. Prawie wszystkie firmy informują klientów na temat walorów kulturowych regionu.

Wśród innych praktyk wymienione zostały: wykorzystanie elementów kultury lokalnej w wystroju wnętrz lub ubiorze pracowników; organizacja lub promocja aktywności pokazujących autentyczną kulturę i tradycje regionu; umożliwienie klientom kupna pamiątek powstałych w regionie oraz wsparcie lokalnych artystów i rzemieślników.

Pojawiły się jednak komentarze, że promowanie kultury i tradycji nie należy do obowiązków przedsiębiorstw prywatnych („podstawowym zadaniem firmy jest zarabianie”). Świadczy o braku umiejętności wykorzystania elementów dziedzictwa kulturowego w tworzeniu unikalnych usług i produktów turystycznych, co ma pozytywny wpływ na również na zwiększenie lojalności klientów i poprawę wyników sprzedażowych.

## 3.4. Zrównoważone zarządzanie



### POLITYKA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Zdecydowanie najslabiej prezentują się firmy województwa małopolskiego w zakresie zarządzania zrównoważonym rozwojem. Do podstawowych dokumentów, które powinny posiadać firmy dbające o rozwój zrównoważony, można wymienić dokumenty dotyczące:

- ochrony środowiska/ zarządzania ekologicznego (np. polityka ekologiczna, strategia, plan działania);
- zatrudnienia i zarządzania zasobami ludzkim (np. politykę HR, strategię HR, kodeks poszanowania praw człowieka i etyki);
- współpracy ze społecznością lokalną, wsparcia lokalnych przedsiębiorców oraz ochrony dziedzictwa kulturowego;
- zasady bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia.

Jedynie posiadanie tego ostatniego, tj. zasad bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia, zadeklarowała większość ankietowanych przedsiębiorstw.

Posiadanie pozostałych dokumentów zadeklarowała mniej niż jedna trzecia respondentów.

Brak formalnych planów, strategii czy wytycznych z zakresu ochrony środowiska, zasobów ludzkich i społeczności lokalnych może świadczyć o niesystematycznym podejściu do rozwoju zrównoważonego.



### KOORDYNATOR DS. ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Mniej więcej jedna trzecia respondentów posiada w swojej strukturze osoby odpowiedzialne za zarządzanie aspektami zrównoważonego rozwoju. Wśród najczęściej wymienianych znalazł się koordynator lub menedżer odpowiedzialnego za zarządzanie zasobami ludzkimi i ochronę praw człowieka. Rzadziej respondenci deklarowali, że w strukturze firmy jest wyznaczona osoba odpowiedzialna za współpracę ze społecznością lokalną i działaniami prospołecznymi oraz osoba odpowiedzialna za kwestie ochrony środowiska i zarządzania ekologicznego.

Warto w tym miejscu również dodać, że zdecydowana większość firm zadeklarowała, że w zespole jest przynajmniej osoba, która posiada kwalifikacje w zakresie zarządzania turystyką zrównoważoną lub zrównoważonym rozwojem.



Posiadanie w firmie osób kompetentnych w zakresie rozwoju zrównoważonego jest pozytywnym sygnałem. Jednak dopiero wyznaczenie osób odpowiedzialnych i wpisanie aspektów dotyczących ochrony środowiska, zasobów ludzkich i działań prospołecznych w zakres obowiązków poszczególnych pracowników, zapewni efektywne zarządzanie rozwojem zrównoważonym.



## WSPÓŁPRACA

Zdecydowana większość respondentów zadeklarowała, że ich organizacja w przeciągu ostatnich 12 miesięcy współpracowała przynajmniej z jedną organizacją o charakterze niekomercyjnym.

Najczęściej firmy z województwa małopolskiego współpracują z lokalnymi lub regionalnymi organizacjami turystycznymi, uniwersytetami, instytucjami kultury oraz organizacjami pozarządowymi. Połowa respondentów nawiązała również współpracę z reprezentacjami mieszkańców/ społeczności lokalnej. Najrzadziej wymieniana była współpraca z Jednostkami Samorządu Terytorialnego Punktami Informacji Turystycznej.

Firmy z branży turystycznej powinny współpracować z administracją publiczną, organizacjami pozarządowymi i innymi grupami interesariuszy, ponieważ taka współpraca umożliwi skoordynowane i efektywne podejście do zarządzania turystyką, które uwzględnia różnorodne perspektywy i potrzeby lokalnych społeczności. Dalsze współdziałanie różnych podmiotów może prowadzić do lepszego planowania i zarządzania zasobami, promocji odpowiedzialnych praktyk turystycznych oraz ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego województwa małopolskiego.



## KOMUNIKACJA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Jeśli chodzi o komunikację i promocję zrównoważonego rozwoju, zdecydowana większość respondentów zadeklarowała przynajmniej jedno działanie w tym kierunku. Wśród najczęściej wymienianych praktyk znalazły się informowanie klientów o tym jak wspierać społeczności lokalne oraz informowanie gości o tym, jak szanować miejscową ludność i kulturę (np. jak się odpowiednio ubrać, odwiedzając kościoły czy tereny wiejskie).

Wśród respondentów znalazły się również firmy, które podczas pobytu, informują gości na temat działań firmy z zakresu ochrony środowiska i odpowiedzialności społecznej biznesu (np. informacja widoczna na recepcji i w pokojach hotelowych, informacja przekazywana ustnie przez przewodnika w trakcie wycieczek, itp.) oraz te, które informują klientów o tym jak podróżować ekologicznie (np. jak zmniejszyć użycie energii, wody, jak segregować śmieci, itp.).

Znalazłyby się także firmy, które aktywnie promują wśród klientów najbardziej ekologiczne / odpowiedzialne produkty i usługi (np. poprzez specjalne oznaczenia w katalogu, na stronie internetowej, w menu, itp.).

Jedynie pojedyncze przedsiębiorstwa zadeklarowały, że informują o swoich działaniach z zakresu rozwoju zrównoważonego poprzez swoją stronę internetową oraz że publikują raporty niefinansowe (dot. ochrony środowiska i odpowiedzialności społecznej biznesu).



## CERTYFIKACJA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Wśród międzynarodowo-uznanych certyfikatów potwierdzających działania firm w zakresie turystyki zrównoważonej, zarządzania ekologicznego oraz odpowiedzialności społecznej biznesu można wymienić:

- Certyfikaty rekomendowane przez Światową Radę Turystyki Zrównoważonej, m.in. Green Globe, Green Key, Good Travel Seal, Travelife
- Certyfikaty ISO: ISO 14001, ISO 26000:2010
- Inne międzynarodowe, np. LEED, BREEAM, EU Ecolabel, Certyfikat B Corp

Wśród firm biorących udział w badaniu, tylko kilka zadeklarowało posiadanie jednego z wyżej wymienionych certyfikatów, a były to: ISO 14001, Green Key, EU Ecolabel, BREEAM.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że certyfikacja przedsiębiorstw w zakresie rozwoju zrównoważonego jest coraz ważniejsza, zarówno z punktu widzenia wizerunku firmy jak i odpowiedzi na zmieniające się wymogi prawne w Unii Europejskiej. Taka certyfikacja nie tylko wyróżnia firmę na tle konkurencji, ale także buduje zaufanie wśród konsumentów, którzy coraz częściej poszukują ofert turystycznych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Ponadto, posiadanie certyfikatu może prowadzić do zwiększenia efektywności operacyjnej, redukcji kosztów poprzez oszczędność zasobów i lepsze zarządzanie ryzykiem. W dłuższej perspektywie, firmy certyfikowane jako zrównoważone mogą korzystać z długoterminowych korzyści, takich jak lojalność klientów, pozytywny wizerunek marki oraz przewaga konkurencyjna na rynku, który staje się coraz bardziej świadomy ekologicznie i społecznie.

---

Podsumowując, wyniki badania wskazują, że zdecydowana większość przedsiębiorstw turystycznych z województwa małopolskiego działa w zgodzie z polskim Kodeksem Pracy, oferuje godne warunki zatrudnienia, podejmuje przynajmniej podstawowe działania w zakresie zarządzania ekologicznego, a także prowadzi działania na rzecz promocji dziedzictwa kulturowego. Najsłabiej przedstawia się obszar zarządzania zrównoważonego, w tym komunikacji i zaangażowania klientów w aspekty ochrony środowiska i odpowiedzialności społecznej biznesu. Można wnioskować, że firmy działają intuicyjnie i nie posiadają systematycznego, strategicznego podejścia do zarządzania rozwojem zrównoważonym ani konkretnych celów związanych ze zmniejszeniem swojego negatywnego, i zwiększeniem pozytywnego wkładu w ochronę środowiska, kultury i w rozwój społeczności lokalnej.

## PRAKTYKI NAJCZĘŚCIEJ WDRAŻANE PRZEZ ANKIETOWANE FIRMY

Poniżej znajduje się lista praktyk najczęściej wymienianych przez respondentów.



### ZARZĄDZANIE ŚRODOWISKOWE

- Segregacja śmieci
- Prawidłowa utylizacja odpadów niebezpiecznych
- Sprawdzanie stanu sprzętu, aby zapobiec awariom oraz zapewnić ich sprawne działanie i szczelność
- Wykorzystanie sprzętów energooszczędnych
- Wykorzystanie czujników ruchu
- Monitoring poziomu zużycia energii
- Wykorzystanie urządzeń obniżających zużycie wody



### PRACOWNICY I DZIAŁANIA PROSPOŁECZNE

- Przestrzeganie Kodeksu Pracy
- Formalne zatrudnienie
- Płaca, która zapewnia środki wystarczające na utrzymanie
- Brak dyskryminacji pracowników
- Lokalne zatrudnienie
- Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami
- Informowanie klientów o tym, jak wspierać społeczności lokalne



## KULTURA

- Informowanie klientów na temat walorów kulturowych regionu, i o tym jak szanować miejscową kulturę
- Wsparcie lokalnych artystów i rzemieślników
- Umożliwienie kupna lokalnych pamiątek
- Organizacja lub promocja wycieczek i aktywności, które pokazują kulturę i tradycje



## ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE

- Dokument regulujący zasady bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia
- Współpraca z różnymi instytucjami (m.in. lokalne i regionalne organizacje turystyczne, uniwersytety, organizacje pozarządowe)
- Posiadanie w zespole osób odpowiedzialnych za zatrudnienie i ochronę praw człowieka

## WAŻNE PRAKTYKI, KTÓRE NIE SĄ WDRAŻANE

Poniżej zebrane zostały praktyki wdrażane przez organizacje turystyczne rzadko lub wcale, a które są krytycznie ważne z punktu widzenia rozwoju turystyki zrównoważonej na poziomie regionu, i dla zapewnienia prawidłowego rozwoju przedsiębiorstw. Są to obszary, z których powinno się zacząć, jeśli chcemy rozwijać turystykę zrównoważoną.



## WYZNACZENIE KOORDYNATORA DS. ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

Aby można było mówić o zrównoważonym zarządzaniu przedsiębiorstw, kluczowe jest, aby w firmie znajdowała się osoba odpowiedzialna za ten obszar. Może to być jedna osoba, zespół lub kilka stanowisk odpowiedzialnych za kwestie takie jak ochrona środowiska, ochrona praw pracowniczych oraz współpraca ze społecznościami lokalnymi. W zależności od rozmiaru i potrzeb, firmy tworzą nowe stanowiska pracy lub

włączają działania z zakresu rozwoju zrównoważonego w sferę odpowiedzialności menadżerów już zatrudnionych.

Wyznaczenie koordynatora lub osoby odpowiedzialnej za aspekty zrównoważonego rozwoju w firmach jest istotne z kilku powodów:

- **Utrzymanie zgodności z przepisami i regulacjami:** W dzisiejszych czasach wiele krajów wprowadza przepisy i regulacje związane z ochroną środowiska, etyką pracy i społeczną odpowiedzialnością biznesu. Osoba odpowiedzialna za zrównoważony rozwój w firmie monitoruje zmiany w przepisach i pomaga w zapewnieniu, że firma działa zgodnie z obowiązującymi normami.
- **Reputacja i wizerunek:** Firmy, które angażują się w działania związane ze zrównoważonym rozwojem, mogą cieszyć się lepszym wizerunkiem w oczach klientów, inwestorów i społeczności. Koordynator ds. zrównoważonego rozwoju pomaga budować pozytywny wizerunek firmy poprzez transparentność, zaangażowanie społeczne i dbałość o środowisko.
- **Efektywność operacyjna:** Wdrażanie praktyk zrównoważonego rozwoju może prowadzić do bardziej efektywnego wykorzystywania zasobów, zmniejszenia odpadów, oszczędności energii i innych korzyści operacyjnych. Koordynator ds. zrównoważonego rozwoju może identyfikować obszary, w których firma może wprowadzić ulepszenia w celu osiągnięcia większej efektywności.
- **Zaangażowanie interesariuszy:** Koordynator ds. zrównoważonego rozwoju może angażować różne grupy interesariuszy, takie jak pracownicy, klienci, dostawcy i społeczność lokalna, w procesy związane z zrównoważonym rozwojem. To może prowadzić do większego zaangażowania i lojalności ze strony tych grup.
- **Długoterminowa strategia:** Zrównoważony rozwój skupia się na równowadze pomiędzy ekonomicznymi, społecznymi i środowiskowymi aspektami działalności firmy. Osoba odpowiedzialna za te kwestie może pomagać w opracowaniu długoterminowych strategii, które uwzględniają te trzy wymiary, przyczyniając się do trwałego sukcesu firmy.
- **Ryzyko i zarządzanie kryzysowe:** Działania związane ze zrównoważonym rozwojem mogą pomóc w minimalizowaniu ryzyka związanego z potencjalnymi problemami ekologicznymi, społecznymi lub etycznymi. Koordynator ds. zrównoważonego rozwoju może być kluczową osobą w przygotowywaniu planów zarządzania kryzysowego i reagowania na potencjalne sytuacje kryzysowe.

Podsumowując, osoba odpowiedzialna za aspekty zrównoważonego rozwoju w firmie pełni rolę kluczowego doradcy, katalizatora zmian i strażnika wartości związanych z odpowiedzialnym prowadzeniem biznesu. Jej obecność pomaga firmie osiągać cele zrównoważonego rozwoju i wykorzystywać szanse, jakie niesie ze sobą ten podejście.

Ważne jest, aby osoba (zespół), odpowiedzialny za kwestie rozwoju zrównoważonego posiadała odpowiednie kwalifikacje w tym zakresie.



Kolejnym krokiem jest również zwiększenie wiedzy i zaangażowanie wszystkich pracowników w firmie, bez wsparcia których, wdrożenie rozwiązań z zakresu rozwoju zrównoważonego będzie niemożliwe.



## RAPORTOWANIE NIEFINANSOWE

Raportowanie niefinansowe, znane również jako raportowanie zrównoważone (lub raportowanie ESG), to proces gromadzenia, mierzenia, analizy i komunikowania informacji dotyczących działań i wyników organizacji w zakresie zrównoważonego rozwoju społecznego, ekologicznego i zarządzania. Obejmuje ono szeroki zakres aspektów, takich jak wpływ na środowisko, praktyki społeczne, zarządzanie zasobami ludzkimi, zaangażowanie społeczności lokalnej, etyka biznesu i wiele innych.

5 stycznia 2023 r. weszła w życie dyrektywa o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju. O ile w pierwszej kolejności obowiązkiem zostały objęte największe spółki giełdowe, to w kolejnych latach grupa przedsiębiorstw objętych tym obowiązkiem będzie się zwiększać. Aby przygotować się na nadchodzące zmiany, firmy z branży turystycznej już teraz powinny podjąć pierwsze kroki w tym kierunku, np.:

- Opracować system raportowania niefinansowego, który uwzględnia kluczowe aspekty zrównoważonego rozwoju, takie jak efektywność energetyczna, zużycie wody, zarządzanie odpadami, wsparcie społeczności lokalnej itp.
- Regularnie monitorować i oceniać postępy w realizacji celów zrównoważonego rozwoju oraz komunikować o wynikach w formie publicznych raportów oraz informacji udostępnianych na stronie internetowej firmy.
- Włączyć wymagania raportowania niefinansowego do polityki i strategii firmy, aby stworzyć strukturalne podejście do monitorowania i raportowania aspektów zrównoważonego rozwoju.



## KOMPLEKSOWY MONITORING ŚRODOWISKOWY

Monitoring i wyznaczanie celów związanych z redukcją zużycia energii, wody i zmniejszenia ilości odpadów pozwoli firmom zwiększyć efektywność pracy i zaoszczędzić. O ile firmy wdrażają rozwiązania dążące do redukcji zużycia zasobów naturalnych, nie jest to w systemowy sposób mierzone i monitorowane. Zwiększyć efektywność monitoringu środowiskowego można dzięki:

- Instalacji systemów monitorowania zużycia energii, wody i generowania odpadów, aby móc śledzić efektywność i identyfikować obszary do usprawnienia.
- Wytyczeniu celów ilościowych związanych z redukcją zużycia energii, wody i ilości odpadów oraz regularne monitorowanie postępów w ich realizacji.

- Zaangażowaniu pracowników w monitoring danych i raportowanie.



## WYKORZYSTANIE I PROMOWANIE EKOLOGICZNYCH ŚRODKÓW TRANSPORTU

Popularyzowanie ekologicznych środków transportu, takich jak transport publiczny, rower, car sharing czy samochody elektryczne, pomaga zmniejszyć emisję gazów cieplarnianych i negatywny wpływ na klimat, ogranicza zanieczyszczenie powietrza. Są to istotne wyzwania dla Polski i całej Unii Europejskiej, i branża turystyczna ogrywa tu ważną rolę. Do przykładowych działań, które mogą podjąć firmy należą:

- Optymalizacja wykorzystania transportu w swoich działaniach operacyjnych, np. poprzez modernizację samochodów, ekologiczne zasady kierowania pojazdami, wykorzystanie samochodów elektrycznych, inteligentne planowanie tras wycieczkowych.
- Promowanie ekologicznych środków transportu i transportu publicznego wśród pracowników (zakup biletów miesięcznych dla pracowników, dofinansowanie kupna roweru, itp.).
- Zapewnienie alternatywnych środków transportu dla klientów, takich jak rowery, elektryczne hulajnogi, wynajem samochodów elektrycznych oraz ustanowienie stacji ładowania samochodów elektrycznych.
- Nawiązywanie partnerstw z lokalnymi dostawcami usług transportowych, którzy stosują ekologiczne rozwiązania, takie jak pojazdy elektryczne lub hybrydowe.
- Promowanie korzystania z transportu publicznego i zrównoważonych środków transportu, takich jak pociągi, autobusy czy carpooling, poprzez udostępnienie informacji o trasach, rozkładach jazdy itp. oraz zniżki dla klientów, którzy, na przykład, wybrali pociąg zamiast samochodu.



## ZAKUPY LOKALNE I EKOLOGICZNE

Zrównoważone łańcuchy dostaw to holistyczne podejście do kwestii zaopatrzenia i branie odpowiedzialności za cały cykl życia produktu, wykraczając poza tradycyjne wskaźniki kosztów i wydajności, aby uwzględnić kwestie środowiskowe, społeczne i etyczne. U jego podstaw leży dążenie do zrównoważenia celów biznesowych z szerszym wpływem na społeczeństwo i planetę.

Firmy dbające o zrównoważone łańcuchy dostaw, powinny kierować się następującymi zasadami:

**Skrócenie łańcuchów dostaw:** W pierwszej kolejności, firmy powinny wybierać lokalne produkty i producentów. Transport towarów na krótszych dystansach prowadzi do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla, a wspieranie lokalnych dostawców pobudza

lokalną gospodarkę poprzez tworzenie miejsc pracy i wspieranie przedsiębiorczości. Ponadto, lokalne zaopatrzenie oznacza produkty świeższe i wyższej jakości. Krótsze łańcuchy dostaw to również łańcuchy bardziej odporne na zakłócenia.

**Wybór zrównoważonych dostawców:** Kolejnym aspektem, na który firmy powinny zwracać uwagę to kryteria środowiskowe i społeczne, tzn. aby dostawcy i produkty spełniały kryteria ekologiczne i etyczne. Dzięki temu, firmy mogą mieć pewność, że nie wspierają szkodliwych praktyk, takich jak degradacja środowiska czy praca w bardzo złych warunkach. Współpraca z etycznymi dostawcami może poprawić wizerunek marki firmy i przyciągnąć świadomych konsumentów.

**Wybór dostawców z pozytywnym wpływem społecznym:** Firmy powinny rozważyć włączenie do swojego łańcucha dostaw organizacje, które poza wypełnieniem minimalnych kryteriów społecznych i środowiskowych, posiadają szerszą misję. Mogą to być przedsiębiorstwa społeczne, spółdzielnie, które zatrudniają osoby w trudnej sytuacji życiowej, lub inne organizacje, które reinwestują dochód w "dobre cele". Poza oczywistymi korzyściami wizerunkowymi, tacy niesztampowi dostawcy często wnoszą nowe spojrzenie i innowacyjne rozwiązania, napędzane ich podejściem zorientowanym na misję.

W praktyce, firmom rekomenduje się:

- Opracowanie polityki zakupowej uwzględniającej kryteria zrównoważonego rozwoju, takie jak preferowanie lokalnych dostawców, produktów ekologicznych, certyfikowanych produktów Fair Trade, organizacji zorientowanych na misję itp.
- Współpracę z lokalnymi producentami i dostawcami, którzy stosują praktyki zrównoważonego rozwoju, takie jak uprawy organiczne, produkty recyklingowe itp.
- Włączenie aspektów zrównoważonego rozwoju do procesu wyboru dostawców i partnerów biznesowych, aby promować odpowiedzialność społeczną i ochronę środowiska w całym łańcuchu dostaw.
- Opracowanie "Kodeksu postępowania Dostawcy", w którym uwzględnia się aspekty ekologii i odpowiedzialności społecznej biznesu.

## NIEWYKORZYSTANE MOŻLIWOŚCI

Niewykorzystane możliwości to zbiór praktyk, które są wdrażane przez firmy województwa małopolskiego rzadko albo wcale, a pomogłyby im nie tylko stać się bardziej ekologicznymi i odpowiedzialnymi społecznie, ale również wpłynąć na ich konkurencyjność i rozpoznawalność.

Poniższe praktyki dotyczą przez wszystkim działań z zakresu marketingu i komunikacji. W związku z rosnącym popytem na produkty i usługi lokalne, etyczne i ekologiczne, oraz zwiększającą się świadomością turystów, w tym szczególnie osób z Niemiec i Europy Zachodniej, firmy które aktywnie komunikują aspekty zrównoważonego rozwoju, mają szansę zwiększyć lojalność swoich klientów i przyciągnąć nowych.

## Informowanie klientów na temat działań firmy w zakresie ekologii i odpowiedzialności społecznej

- Opracowanie strategii komunikacji, która skupia się na prezentowaniu działań podejmowanych przez firmę w obszarze ochrony środowiska i odpowiedzialności społecznej.
- Włączenie informacji na temat ekologicznych i społecznych inicjatyw w materiałach marketingowych, na stronie internetowej i w mediach społecznościowych.
- Organizowanie wydarzeń i kampanii, które podkreślają zaangażowanie firmy w zrównoważony rozwój i zachęcają klientów do podejmowania ekologicznych działań.

## Promowanie najbardziej ekologicznych i odpowiedzialnych produktów i usług

- Przeprowadzenie analizy oferty produktowej i usługowej w celu identyfikacji najbardziej ekologicznych i odpowiedzialnych opcji.
- Wyróżnianie tych produktów i usług w materiałach marketingowych oraz informowanie klientów o ich korzyściach dla środowiska i społeczeństwa.
- Współpraca z lokalnymi producentami, dostawcami i usługodawcami, którzy również kierują się zasadami zrównoważonego rozwoju.

## Uzyskanie certyfikatu turystyki zrównoważonej

- Przeprowadzenie oceny i analizy wymogów certyfikacji turystyki zrównoważonej, rekomendowanych przez Światową Radę Turystyki Zrównoważonej, np. Green Globe, Good Travel Seal, Green Key czy Travelife.
- Wdrażanie działań i praktyk zgodnych z kryteriami certyfikacyjnymi, aby spełnić standardy zrównoważonego rozwoju w branży turystycznej.
- Uzyskanie oficjalnych certyfikatów jako dowód zaangażowania firmy w zrównoważoną turystykę i wykorzystywanie ich w komunikacji z klientami.

Wprowadzenie tych działań może przynieść korzyści zarówno dla firm, jak i dla środowiska i społeczności lokalnej. Informowanie klientów o zaangażowaniu firmy w ekologię i społeczną odpowiedzialność pomaga budować zaufanie i przyciągać klientów, którzy są bardziej świadomi i preferują firmy o pozytywnym wpływie na świat. Promowanie najbardziej ekologicznych i odpowiedzialnych produktów i usług sprzyja wzrostowi popytu na tego rodzaju ofertę, co może przekładać się na większe zyski. Wykorzystanie elementów kultury lokalnej w wystroju wnętrza i ubiorze pracowników wpływa na tworzenie autentycznego doświadczenia turystycznego i wsparcie lokalnych artystów i rzemieślników. Natomiast certyfikacje turystyki zrównoważonej stanowią potwierdzenie wysiłków firmy w zakresie zrównoważonego zarządzania, co buduje reputację i wiarygodność w oczach klientów.

## 4. PODSUMOWANIE

### 4.1. Ocena ogólna

Ogromny sukces turystyki w Małopolsce, choć przynosi wiele korzyści, niesie ze sobą również pewne wyzwania i zagrożenia, które mogą niekorzystnie wpłynąć na jakość życia mieszkańców oraz zachowanie unikalnego charakteru regionu.

Jednym z aspektów, które wymagają uwagi, jest nierównomierne rozłożenie ruchu turystycznego – skupienie się turystów wokół najpopularniejszych miast i atrakcji turystycznych, co niesie za sobą szereg wyzwań zarówno środowiskowych jak i społeczno-gospodarczych.

Zwiększony ruch turystyczny, zwłaszcza w miejscach o delikatnym ekosystemie jakim są obszary wyżynne i górskie, może prowadzić do degradacji środowiska, w tym do zwiększenia zanieczyszczenia, erozji szlaków turystycznych i ogólnego niszczenia przyrody. Bez odpowiednich środków ochrony, piękne krajobrazy i naturalne atrakcje Małopolski mogą zostać trwale uszkodzone. Mówiąc o środowisku, nie wolno zapominać o zmianach klimatycznych, którym z jednej strony turystyka się przyczynia, a z drugiej – na które musi reagować. Ważne jest zatem, aby branża turystyczna w województwie małopolskim bliżej współpracowała z JST i organizacjami, które są odpowiedzialne za ochronę środowiska i zarządzanie zasobami naturalnymi. O ile opracowane są różne dokumenty nt. środowiska i klimatu dla regionu, niejasne jest jaką rolę odrywa w nich branża turystyczna i co regionalna i lokalne organizacje turystyczne powinny robić, aby zminimalizować negatywny wpływ turystyki na przyrodę i ekologię. Od planu działań na rzecz klimatu i ekologizację transportu, przez szkolenia dla branży po akcje informacyjne dla turystów – istnieje szereg instrumentów, które powinny stać się nieodłączną częścią planu rozwoju turystyki w Małopolsce.

Turystyka, jeśli zarządzana w odpowiedni sposób, może być dźwignią równomiernego, sprawiedliwego i długofalowego rozwoju społeczno-gospodarczego regionów. O ile są podejmowane inicjatywy mające na celu rozproszenie ruchu turystycznego, wciąż jest kilka ośrodków dominujących, takich jak Kraków czy Zakopane. Aby nie doprowadzić do sytuacji kryzysowych wynikających z tzw. overtourismu, które obserwowane są w innych miastach europejskich (np. Barcelona, Wenecja), Małopolska już w tej chwili powinna wdrażać programy mające na celu zbalansowanie ruchu turystycznego w czasie i przestrzeni. Tworzenie odpowiednich produktów i szlaków turystycznych oraz ofert zachęcających do eksplorowania regionu, powinno iść w parze z rozbudową infrastruktury i sieci komunikacyjnej.

**Małopolska ma szansę stać się liderem w dziedzinie turystyki zrównoważonej w Polsce i Europie Środkowej, a wizerunek zielonej i odpowiedzialnej destynacji mógłby przynieść dla regionu korzyści zarówno ekonomiczne, jak i społeczne i środowiskowe.**



Narzędziami wzmacniającymi sprawiedliwy rozwój gospodarczy mogłyby być również programy wsparcia dla przedsiębiorców lokalnych, a także zwiększenie udziału społeczności w planowaniu rozwoju turystyki, inwestycji i tworzenia nowych produktów turystycznych. Bardziej otwarte podejście do zarządzania turystyką wpłynęłoby także na zmniejszenie napięć i konfliktów społecznych. Na chwilę obecną jednak, kryteria turystyki zrównoważonej w zakresie społeczno-gospodarczym wdrażane są na poziomie niewystarczającym.

Bez względu na pewne problemy i wyzwania, Małopolska ze swoim bogatym dziedzictwem kulturowym, historycznym i przyrodniczym ma bardzo dobre podstawy do kreowania swojego wizerunku jako zrównoważonej destynacji turystycznej. Kraków jako pierwsze miasto w Polsce uczestniczy w międzynarodowym rankingu GDS Index, i pozycjonuje się jak miasto ekologiczne, etyczne i dostępne. Aby wzmocnić wizerunek regionu, Małopolska mogłaby także uczestniczyć w międzynarodowych programach nagród i certyfikacji dla destynacji turystycznych i bardziej aktywnie akcentować kwestie rozwoju zrównoważonego w marketingu i komunikacji.

W dobie rosnącej świadomości ekologicznej i społecznej, województwo małopolskie ma szansę stać się liderem w dziedzinie zrównoważonej turystyki w Polsce i Europie Środkowej, przyciągając turystów, inwestorów i talenty z kraju i zagranicy. W dłuższej perspektywie, taki wizerunek mógłby przynieść Małopolsce nie tylko korzyści ekonomiczne, ale także społeczne i środowiskowe.

## Zgodność z globalnymi kryteriami turystyki zrównoważonej

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

Na podstawie odpowiedzi przekazanych przez respondentów, zgodność rozwoju turystyki w województwie małopolskim z globalnymi kryteriami turystyki zrównoważonej wygląda następująco:

### OCHRONA I PROMOCJA KULTURY



### ASPEKTY SPOŁECZNO-EKONOMICZNE



### OCHRONA PRZYRODY I ZARZĄDZANIE ŚRODOWISKOWE



### ZRÓWNOWAŻONE ZARZĄDZANIE



## Aspekty kulturowe

Można z przekonaniem powiedzieć, że najsilniejszą stroną województwa małopolskiego z punktu widzenia wdrożenia zasad turystyki zrównoważonej są działania z zakresu ochrony i promocji kultury. Wszyscy respondenci, zarówno wśród organizacji turystycznych jak i sektora prywatnego deklarowali szereg programów i praktyk w tym obszarze. Zabrakło głównie programu dotyczącego zachowania kultury niematerialnej, chociaż istnieje wiele produktów turystycznych, które ją promują.

### Silne strony

- + **Deklarowane i realne działania w zakresie ochrony i promocji kultury**
- + **Produkty turystyczne promujące kulturę i tradycje lokalne, oraz bezpośrednio wspierające ochronę dziedzictwa**
- + **Aktywne promowanie kultury przez sektor prywatny (od informowania klientów, przez wspieranie lokalnych artystów, po wykorzystanie elementów kultury w dizajnie)**

### Czego zabrakło

- **Brak oceny wpływu turystyki na kulturę materialną i niematerialną**
- **Brak dedykowanego programu chroniącego i promującego kulturę niematerialną**

## Aspekty społeczno-gospodarcze

Wiele pozytywnych praktyk można także zaobserwować w sferze społeczno-gospodarczej. Wygląda na to, że w regionie przestrzega się Kodeks Pracy, wspiera się lokalne zatrudnienie a infrastruktura i usługi turystyczne są dostępne dla osób z niepełnosprawnością. Prowadzony jest także monitoring udziału turystyki w lokalnej gospodarce, co pomaga docenić rolę sektora turystycznego w rozwoju regionalnym. Biorąc jednak pod uwagę, że w województwie małopolskim obserwuje się z problemy związane z ochroną i bezpieczeństwem mieszkańców, a także wzrostem cen na towary i usługi (który wynika ze zwiększeniem ilości turystów), istotne byłoby zwrócenie większej uwagi na potrzeby społeczności lokalnej i zwiększenie jej partycypacji w kształtowaniu turystyki. Powinno się opracować narzędzia, które pomogą wykorzystać turystykę jako instrument sprawiedliwego i zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego, zaczynając od analizy wpływu turystyki na mieszkańców i poziomu ich zadowolenia po programy zwiększające zaangażowanie mieszkańców w planowanie rozwoju turystyki. Dodatkowo, rekomenduje się opracowanie programów wsparcia przedsiębiorców z branży turystycznej i promocji produktów lokalnych.

**Silne strony**

- + **Monitoring udziału turystyki w gospodarce**
- + **Zaangażowanie w rozwój zrównoważony/ tematy pokrewne mieszkańców (informacja, konsultacje)**
- + **Dostępność dla osób z niepełnosprawnością**
- + **“Lokalne” zatrudnienie**
- + **Wsparcie projektów i organizacji działających na rzecz rozwiązywania problemów społecznych**
- + **Przestrzeganie praw pracowniczych**

**Czego zabrakło**

- **Brak oceny wpływu turystyki na społeczności lokalne**
- **Brak oceny zadowolenia mieszkańców z turystyki**
- **Brak programów wspierających przedsiębiorców i produkty lokalne**
- **Brak programu dot. wynajmu krótkoterminowego w celach turystycznych**
- **Brak monitoringu przestrzegania praw człowieka i praw pracowniczych w turystyce**

**Aspekty środowiskowe**

Trochę gorzej przedstawia się województwo małopolskie z punktu widzenia ochrony przyrody i zarządzania środowiskowego. Na poziomie przedsiębiorstw turystycznych, wdrażane są jedynie podstawowe praktyki z zakresu zarządzania środowiskowego, takie jak segregacja śmieci czy zmniejszenie zużycia energii. Brakuje jednak bardziej zaawansowanych praktyk, wykorzystania zielonych technologii oraz promocji niskoemisyjnych środków transportu. Biorąc pod uwagę fakt, iż dużą część województwa pokrywają tereny chronione oraz obszary górskie, niezmiernie istotne byłoby przeprowadzenie analizy wpływu turystyki na środowisko naturalne, wdrożenie rozwiązań mających na celu ochronę przyrody i bioróżnorodności oraz wdrożenie planu działań w zakresie zmian klimatycznych. W województwie małopolskim zabrakło także konkretnych działań mających na celu rozwiązywanie konkretnych wyzwań środowiskowych, takich jak ograniczenie korzystania z jednorazowego plastiku czy redukcja odpadów żywnościowych.

## Silne strony

- + **Monitoring i deklarowane działania na rzecz zmniejszenia zanieczyszczenia powietrza**
- + **Polityki/ programy dot. zmian klimatycznych**
- + **Zmniejszenie i segregacja odpadów (przedsiębiorstwa turystyczne)**
- + **Redukcja jednorazowego plastiku**
- + **Praktyki mające na celu zmniejszenie zużycia wody i energii (w szczególności)**

## Czego zabrakło

- **Brak analizy wpływu turystyki na środowisko naturalne**
- **Cele ilościowe dot. zmniejszenia odpadów, ale bez monitoringu i konkretnych planów (np. plastik, odpady żywnościowe)**
- **Brak programów / działań dot. zmniejszenia zanieczyszczenia wody, gleby, świetlnego**
- **Brak programów i działań dot. ekologizacji transportu**

## Zrównoważone zarządzanie turystyką

Ocena wdrożenia zasad turystyki zrównoważonej w kontekście zarządzania turystyką jest problematyczna głównie ze względu na brak dedykowanej strategii rozwoju turystyki. Niemniej jednak, jak wynika z odpowiedzi respondentów, istnieje szereg dokumentów i programów, które w jakimś stopniu taką strategię zastępują. Na przykład, wyznaczony jest koordynator/ zespół ds. zarządzania kwestiami rozwoju zrównoważonego, a wskaźniki zrównoważonego rozwoju uwzględnione zostały w strategii rozwoju województwa. Przeprowadzona została także inwentaryzacja aktywów turystycznych oraz prowadzony jest monitoring ruchu turystycznego oraz poziom zadowolenia turystów. Zabrakło jednak bardziej zaawansowanych programów dotyczących zarządzania ruchem turystycznym – od oceny pojemności turystycznej, po programy mające na celu zmniejszenie sezonowości oraz równomiernego rozproszenia ruchu turystycznego. Działania te są niezbędne dla dalszego wzrostu turystyki, przy równomiernym rozwoju gospodarczym we wszystkich częściach województwa - a tym samym, poprawy życia mieszkańców.

## Silne strony

- + Uwzględnienie aspektów zrównoważonego rozwoju w strategii rozwoju województwa, w tym wskaźników rozwoju zrównoważonego
- + Podstawowy monitoring ruchu turystycznego i zadowolenia turystów
- + Względnie wysoka świadomość firm turystycznych (pojedyncze firmy z certyfikatami, np. ISO, Green Key)
- + "Uświadamiające" kampanie informacyjne dla mieszkańców, turystów i branży

## Czego zabrakło

- Brak strategii rozwoju turystyki
- Brak programów mających na celu rozproszenie ruchu turystycznego w czasie i przestrzeni
- Brak monitoringu, raportowania i komunikacji w zakresie turystyki zrównoważonej
- Brak promocji "zrównoważonych" przedsiębiorstw
- Brak osób odpowiedzialnych za kwestie rozwoju zrównoważonego w przedsiębiorstwach

## 4.2. Rekomendacje

W tej części przedstawione są konkretne sugestie i działania mające na celu wzmocnienie praktyk zrównoważonego rozwoju turystyki w województwie małopolskim. 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.

### OPRACOWANIE STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI

Województwo małopolskie nie posiada dedykowanej strategii rozwoju turystyki. W związku z tym utrudnione jest prawidłowe, długofalowe planowanie i zarządzanie turystyką z korzyścią dla ludzi i środowiska naturalnego.

#### Dlaczego jest to ważne?

Posiadanie wieloletniej strategii rozwoju turystyki jest niezwykle istotne, szczególnie z perspektywy rozwoju turystyki zrównoważonej. Strategia zapewnia spójne i ukierunkowane podejście do rozwoju destynacji turystycznej, uwzględniając cele, priorytety i konkretne działania. Bez strategii, rozwój turystyki może być chaotyczny, co grozi negatywnymi skutkami dla środowiska, kultury i społeczności lokalnej. Strategia umożliwi zintegrowane podejście, harmonizując wzrost turystyki z ochroną środowiska, promocją lokalnej kultury i korzyściami



ekonomicznymi. Ponadto, strategia umożliwia planowanie zrównoważonej infrastruktury, włączając aspekty energooszczędności, transportu niskoemisyjnego i zarządzania odpadami. Oprócz tego, strategia dostarcza długoterminowego planu działania oraz mechanizmy monitorowania postępów, które pozwalają ocenić skuteczność podejmowanych działań i wprowadzać odpowiednie korekty.

## Co warto uwzględnić w strategii?

Zgodnie z kryteriami zrównoważonego zarządzania destynacjami turystycznymi, w strategii rozwoju turystyki powinno się uwzględnić następujące elementy:

- Kwestie społeczno-ekonomiczne, kulturowe, oraz problemy i zagrożenia środowiskowe;
- Analiza wpływu turystyki na środowisko naturalne, kulturę materialną i niematerialną oraz na społeczność lokalną;
- Identyfikacja aktywów turystycznych, walorów przyrodniczych i kulturowych, i potencjalnych zagrożeń;
- Zaangażowanie interesariuszy, w tym społeczności lokalnej, w planowanie i opracowanie strategii;
- Wyznaczenie zespołu (organu) odpowiedzialnego za działania z zakresu rozwoju zrównoważonego;
- Kluczowe wskaźniki efektywności, które dotyczą aspektów nie tylko gospodarczych, ale i przyrodniczych, kulturowych i społecznych;
- System monitoringu i raportowania;
- Strategia powinna być opublikowana i publicznie dostępna;
- Strategia powinna być dopełniona planem działania, z zabezpieczonym budżetem na projekty z zakresu zrównoważonego rozwoju.

## Polityka zrównoważonej turystyki Krakowa



W tym miejscu warto również dodać, że dobre praktyki w obszarze tworzenia strategii zrównoważonego rozwoju turystyki można znaleźć na terenie województwa małopolskiego. Mowa tu o “Polityce zrównoważonej turystyki Krakowa na lata 2021 – 2028”, która jest przykładem kompleksowego podejścia do zarządzania i rozwoju turystyki, z uwzględnieniem aspektów społeczno-gospodarczych i środowiskowych. Dokument ten wskazuje na istotność partycypacji społecznej, a także mierzy sukces turystyki nie tylko poprzez tradycyjne wskaźniki, ale przez pryzmat satysfakcji zarówno mieszkańców jako i odwiedzających, oraz wielkość wydatków turystów i odwiedzających.

## ZARZĄDZANIE RUCHEM TURYSTYCZNYM

Jednym z wyzwań województwa małopolskiego jest jego nierównomierny rozwój. Wynika to, z opisanego wcześniej, nierównomiernego ruchu turystycznego i jego koncentracji wokół popularnych miejscowości i atrakcji turystycznych. Dlatego też, niezbędny wydaje się plan zarządzania ruchem turystycznym, którego celem powinno być rozproszenie ruchu turystycznego oraz zmniejszenie sezonowości.

### Dlaczego jest to ważne?

Zarządzanie ruchem turystycznym i dekoncentracja ruchu turystycznego są istotne, ponieważ po pierwsze, skoncentrowanie się na zarządzaniu ruchem turystycznym umożliwia regionom promowanie mniej znanych obszarów, co prowadzi do bardziej równomiernego rozwoju gospodarczego i infrastruktury. To z kolei przekłada się na tworzenie miejsc pracy i wzrost dochodów mieszkańców. Z drugiej strony, dekoncentracja ruchu turystycznego pomaga w rozłożeniu obciążenia sezonowego. Dzięki temu regiony mogą czerpać korzyści z turystyki poza głównymi okresami sezonowymi, co stabilizuje ich gospodarkę. Skuteczne zarządzanie ruchem turystycznym przyczynia się także do ochrony środowiska naturalnego, minimalizując negatywny wpływ turystyki w miejscach najbardziej zaludnionych. Wreszcie, promocja lokalnej kultury i dziedzictwa kulturowego jest ważna dla mikro społeczności lokalnych i może przyczynić się do zachowania tożsamości i dumy lokalnej, szczególnie na obszarach gdzie mieszkańcy mogą się czuć zaniedbani.

### Co można zrobić?

#### Promowanie mniej znanych miejsc i atrakcji

Strategia promocji regionu powinna w pierwszej kolejności promować miejsca mniej uczęszczane. Można to osiągnąć poprzez typowe kanały komunikacji oraz przewodniki dla turystów. Skutecznym rozwiązaniem jest również wykorzystanie technologii geotargettingu – na telefonach użytkowników pojawiają się informacje o atrakcjach, gdy ci znajdują się w ich pobliżu. Można także tworzyć produkty turystyczne (np. wycieczki) łączące popularne z mniej znanymi zakątkami regionu.

#### Promowanie miejsc i wydarzeń poza sezonem turystycznym

Przedłużyć sezon turystyczny można dzięki dedykowanym kampaniom marketingowym, promującym wydarzenia odbywające się poza sezonem, np. poprzez kalendarze wydarzeń dostępne na stronach internetowych. Również tworzenie treści tekstowych i wizualnych opowiadających o regionie w mniej popularnym okresie turystycznym wpływa na zwiększenie zainteresowania turystów drugimi sezonami (choćby zmiana szaty graficznej strony internetowej z letniej na jesienną czy zimową).

#### Polepszenie sieci komunikacyjnej

Promowanie istniejących połączeń oraz zwiększenie ilości połączeń komunikacyjnych, w tym autobusów i pociągów, pomoże zwiększyć dostępność regionu i mniej uczęszczanych miejscowości.

## **Analiza danych i skuteczne reagowanie**

Należy prowadzić monitoring ruchu turystycznego, oraz określić nośność (carrying capacity) najbardziej zaludnionych miejsc i miejscowości. Powinny być również opracowane strategie radzenia sobie z przeludnieniem i jego wpływem na jakość życia mieszkańców.

## **ZINTEGROWANE DZIAŁANIA NA RZECZ ZMIAN KLIMATU**

W związku z wyzwaniem klimatycznymi i przyjętym "Regionalnym Planem Działań dla Klimatu i Energii dla Województwa małopolskiego", logicznym krokiem byłoby zatwierdzenie planu działań na rzecz klimatu w obszarze turystyki. Województwo małopolskie mogłoby dołączyć do sygnatariuszy Deklaracji z Glasgow w sprawie zmian klimatycznych i podjąć szereg działań

### **Dlaczego jest to ważne?**

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 CO<sub>2</sub> 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. Prawidłowo 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.

## **ZWIĘKSZENIE WIEDZY I ŚWIADOMOŚCI NA TEMAT TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ**

Na podstawie odpowiedzi respondentów wynika, że poziom wiedzy na temat turystyki zrównoważonej wśród osób odpowiedzialnych za rozwój turystyki i osób z branży turystycznej jest ograniczony. Znajomość podstawowych pojęć teoretycznych, globalnych standardów i dobrych praktyk z zakresu turystyki zrównoważonej jest konieczna dla dalszego rozwoju w tym kierunku.

### **Dlaczego jest to ważne?**

Posiadanie wiedzy na temat turystyki zrównoważonej umożliwi osobom odpowiedzialnym za rozwój turystyki na poziomie wojewódzkim i lokalnym podejmowanie bardziej efektywnych decyzji. Zrozumienie zasad i praktyk zrównoważonego rozwoju turystyki pozwala na uwzględnienie aspektów ekologicznych, społecznych i ekonomicznych w procesie planowania i podejmowania decyzji dotyczących rozwoju turystyki. Wiedza ta pomoże także tworzyć innowacyjne projekty i atrakcje, które przyciągną turystów poszukujących autentycznych

doświadczeń, zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Osoby odpowiedzialne za rozwój turystyki będą mogły także pełnić rolę liderów i wzorców dla innych podmiotów branży turystycznej oraz dla społeczności lokalnej. Posiadanie wiedzy na temat turystyki zrównoważonej pozwoli prowadzić szkolenia i podnosić świadomość wśród innych aktorów, w tym wśród przedsiębiorców, pracowników branży turystycznej i turystów, co przyczyni się do rozkwitu turystyki w regionie i przyniesie wiele korzyści dla wszystkich interesariuszy.

## Co można zrobić?

Poniżej kilka przykładowych działań, które pomogą zwiększyć wiedzę i świadomość na temat turystyki zrównoważonej:

### Organizacja szkoleń i warsztatów

Organizacja szkoleń i warsztaty dla osób pracujących w branży turystycznej oraz osób odpowiedzialnych za rozwój turystyki w województwie. Te szkolenia mogą dotyczyć globalnych kryteriów i zasad turystyki zrównoważonej, ekologicznego zarządzania miejscami turystycznymi, minimalizacji negatywnego wpływu turystyki na środowisko, odpowiedzialności społecznej biznesu, itp.

### Opracowanie materiałów edukacyjnych dla branży turystycznej

Przygotowanie i udostępnienie różnego rodzaju materiałów edukacyjnych, takie jak ebooki czy filmy, które przedstawiają zasady i korzyści turystyki zrównoważonej.

### Współpraca z lokalnymi partnerami

Nawiązanie współpracy z lokalnymi i regionalnymi organizacjami, stowarzyszeniami i przedsiębiorstwami, które są zaangażowane w turystykę zrównoważoną. Razem można organizować wydarzenia, inicjatywy społeczne i programy edukacyjne, aby zwiększać świadomość i promować praktyki zrównoważonej turystyki.

## PROMOCJA LIDERÓW TURYSTYKI ZRÓWNOWAŻONEJ

W destynacjach, w których świadomość na temat turystyki zrównoważonej jest niewielka, bardzo ważne jest, aby wspierać pionierów, czyli te podmioty, które aktywnie angażują się w działania proekologiczne i prospołeczne.

### Dlaczego jest to ważne?

Aktywne promowanie liderów turystyki zrównoważonej, takich jak hotele, biura podróży i atrakcje turystyczne, przynosi wiele korzyści zarówno dla samej destynacji turystycznej, jak i dla szeroko pojętej branży turystycznej. Promowanie liderów turystyki zrównoważonej stanowi inspirację dla innych podmiotów w branży turystycznej. Poprzez wyróżnianie tych podmiotów, destynacja turystyczna stawia wyraźny sygnał, że zrównoważony rozwój jest priorytetem. To motywuje inne podmioty do wdrażania podobnych praktyk, aby nadążyć za liderami i utrzymać konkurencyjność, co prowadzi do rozprzestrzeniania się praktyk



zrównoważonych na szerszą skalę. Z drugiej strony, promowanie liderów turystyki zrównoważonej pomaga w kreowaniu pozytywnego wizerunku destynacji turystycznej. Turystom coraz bardziej zależy na podróżach zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, a wspieranie i promowanie odpowiedzialnych podmiotów sprawia, że destynacja jest postrzegana jako atrakcyjne i odpowiedzialne miejsce do odwiedzenia.

## Co można zrobić?

Poniżej kilka przykładowych działań, które pomogą wypromować liderów turystyki zrównoważonej:

### Informacja w materiałach marketingowych

Promocja najbardziej ekologicznych i odpowiedzialnych społecznie hoteli, biur podróży i atrakcji turystycznych poprzez włączenie ich do oficjalnych przewodników i materiałów promocyjnych, oraz wyróżnienie ich na stronie internetowej regionu. Informacje o tych podmiotach powinny być wyeksponowane, aby przyciągnąć turystów, którzy poszukują zrównoważonych opcji podróży.

### Organizacja konkursów i nagród

Organizacja konkursów i nagród, które wyróżniają najbardziej ekologiczne i odpowiedzialne społecznie podmioty w branży turystycznej. Takie inicjatywy będą promowane szeroko, przyciągając uwagę turystów i wzbudzając ich zainteresowanie tymi podmiotami, a jednocześnie wzbudzą zainteresowanie i zdrową konkurencję wśród pozostałych przedsiębiorstw turystycznych.

### Produkty turystyczne w oparciu o najbardziej zrównoważone podmioty

Tworzenie nowych produktów i szlaków turystycznych, w których główną rolę grają podmioty, które praktykują zasady turystyki zrównoważonej. Dzięki temu, z jednej strony, w destynacji pojawią się unikalne produkty dla turystów, a z drugiej - wyróżnione zostaną te przedsiębiorstwa, które działają na rzecz ochrony środowiska, ochrony kultury i społeczności lokalnych.

## ROZWÓJ I PROMOCJA ZRÓWNOWAŻONYCH WYDARZEŃ

W regionie organizowanych jest kilkadziesiąt wydarzeń cyklicznych, od festiwali (np. Festiwalu Kultury Żydowskiej czy Krakowski Festiwal Filmowy) przez wydarzenia sezonowe (np. Światowy Dzień Śniegu, Kwietniowy Redyk) oraz religijne (podczas Wielkanocy i Bożego Narodzenia). Wydarzenia te przyciągają zarówno lokalnych turystów, jak i gości z terenu całej Polski i nie tylko. Województwo małopolskie może zaoferować unikalne i urokliwe miejsca na organizację wydarzeń i konferencji, takie jak zamki, pałace, malownicze tereny przyrodnicze i historyczne miasta. Wykorzystanie aktywów kulturowych w połączeniu z zasadami zarządzania środowiskowego mają potencjał stać się unikatową praktyką na skalę kraju dla sektora MICE i organizacji eventów kulturalno-rozrywkowych.

## **Dlaczego jest to ważne?**

Wdrażanie praktyk zrównoważonego rozwoju podczas organizacji festiwali i innych wydarzeń kulturalnych i biznesowych jest istotne z wielu powodów. W pierwszej kolejności, takie podejście wspiera ochronę środowiska naturalnego i redukcję negatywnego wpływu na planetę. Promowanie zrównoważonego rozwoju podczas wydarzeń sprzyja także edukacji i podnoszeniu świadomości społecznej na temat ekologii i odpowiedzialności społecznej. Organizacje festiwali i wydarzeń kulturalnych oraz biznesowych często współpracują z lokalnymi dostawcami, co przyczynia się do wsparcia lokalnej gospodarki. Produkty lokalne cieszą się także popularnością wśród uczestników wydarzeń. Zrównoważone festiwale i wydarzenia kulturalne stanowią także doskonałą okazję do budowania pozytywnego wizerunku województwa. Regiony, które angażują się w praktyki zrównoważonego rozwoju, są postrzegane jako odpowiedzialne i troszczące się o dobro wspólne. To przyciąga turystów, inwestorów i mieszkańców oraz podnosi prestiż regionu na arenie krajowej i międzynarodowej.

## **Co można zrobić?**

Organizacja zrównoważonych wydarzeń kulturalnych i festiwali opiera się na podejściu uwzględniającym równocześnie aspekty ekologiczne, społeczne i ekonomiczne.

### **Wybór lokalizacji**

Wybór miejsc, które są łatwo dostępne komunikacyjnie, co zmniejsza emisję CO<sub>2</sub> związaną z podróżami uczestników. Ponadto, lokalizacje powinny być przyjazne środowisku i infrastrukturalnie dostosowane do potrzeb wydarzenia.

### **Zrównoważona infrastruktura**

Dbałość o minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko poprzez stosowanie ekologicznych materiałów budowlanych, ograniczanie zużycia energii i wody, a także wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii, jeśli to możliwe.

### **Zarządzanie odpadami**

Promocja recyklingu, kompostowanie i minimalizowanie odpadów, szczególnie przedmiotów jednorazowych z tworzyw sztucznych. Wsparcie edukacji uczestników w zakresie segregacji i odpowiedniego postępowania z odpadami.

### **Transport**

Promocja środków transportu publicznego lub alternatywnych środków transportu, takich jak rowery, a także udogodnienia, takie jak stacje ładowania dla samochodów elektrycznych.

### **Społeczność lokalna**

Polityka zakupowa, która oddaje priorytet lokalnym firmom i dostawcom. Wsparcie działań charytatywnych i kulturalnych na rzecz społeczności.

### **Kultura i dziedzictwo**

Promocja lokalnej kultury i dziedzictwa poprzez współpracę z artystami, rzemieślnikami i artystycznymi projektami, oraz promocja kuchni regionalnej, co pomaga w zachowaniu unikalnej tożsamości regionu.

### **Edukacja i świadomość**

Wykorzystanie wydarzenia do edukowania uczestników na temat rozwoju zrównoważonego, odpowiedzialności społecznej oraz ekologii.

### **Zrównoważone menu**

Promocja zdrowych i ekologicznych opcji żywieniowych pochodzących z lokalnych źródeł i lokalnych dostawców.

### **Monitorowanie i raportowanie**

Po zakończeniu wydarzenia, opracowanie i publikacja raportu analizującego jego wpływ na środowisko i społeczność, który jest dostępny dla uczestników wydarzenia i pozostałych interesariuszy.

### **Promocja i marketing**

Komunikowanie działań proekologicznych i prospołecznych w trakcie promocji wydarzeń, np. poprzez strony internetowe, w materiałach promocyjnych i kampaniach marketingowych. Dedykowane kampanie marketingowe, które podkreślają ekologiczne aspekty oferty, pomogą przyciągnąć klientów o wysokiej świadomości środowiskowej, którzy są również gotowi zapłacić więcej znając, że destynacja spełnia odpowiednie standardy.

## **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 publikowanie późną jesienią.

Więcej informacji na temat konkursu można uzyskać na stronie internetowej:

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

## 4.3. Dobre praktyki

W ostatniej części niniejszego raportu przedstawione zostały przykłady dobrych praktyk turystyki zrównoważonej zrealizowanych w innych krajach. Mają one posłużyć jako inspiracja do działania i tworzenia ciekawych projektów i inicjatyw, które pomogą w zrównoważonym rozwoju turystyki w województwie małopolskim.



### 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 osiągnięciu 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:

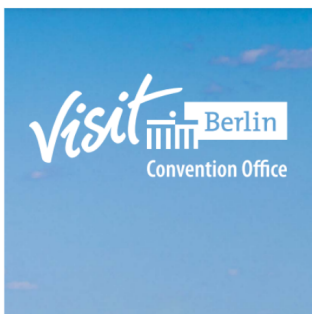
 <https://www.visitscotland.org/about-us/what-we-do/our-plans/destination-climate-action-plan>



## SUSTAINABLE MEETINGS BERLIN - ZRÓWNOWAŻONY SEKTOR MICE

Berlin chce stać się jednym z najbardziej innowacyjnych i zrównoważonych destynacji na organizację wydarzeń i konferencji. visitBerlin Convention Office zainicjowało program Sustainable Meetings Berlin, który ma na celu osiągnięcie tej wizji. Program obejmuje:

(1) Program certyfikacji: Opracowany został zestaw kryteriów, które powinny być spełnione przez firmy, które chcą współpracować z visitBerlin Convention Office i być przez Convention promowane. Program certyfikacji służy również jako wytyczne dla centrów konferencyjnych i organizatorów wydarzeń, którzy chcą być bardziej ekologiczni i odpowiedzialni społecznie. Kryteria certyfikacji były opracowane wspólnie z przedstawicielami branży, i oparte na krajowych i międzynarodowych standardach. Firmy, które przejdą certyfikację stają się Partnerami programu Sustainable Meetings Berlin, a ich profil trafia na platformę internetową.



Przykładowe kryteria certyfikacji obejmują:

- **Środowisko:** Organizacja posiada plan zarządzania energią, i stara się zwiększać udział energii odnawialnej.




- **Zarządzanie, Ryzyko i Zgodność z prawem:** Organizacja posiada strategię zrównoważonego rozwoju, która jest spójna z modelem biznesowym i strategią korporacyjną.
- **Społeczeństwo:** Organizacja świadomie zarządza zasobami ludzkimi, i dba o dobrostan pracowników.
- **Biznes:** Organizacja posiada standardy bezpieczeństwa we wszystkich obszarach swojej działalności.

(2) Platformę internetową dla organizatorów wydarzeń: Platforma po pierwsze umożliwia organizatorom wydarzeń łatwą identyfikację certyfikowanych dostawców. Zaliczają się do nich agencje, hotele, obiekty, usługi cateringowe, transport i obsługa techniczna. Po drugie, platforma służy jako baza wiedzy na temat organizacji zrównoważonych wydarzeń. Firmy znajdują tam wytyczne i dobre praktyki na ten temat.

(3) Spotkania i warsztaty: visitBerlin Convention Office stworzyły społeczność branżową, zainteresowaną w zrównoważonym MICE. W ramach społeczności, organizowane są szkolenia, spotkania i wymiana doświadczeń pomiędzy członkami.

Więcej informacji można uzyskać na stronach internetowych:

 <https://convention.visitberlin.de/en/sustain>

 [https://convention.visitberlin.de/sites/default/files/2022-03/visitBerlin\\_Sustainable-Event-Guidelines\\_EN.pdf](https://convention.visitberlin.de/sites/default/files/2022-03/visitBerlin_Sustainable-Event-Guidelines_EN.pdf)



## ZIELONE SZLAKI TURYSTYCZNE SŁOWENII

Słowenia jest liderem turystyki zrównoważonej w Europie. Kilka lat temu przyjęty został tam rządowy program wsparcia i certyfikacji destynacji i przedsiębiorstw turystycznych Slovenia Green, który ma na celu promowanie zrównoważonej turystyki i ochronę środowiska naturalnego. Jest to pierwszy kompleksowy program zrównoważonej turystyki na świecie, który został wdrożony na poziomie kraju. Aby zwiększyć rozpoznawalność destynacji i podmiotów uczestniczących w programie Slovenia Green, opracowano kilka tematycznych "zielonych szlaków turystycznych", które zapraszają turystów w najbardziej ekologiczne i odpowiedzialne społecznie miejsca i atrakcje Słowenii.





Wszystkie podmioty promowane w ramach tych produktów turystycznych uzyskały certyfikat Slovenia Green. Przykładami są:

- Slovenia's Green Gourmet Tourist Route, który zaprasza odwiedzających do najbardziej zrównoważonych i ciekawych gastronomicznie miejsc Słowenii.
- Slovenia Green Wellness Route to szlak, który zachęca miłośników przygód do połączenia wycieczek rowerowych, doświadczeń kulturowych z ofertą SPA i wellness.
- Bike Slovenia Green to pierwsza na świecie trasa rowerowa, która łączy tylko to destynacje, które otrzymały certyfikat zrównoważonego rozwoju.

Branża turystyczna często popełnia błąd promując turystykę zrównoważoną w sposób monotony, nudny lub „techniczny”. Poprzez “opakowanie” certyfikowanych destynacji i podmiotów w ciekawe i unikalne produkty turystyczne, Słowenia przyciągnęła uwagę mediów (o tych szlakach napisano w National Geographic, Lonely Planet i wielu innych światowej sławy magazynach), oraz samych turystów, dzięki czemu przyciągnęła więcej odwiedzających na tereny, które dbają o zrównoważony rozwój.

Więcej informacji można uzyskać na stronach internetowych:

 <https://www.slovenia-green.si/slovenia-green-routes/>

 <https://www.slovenia.info/en/business/green-scheme-of-slovenian-tourism>



## PROMOCJA MIĘKKIEJ MOBILNOŚCI - OFERTA "PARKÓW SZWAJCARSKICH"

Swiss Parks (Parki Szwajcarskie) to pozarządowa organizacja zrzeszająca obszary Szwajcarii o szczególnej wartości przyrodniczej, które dążą do zrównoważonego rozwoju regionalnego. Swiss Parks to organizacja zainicjowana oddolnie, przez społeczności lokalne, które są zainteresowane w:

- Ochronie przyrody, bioróżnorodności i transformacji energetycznej.
- Solidarności społecznej i integracji poprzez współpracę, podnoszenie świadomości na temat zrównoważonego rozwoju i wzmocnienie tożsamości regionalnej
- Tworzeniu produktów i łańcuchów dostaw, które będą wspierać rozwój gospodarczy regionu i pomogą mieszkańcom w zrównoważonym rozwoju ich działalności.



W tej chwili w sieć Parków Szwajcarskich wchodzi 20 obszarów, które blisko współpracują, promując zrównoważony rozwój i odpowiedzialne podróżowanie.

Aby zachęcić odwiedzających do korzystania z ekologicznych środków transportu, Swiss Parks stworzyła specjalną ofertę dla turystów:

**Bezpłatne przejazdy:** Odwiedzający, którzy zarezerwują trzy lub więcej noclegów w jednym z Parków-członków, mogą skorzystać z bezpłatnego biletu powrotnego środkami transportu publicznego.

**Zielone oferty:** Goście hotelowi wybranych Parków, którzy skorzystają z oferty pakietów turystycznych "Destination Nature" (Destynacja Natura), mogą skorzystać z bezpłatnego transportu publicznego przez dwa z siedmiu dni pobytu.

**Płacisz w jedną stronę, a powrót jest bezpłatny:** Uczestnicy wybranych wydarzeń muszą zapłacić tylko za bilet w jedną stronę. Po podstemplowaniu biletu przez organizatora wydarzenia mogą skorzystać z bezpłatnej podróży powrotnej.

**Współpraca Destination Nature:** Parki Szwajcarskie podjęły współpracę z przedsiębiorstwami transportu publicznego w ramach inicjatywy "Destination Nature", aby promować ekologiczne podróże i powolną turystykę. Ta współpraca na poziomie regionalnym i krajowym zachęca odwiedzających do pozostawienia samochodów w domu i przyczynienia się do zrównoważonego podróżowania.

Więcej informacji można uzyskać na stronie internetowej:

 [https://www.parks.swiss/en/visit\\_the\\_parks/mobility/](https://www.parks.swiss/en/visit_the_parks/mobility/)



## PROMOCJA ZRÓWNOWAŻONEGO WINIARSTWA, THE PORTO PROTOCOL

The Porto Protocol to inicjatywa międzynarodowa, której celem jest mobilizowanie branży winiarskiej i związanych z nią podmiotów do podejmowania działań w celu przeciwdziałania zmianom klimatycznym i promowania zrównoważonego winiarstwa. Inicjatywa została zapoczątkowana w 2018 roku podczas Global Wine Summit w Porto, Portugalii.



The Porto Protocol zaprasza producentów wina, ekspertów, naukowców, organizacje branżowe i inne zainteresowane podmioty do podjęcia konkretnych działań w zakresie zrównoważonego rozwoju. Inicjatywa skupia się na trzech głównych obszarach:

1. **Zmiany klimatyczne:** The Porto Protocol angażuje się w działania mające na celu ograniczenie emisji gazów cieplarnianych związanych z winiarstwem i promowanie działań adaptacyjnych wobec zmian klimatycznych. Inicjatywa promuje innowacje, takie jak stosowanie odnawialnych źródeł energii, efektywne zarządzanie wodą, zrównoważone praktyki rolnicze i redukcję emisji dwutlenku węgla.
2. **Zrównoważone winiarstwo:** The Porto Protocol dąży do promowania zrównoważonych praktyk w winiarstwie, które minimalizują negatywny wpływ na środowisko i społeczność. Inicjatywa zachęca do stosowania ekologicznych metod uprawy, minimalizacji stosowania pestycydów i nawozów, ochrony bioróżnorodności oraz edukacji w zakresie zrównoważonych praktyk.
3. **Partnerstwo i współpraca:** The Porto Protocol promuje współpracę i wymianę wiedzy między różnymi podmiotami branży winiarskiej, naukowcami, organizacjami pozarządowymi i innymi zainteresowanymi stronami. Inicjatywa zachęca do nawiązywania partnerstw, dzielenia się dobrymi praktykami i rozwoju rozwiązań zrównoważonych.

Celem The Porto Protocol jest tworzenie globalnej sieci zrównoważonych winiarzy i branżowych liderów, którzy będą działać na rzecz ochrony środowiska naturalnego, zrównoważonego rozwoju i przeciwdziałania zmianom klimatycznym. Inicjatywa zachęca do podejmowania konkretnych działań, monitorowania postępów i raportowania o wynikach, aby osiągnąć pozytywne zmiany w branży winiarskiej i przyczynić się do globalnych wysiłków na rzecz zrównoważonego rozwoju.

The Porto Protocol nie jest dobrą praktyką samą w sobie, ale zachęceniem lokalnej branży turystycznej i winiarskiej z województwa małopolskiego do zaangażowania się w międzynarodowe działania na rzecz zrównoważonego winiarstwa, co pomoże zwiększyć rozpoznawalność i budować wizerunek regionu w Europie. The Porto Protocol może również posłużyć jako inspiracja dla ciekawych projektów edukacyjnych i szkoleń, oraz źródło nowych kontaktów, które przyczynią się do rozwoju turystyki winiarskiej w województwie małopolskim.



**„Raport z wdrożenia standardów turystyki zrównoważonej w ” przeprowadzona została w ramach projektu „Inicjatywy, Współpraca. Turystyka zrównoważona” oraz konferencji o tej samej nazwie, która miała miejsce 2 października 2023 roku w Krakowie.**

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 zamkniętego. Nie ograniczamy się do głównych trendów, ale 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.

## Raport październik 2023

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

**Opracowanie i redakcja 2023 Anula Galewska, Travindy**

**Opracowanie graficzne 2023, Anastazja Szkarupa, Travindy**

**Kontakt: [pot.gov.pl](http://pot.gov.pl), [pot@pot.gov.pl](mailto:pot@pot.gov.pl)**

**Partner medialny: Dziennik Rzeczpospolita Serwis**



POLSKA  
ORGANIZACJA  
TURYSTYCZNA



WSPÓLPRACA  
INNOWACJE  
TURYSTYKA  
ZRÓWNOWAŻONA