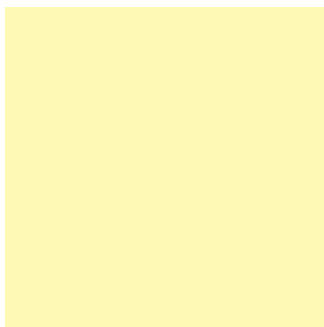




ghid online de
ecoturism

AUTORI GHID:

Capitolele 1-5:

LILIYA TERZIEVA – Lector și cercetător la Academia de Studii în Turism, din cadrul
Universității Breda NHTV a Științelor Aplicate, Olanda

Capitolul 6:

ANDREI BLUMER - Președinte, Asociația de Ecoturism din România

Capitolul 7:

CARMEN CHAȘOVSKI - Consultant turism, Conf. Dr. la Facultatea de Științe Economice
și Administrație Publică, Universitatea Ștefan cel Mare, Suceava

ANDREI BLUMER - Președinte, Asociația de Ecoturism din România



Material realizat în cadrul proiectului “**Ghidul
online de ecoturism**”, finanțat de Danube
Competence Centre și GIZ.



CUPRINS

1. EXEMPLE DE BUNE PRACTICI ÎN ECOTURISM - Prezentare generală și caracteristici

Exemple de bune practici în Europa

Exemple de bune practici la nivel mondial

Statistici privind destinațiile de ecoturism

2. DEZVOLTAREA PRODUSULUI ECOTURISTIC - De la planificare la durabilitate

FAZA I: Stabilirea scopului și obiectivelor misiunii

FAZA II: Inventarierea și analiza resurselor

FAZA III: Analiza pieței

FAZA IV: Resurse / încadrarea pe piață a produsului

FAZA V: Planul de dezvoltare generală

FAZA VI: Dezvoltarea produsului ecoturistic

FAZA VII: Strategia de marketing

FAZA VIII: Implementarea strategiei - planul de acțiune

3. POLITICA ORGANIZAȚIONALĂ ȘI STRUCTURI ÎN DOMENIUL MEDIULUI

- Legislația în ecoturism și reglementări

4. ARIILE PROTEJATE ȘI CONSERVAREA BIODIVERSITĂȚII - Potențialul de organizare a ecoturismului

5. MONITORIZAREA IMPACTULUI VIZITATORILOR ȘI MANAGEMENTUL SATISFACȚIEI CLIEȚILOR

6. POLITICA EUROPEANĂ DE CERTIFICARE ȘI CRITERIILE DE ECOTURISM

7. & 8. MANAGEMENTUL PENSIUNILOR - Bune practici în ecoturism

7.1. Spațiul public al destinației

7.1.1. Gunoii și eliminarea deșeurilor

7.1.2. Zonele verzi și spațiul public

7.1.3. Băncile și spațiile de repaos

7.1.4. Dotări specifice pentru bicicliști

7.1.5. Stațiile de autobuz

7.1.6. Drumuri și zone pietonale

7.1.7. Semnalizare și panouri de informații

7.2. Spațiul exterior al pensiunii. Curtea și grădina

7.2.1. Livingul exterior al unei pensiuni – grădina

7.3. Calitatea spațiului pensiunii

7.3.1. Spațiul de dormit. Dotare și amenajări specifice

7.3.2. Amenajarea băilor

7.3.3. Amenajarea spațiului public al pensiunii. Camera de zi.

7.3.4. Oferirea informațiilor de interes turistic

7.4. Servirea mesei în pensiunea turistică

7.5. Detaliile dau farmec întregului

7.6. Costurile afacerii

1.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI ÎN ECOTURISM

Prezentare generală și caracteristici



Ecoturismul este un sector al turismului, bazându-se pe experiența în natură și respectarea principiilor durabilității. Societatea Internațională de Ecoturism (TIES) definește ecoturismul ca fiind: “Călătoria responsabilă în zonele naturale, ce contribuie la conservarea mediului și la bunăstarea comunității locale”. Indiferent de ce definiție folosim, ecoturismul ar trebui să aibă un impact pozitiv atât pentru aria protejată cât și pentru comunitatea locală.

Ecoturismul reprezintă o formă de turism durabil, bazat pe experiența în natură, și care de regulă respectă un set de principii și bune practici. Adesea este considerat ca fiind un produs derivat al dezvoltării durabile datorită faptului că zonele ecologice fragile și ariile naturale pot fi protejate cu ajutorul banilor obținuți în urma desfășurării activităților de ecoturism. Într-adevăr, ecoturismul are drept scop promovarea conservării prin intermediul unui regim de management durabil în cadrul unei politici de „protejare prin folosire”, având ca obiectiv crearea unei industrii a turismului „verde” și creșterea gradului de conștientizare din punct de vedere ecologic și socio-cultural, precum și comportamentul turiștilor (Pforr, 2001).

De-a lungul vremii ecoturismul a fost definit de către mulți, iar cele mai multe definiții susțin că ecoturismul ar trebui să aibă impactul minim negativ asupra mediului și a patrimoniului cultural; cu alte cuvinte ar trebui să fie durabil. (Weaver, 2008).

- Spre exemplu, UNWTO (2001) definește ecoturismul ca:
- Forma de turism în care principala motivație a turiștilor este observarea și aprecierea naturii și a culturii tradiționale dominante în ariile naturale.
- Include partea de educare și interpretare.
- De regulă, dar nu exclusiv, se adresează grupurilor mici de oameni organizate de tur operatorii locali sau de micile afaceri de profil din zonă. De asemenea, tur-operatorii străini de diferite dimensiuni organizează/ promovează excursii pentru grupurile mici de vizitatori.
- Minimizarea impactului negativ asupra mediului natural și socio-cultural.
- Sprijină protecția ariilor naturale prin:
 - generarea de beneficii economice pentru comunitățile locale, organizațiile și autoritățile care susțin conservarea naturii;
 - crearea de locuri de muncă și oportunități de venituri pentru comunitățile locale și
 - creșterea gradului de conștientizare atât în rândul localnicilor cât și a turiștilor din necesitatea conservării valorilor naturale și culturale.



© Mihai Benea

Ecoturismul, ca o nișă de piață în turism, este considerat a fi una dintre cele mai rapide segmente de dezvoltare din industria turismului, cu mențiunea că interesul pentru ecoturism este în creștere de la 25% până la 30% pe an (Hassan, 2000; Jones, 2005; Pforr, 2001; Sharpley, 2006; Wood, 2002). Această cerere este alimentată, printre altele, de interesul turiștilor pentru experiențe în natură, medii curate și neaglomerate. Se poate argumenta că ecoturismul a fost îmbrățișat cu entuziasm de industria turismului înainte ca multe persoane să înțeleagă cu adevărat ce înseamnă acesta: ce tip de activități implică, cine participă, unde are loc, ce impact este acceptat, sau cum poate fi acesta gestionat optim (Weaver, 2008). Deși există numeroase criterii și linii directoare care au fost dezvoltate pentru a ghida operatorii, acestea sunt adesea dificil de identificat, și necesită un angajament financiar sau o autorizație, și/sau oferă pur și simplu o listă cu exemple de “Așa da, Așa nu” pentru operatori.

Ecoturismul este acea parte a turismului durabil care face referire la vizitarea zonelor naturale relativ neatinse, inclusiv a ariilor protejate. S-a estimat că 15-20% din turismul internațional ar putea fi clasificat ca ecoturism. Rata anuală de creștere de 15% a activităților ecoturistice și a altor activități turistice bazate pe natură este mai mare decât cea a multor alte segmente din turism.

Prin definiție, ecoturismul este un instrument de conservare a resurselor naturale și culturale (și a biodiversității) și un instrument pentru dezvoltarea durabilă a comunităților locale, în special în zonele rurale. Nu există nicio diferență absolută între ecoturism și alte forme de turism; mai degrabă diferitele tipuri de turism fac parte dintr-un tot continuu. Provocarea celor care realizează strategii de planificare pe baza biodiversității și a turismului este să potrivească tipul adecvat de turism cu așteptările părților interesate și cu capacitatea de includere a terenurilor, culturii și comunităților. În realitate, mulți turiști combină ecoturismul cu activități turistice convenționale. Crearea unei conexiuni între tipurile de turism poate să introducă și să atragă mai mulți turiști conservatori ai practicilor de ecoturism.

Cei care realizează strategii cu privire la conservarea biodiversității ar trebui să se concentreze asupra ecoturismului ca un aliat important în atingerea celor trei obiective principale ale CBD. Oare resursele biodiversității atrag în principal un ecoturist într-o destinație, sau folosirea resurselor de acest gen reprezintă de fapt un fals consum. Prima sarcină a celor care realizează strategii în biodiversitate, și a administratorilor de arii protejate, care intenționează să deschidă

o afacere în ecoturism, ar trebui să fie inventarierea atracțiilor ecoturistice identificate în zona aleasă. Acest lucru nu este identic cu o inventariere pur biologică – conservarea biodiversității într-o arie protejată poate să nu fie neapărat o perspectivă viabilă în ecoturism.

Atracțiile ecoturistice dintr-o posibilă destinație de ecoturism pot fi împărțite în trei categorii:

- (I) atracții centrale sau emblematice (care pot oferi principalul motiv de vizitarea a zone)
- (II) atracții complementare (care dau un plus de valoare zonei și încurajează turiștii să aleagă un sejur mai lung) și
- (III) atracții suport (activități sportive și servicii turistice găsite în acel loc)

Primele două categorii corespund patrimoniului natural și cultural al zonei. Ultima categorie contribuie la creșterea vizitelor turistice în zonă. Un inventar în ecoturism nu este echivalent cu un inventar științific exhaustiv a tuturor resurselor biodiversității dintr-o anumită zonă. Mai degrabă, reprezintă o selecție a celor mai atractive elemente de biodiversitate, sau „care vând” aceste resurse și alte componente naturale și culturale ale zonei. Inventarul ar trebui să fie baza activităților de promovare, pentru că în cele din urmă, aceasta vor contribui la conservarea mediului înconjurător.

În mod ideal, cele mai bune practici de dezvoltare a destinațiilor de ecoturism ar trebui să răspundă la mai multe criterii, printre care:

- conservarea diversității biologice și culturale prin protejarea ecosistemului
- promovarea utilizării durabile a biodiversității, prin oferirea de locuri de muncă în comunitatea locală
- schimbul de beneficii socio-economice între comunitățile locale și băștinași având acordul acestora și participarea la coordonarea întreprinderilor în ecoturism
- turism de observare a resursele naturale neatinse devine o preocupare prioritară și implică un impact minim negativ asupra mediului.
- minimizarea impactului turismului în sine asupra mediului
- accesibilitatea și evitarea risipirii resurselor sau a luxului
- principalele atracții ar trebui să fie cultura locală, flora și fauna



© Dragoș Florescu



Exemple de bune practici în Europa



1. AUSTRIA

Cele șase parcuri naționale existente în Austria acoperă un total de 2356 km pătrați, reprezentând 2,8 la sută din teritoriul țării, iar două dintre acestea traversează granița țărilor vecine. Valea Thayatal, situată în partea de nord a Austriei de Jos, care a fost inițial împărțită de Cortina de Fier, formează un parc național întins pe suprafața Austriei și a Republicii Cehe. O dată cu declararea acestuia parc național s-a adus o contribuție multinațională la dezvoltarea durabilă, ce reprezintă un exemplu distins de reunire a două foste continente separate (Nationalparks Austria 2004).

În ultimii ani, Austria a înființat parcuri naționale, care sunt cu siguranță locuri moderne și adecvate pentru politicile austriece de conservare a naturii. Situația actuală și reputația internațională a parcurilor naționale austriece se bazează parțial pe trei principii:

- „Contract de voluntariat cu proprietarii de pământ 10
- Compensație adecvată pentru neajunsurile economice
- Să se acționeze în conformitate cu criteriile internaționale pentru categoriile IUCN - zona protejată de categoria a II a - parc național”¹¹

Asemenea principii se pot observa la bază dezvoltării parcului național austriac, care garantează respectarea standardelor de calitate iar proprietarii de terenuri, locuitorii și organizațiile regionale de mediu pot fi implicate în planul de management.

Parcurile naționale joacă un rol important în diminuarea contracarării intereselor localnicilor, politice și turistice. Un plan de management al vizitatorilor adecvat parcurilor naționale este în măsură să demonstreze că politica de conservare a naturii poate îmbina cu succes activitățile turistice. Parcurile naționale din Austria au recunoscut că mediul, natura și ecosistemele pot sta la baza dezvoltării turismului modern, deoarece există o cerere în creștere pentru activitățile recreative în peisajele neatinse și bogate în elemente de biodiversitate. Deși, în Austria există încă o atitudine sceptică în rândul cetățenilor vizavi de dezvoltarea turismului modern, în ultimii ani a crescut acceptarea proiectelor derulate de parcurile naționale. Această schimbare de atitudine, într-un mod pozitiv, este stimulată de colaborarea dintre conducerea parcurilor naționale și asociațiile naționale de turism, fiind văzută ca o dezvoltare favorabilă și

participativă. În Austria, aproape fiecare grup care se preocupă de serviciile oferite de parcurile naționale sau de dezvoltarea turismului durabil tinde să recunoască îmbunătățirea imaginii parcurilor naționale, iar integrarea în strategia de dezvoltarea a turismului regional este văzută ca obiectiv principal, care trebuie să fie atins (Wirtschaft und Bundesministerium für Arbeit 2011a).

2. SUECIA

Asociația de Ecoturism din Suedia definește „ecoturismul” ca „explorarea, întâlnirea localnicilor, și plăcerea de a te aventura”. Acest lucru este foarte diferit de definiția oficială a UE, care include managementul durabil, contribuțiile active la conservarea, interpretarea patrimoniului natural și cultural, precum și implicarea comunității locale. „Nature`s Best” este unul din primele sisteme de certificare în ecoturism din lume. În spatele acestui sistem de certificare se află în primul rând Asociația de Ecoturism din Suedia, în colaborare cu Swedish Travel și Consiliul de turism suedez. „Nature`s Best”, acesta având două obiective principale: să contribuie la creșterea calității ecoturismului din Suedia, și să aducă un plus semnificativ la cantitatea cererilor de ecoturism pe piață. Scopul principal este realizarea unui sistem de certificare bine cunoscut în ecoturism, care apără, atât valorile etice, cât și experiențele de înaltă calitate în vizitarea unei destinații. Aceasta este o etichetă care speră să poată direcționa alegerea clienților Travel Choice spre tur-operatorii din ecoturism. Este o etichetă care speră să determine operatorii din ecoturism să ajungă la o calitate superioară, ca acțiunile lor să devină cât mai favorabile mediului și ca acestea să se desfășoare cu acordul comunității locale. În acest sens, „Nature`s Best” contribuie la conservarea naturii și la dezvoltarea durabilă a destinației. De asemenea, contribuie la păstrarea valorilor culturale și în același timp, susține dezvoltarea economiei locale și comerțul echitabil cu servicii și produse locale.





Care sunt beneficiile sistemului de certificare Nature`s Best în ecoturism?

- ajută turiștii să găsească excursii care oferă experiențe deosebite în mediul natural și cultural;
- garantează o calitate înaltă a serviciilor;
- contribuie la conservarea naturii, este prietenos cu mediul și apără valorile culturale.
- este mai ușor pentru tur-operatorii care au servicii certificate să găsească clienții.
- contribuie la creșterea calității și a cererii de ecoturism;
- are forma unei garanții pentru client, și răspunde direct la întrebările legate de tur;
- pentru tur-operatorul certificat devine mai ușor să comunice problemele de mediu către alți factori interesați din turism, în special partenerilor de afaceri din țările străine, proprietarilor de terenuri, autorităților și oamenilor implicați din exterior;
- creșterea motivației muncii în rândul personalului;
- devine un instrument de promovare și marketing pentru toți tur-operatorii autorizați;
- este o condiție prealabilă pentru realizarea unor canale comune de marketing în ecoturism;
- realizează o rețea inovativă de tur-operatori în ecoturism;
- conduce la dezvoltarea de produse inovative, noi și tradiționale;
- va crește cererea de ghizi specializați în natură;
- în viitor va putea fi asociat sau va putea colabora cu alte sisteme de certificare recunoscute (WWF Arctic-LINKS, Green Key, NEAP);

3. ELVEȚIA

Chanaz este un orașel cu numai 500 de locuitori situat lângă canalul Savière, care face legătura între lacul Bourget și râul Rhone. Chanaz se bucură de un bogat patrimoniu natural și cultural, și în prezent atinge un boom în turism, cu peste 150.000 de vizitatori pe an. Este situat și în drumul spre locul de pelerinaj Saint Jacques de Compostelle. Domnul Husson a fost primarul orașului Chanaz vreme de 30 de ani și încă de la începutul carierei sale s-a implicat în dezvoltarea durabilă. Portul turistic al orașului a atins capacitatea maximă (115 de locuri), iar locurile de cazare au devenit insuficiente și nu pot acoperi nevoia de cazare pentru grupuri. De vreme ce în zonă nu a venit niciun investitor să remedieze această situație, consiliul local a decis să construiască un lac artificial care să contribuie la creșterea calității unităților de cazare.

„Noul” port turistic se întinde pe suprafața a 7200 de metri pătrați, crescând capacitatea portului de agrement cu 48 de inele. Opt cabane (cu 50 paturi) vor fi construite în conformitate cu legislația de mediu (eficiență maximă a standardelor de mediu), și vor respecta stilul arhitectural local. Calitatea apei va fi monitorizată cu scopul de a preveni poluarea.

Căbănușele vor fi încălzite pe bază de energie solară, aplicând măsurile de economisire a energiei și a apei. În fazele de construcție și de funcționare vor fi implicați factorii interesați din comunitatea locală.

Activitățile oferite vor fi prietenoase cu natura, nepoluante: mers cu bicicleta, caiac-canoe, role și pescuit.

Oferta actuală de cazare este suficientă atât pentru familii și pelerini, cât și pentru grupuri. Numărul așteptat de vizite ar trebui să fie parțial determinat de creșterea turismului durabil în zonă.

În Chanaz s-au aplicat principiile dezvoltării durabile vreme de 20 de ani, și acest lucru s-a întâmplat datorită viziunii dlui primar Husson. Panourile solare au fost instalate în spatele zonei de camping în 1984, la școală se folosește un sistem de încălzire cu peleți, patrimoniul orașului este în curs de restaurare, se oferă ajutor financiar pentru locuitorii care folosesc energiile regenerabile și se iau măsuri de economisire a apei (monitorizarea consumului de apă), etc.

Orașul se află lângă canalul Savière. Acest canal formează un punct nodal între râul Rhone și lacul Bourget. Datorită acestei așezări privilegiate din punct de vedere geografic, orașul Chanaz este un partener cheie pentru turismul din zona lacului Bourget. Cu o cultură durabilă și cu o bună poziționare geografică, orașul Chanaz este inclus în mai multe rețele, schimburi de experiență, evenimente de promovare.





4. ITALIA

„Ecomuseo Cusius” este un proiect inovativ ce vizează protecția și îmbunătățirea infrastructurii de mediu prin realizarea „unui muzeu în aer liber”. Este un veritabil instrument de promovare a istoriei, culturii și a tradițiilor locale, fiind o mărturie a patrimoniului local, care încearcă dezvoltarea economică prin acțiuni specifice, ce au un impact minim asupra mediului.

Ecomuseo Cusius este un proiect multicultural ce cuprinde mai multe muzee, ateliere de lucru, grădini botanice și itinerarii situate în jurul lacului Orta de pe valea Strona și de-a lungul Muntelui Mottarone. Legătura dintre temele expuse și varietatea locurilor prezentate va stârni curiozitatea vizitatorilor de a explora fiecare aspect cultural, natural și artistic a terenului din jurul lacului Orta, inclusiv de a cunoaște ocupațiile și meșteșugurile locale, având ca rezultat trăirea unei experiențe unice, identică cu viața și tradițiile din Cusio, ce oferă vizitatorilor o perspectivă asupra caracteristicilor geografice ale acestei zone liniște și fermecătoare, precum și a oportunităților existente.

Proiectul Ecomuseo are ca principale teme de dezbatere „Omul și mediul” (de exemplu, Muzeul Girolago, Grădinile botanice Alpinia și Centrul Natural Agricol), „Patrimoniu cultural și de artizanat” (spre exemplu: ateliere meșteșugărești, secția etnografie cu instrumente de suflat, umbrele și parasolare, producerea robinetelor și tehnologie), „Artă și istorie”, și așa mai departe.

Două exemple:

- **Grădinile botanice “Alpinia”**

Grădinile botanice “Alpinia” înființate în 1934 se întind de la poalele Muntelui Mottarone, de unde puteți admira o panoramă fascinantă, care dezvăluie Alpii, lacurile înconjurătoare și câmpiile. Grădinile cu cele mai multe premii sunt casa pentru o colecție bogată de plante alpine erbacee, dintre care unele nu mai cresc natural în sălbăcie. O vizită la “Alpinia” este o șansă de a cunoaște și de a aprecia nu o vastă selecție a speciilor botanice găsite în Alpi, precum și o serie de plante exotice.

- **Centrul natural „Alpe Selviana”**

Așezat în inima dealurilor împădurite din Mottarone, în apropierea cascadei Pescone River, “Alpe Selviana” era odată o pășune alpină abandonată, care a fost transformată într-un centru agricol bazat pe agricultura ecologică și pomicultură. De asemenea, centrul are și o funcție educațională, oferind oamenilor un exemplu sustenabil

a schimburilor avantajoase dintre om și natură; activitățile umane se desfășoară în armonie cu natura și nu afectează mediul. În plus, centrul organizează și vizite un laborator de microscopie și un mic muzeu care expune descoperirile locale.

Ecomuseo Cusius acoperă diferite tipuri de turism (cultural, de recreere), pentru toate persoanele interesate (cercetători, studenți) de turismul durabil și patrimoniul cultural al zonei.

Înființarea unei asociații a adus laolaltă o varietate de factori interesați (muzee, localnici, autoritățile locale ...) care au în comun dorința de a schimba ceva. Aceștia lucrează din răspuți pentru a face din Ecomuseo Cusius o inițiativă de succes și pentru a proteja legătura dintre om și mediu.

În multe țări, ecoturismul nu este pur și simplu o acțiune limită ce contribuie la protecția mediului, dar este și o industrie importantă a economiei naționale. Spre exemplu, în Canada, Costa Rica, Ecuador, Nepal, Kenya, Madagascar, și Antarctica, ecoturismul reprezintă o parte semnificativă din produsului intern brut și activitatea economică.



EXEMPLE DE CELE MAI BUNE PRACTICI ÎN ECOTURISM LA NIVEL MONDIAL



Canada - “Parteneriate: Drumul spre succes!” - Excursion Mauricie -

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI - ANALIZA SITUAȚIEI

Până la mijlocul anilor 1980, sectorul regional al cazărilor din regiunea Mauricie a Quebecului a fost mai întâi format din hoteluri care au atras lucrătorii din Québec, ce aveau foarte puțin timp să-și petreacă activitățile recreative turistice. În vremea aceea, regiunea era cunoscută doar la nivelul unei „escapade” prin zonă. Sectorul de turism din Mauricie a cunoscut o dezvoltare rapidă la începutul anilor 1990. S-au înființat câteva hanuri și unități B&B, administrate de către proprietarii competenți și cu viziune. Noile sosiri au oferit perspective promițătoare de dezvoltare.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI - DEFINIREA PROBLEMEI

Mauricie este un teritoriu în care natura și cultura coexistă. Lacurile și pădurile au așteptat să fie descoperite. Reputația ghizilor locali specializați pe activitățile în aer liber nu a fost exagerată. Odată cu apariția regimului feudal în Noua Franță, meșteșugari locali au devenit maeștri în explorarea zonelor nelocuite și în construcția de caiace, iar faima lor a trecut dincolo de granițe. Dar cum pot aceste avantaje și bogățiile naturale să fie puse la dispoziția clientelei turistice?

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – FACEȚI PROPRIA DVS. ANALIZĂ DE PIAȚĂ

Cu ajutorul cercetării statistice și prin discuții cu proprietarii de hanuri și cei care oferă servicii B&B am dezvoltat treptat o imagine reală a pieței, inclusiv numărul de turiști care se cazează în hanuri și B&B-uri, numărul de înnopțări, numărul celor care revin, modalitatea de transport, precum și activitățile pe care le practică.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – ALEGEȚI O METODĂ DE OPERARE

Odată ce datele au fost analizate, am decis să dezvoltăm o afacere bazată pe pachete turistice de o zi pentru grupuri mici, de până la opt persoane, ce oferă canoe, trasee de bicicletă sau de drumeție, cu echipamente și prânz inclus. Clienții vor fi abordați în mod direct în locul în care sunt cazați, și unde vor fi aduși înapoi în jurul cinei. Acestora li se va pune la dispoziție un camion confortabil cu patru roți, prevăzut cu o remorcă pentru caiace și biciclete, astfel încât să aibă într-adevăr sentimentul de aventură de îndată ce au plecat.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – APLICAREA UNEI CERCETĂRI DE PIAȚĂ PENTRU ÎNFIINȚAREA UNEI AFACERI

Un studiu de piață ne-a permis să identificăm clientela europeană care stă în B&B-urile regiunii cu 85% populație francofonă. Acest tip de turiști călătoresc în grupuri foarte mici, fie în cuplu sau în familie, și adoră spațiile larg deschise. Un parteneriat cu proprietarii B&B-urilor a fost, prin urmare, calea cea mai directă de a avea acces spre această clientelă.

Avantajul care a făcut ca promovarea noastră să fie eficientă a fost contactul direct al proprietarului

de B&B-uri cu clienții săi în timpul micului dejun. Aceștia au avut timpul necesar să prezinte avantajele unei excursii și să descrie avantajele unei excursii cu ghid pentru cei care sunt sensibil și deschiși spre natură.

În același timp, proprietarii B&B-urilor creează o impresie mai bună despre proprietatea lor și despre ei înșiși, permițând clientului să experimenteze și să împărtășească o aventură incitantă înainte și după excursie. Aceștia oferă clienților posibilitatea de a sta o noapte la proprietatea lor, să servească masa, să viziteze regiune, și să le arate că Mauricie are multe de oferit. Atunci când clienții merg la Gaspé sau în alte zone mai îndepărtate, aceștia sunt de cele mai multe ori în grabă. Peste noapte aleg să se cazeze la un han și le-ar plăcea să meargă într-o excursie, dar nu au suficient timp. Noi nu vrem să forțăm clienții. În cazul în care la întoarcere aleg aceeași rută, atunci îi încurajăm să petreacă mai mult timp în zonă, și dacă programul le permite să aleagă și o excursie.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – IDENTIFICAREA CLIENTELEI

Clienții Baby Boomer:

Creșterea rapidă a vârstei grupului, de la pensionari tineri cu vârsta de 50 de ani și peste reprezintă o nișă de dezvoltare, care poate avea succes atâta vreme cât activitățile desfășurate răspund la nevoile acestui grup, se oferă o experiență autentică, și există o implicare comună între ghid și client. Nivelul de experiență a clientului într-un mediu în aer liber va trebui să fie evaluat și acest lucru necesită un profesionist care să dezvolte activități de înaltă calitate personalizate.

Copii paraplegici:

Este important să oferim tuturor posibilitatea de a experimenta și a se bucura de natură. În Mauricie s-au dezvoltat metode care să faciliteze accesul copiilor paraplegici în natură. Spre exemplu, în timpul excursiei pe un râu lin, ambarcațiunile speciale de canoe în Rabaska oferă siguranță garantată, căști de protecție, și un număr ridicat de ghizi.

Oferta Excursion Mauricie se adresează copiilor cu dizabilități, în colaborare cu asociația Kéroul (asociația din Quebec pentru persoanele cu nevoi speciale).

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – PROMOVAREA AFACERII DVS PRIN INTERMEDIUL PARTENERILOR

Excursion Mauricie are încheiate parteneriate cu localnici și alte întreprinderi. Partenerii activi includ 21 de proprietăți de cazare reprezentând 550 de camere în zonă, și 517 locuri în Parcul Național Mauricie:

Unități de cazare:

- 11 B & B (Bed&Breakfast)
- 10 Hanuri / Hoteluri

Zonă de campare:

- 517 locuri de campare în Parcul Național Mauricie. Am pus bazele propriei afacerii prin promovarea produselor noastre prin intermediul hanurilor.

Cum facem asta?

- Includem o casetă de promovare a Excursiilor Mauricie în broșura B&B pe care o distribuim gratuit;
- Proprietarii B&B oferă turiștilor un servicii de informații călătorie pentru ca aceștia să se familiarizeze cu activitățile de aventură și cu locurile spre a fi la curent cu ultimele informații legate de produs;
- Un parteneriat cu proprietarii de B&B-uri care o să-și promoveze produsele prin accesarea rețelelor de informare internaționale. De exemplu, încă de acum patru ani, cinci unități de tipul B&B din Trois-Rivières au fost incluse în paginile faimosului ghid european Ghide du routard;
- Un dineu anual organizat de către „Excursion Mauricie” într-o fabrică de producere a zahărului unde se va discuta cu unsprezece proprietari de B&B despre oferta de produse de vară.

Beneficiile mutuale ale parteneriatelor

„Excursion Mauricie” a încheiat un parteneriat dinamic cu Parcul Național Mauricie bazat pe pachete de aventură, extinzând gama de servicii oferite de parcul național. Acesta este un parteneriat avantajos pentru ambele părți; Parcul Național Mauricie putând oferi produse celor de la Excursion Mauricie, iar Excursion Mauricie atrăgând în parc vizitatori. De asemenea, prin prisma parteneriatului cu Excursion Mauricie, Parcul Național poate să atragă vizitatori noi. În final, clientul este cel care are cel mai mult de câștigat deoarece acesta se bucură de o experiență mai diversificată decât cea care poate fi oferită de un singur partener.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – CUNOAȘTEȚI AFACEREA PARTENERULUI DVS

Pentru ca parteneriatul să fie de succes este necesar ca fiecare partener să cunoască punctele tari, oportunitățile și amenințările afacerii desfășurate de asociat. De exemplu, parcul național are o capacitate limitată în ceea ce privește oferta pachetelor de aventură, din cauza bugetului redus și a personalului insuficient. Excursion Mauricie a fost în măsură să privească acest lucru ca pe o oportunitate creării unei alianțe de a extinde experiențele și serviciile oferite vizitatorilor parcului. De asemenea, este important **să înțelegeți filozofia de funcționare a partenerului dvs.** Pentru parcul național, a fost important ca Excursion Mauricie să înțeleagă principiile de conservare și să arate că este un tur operator profesionist. Ambii parteneri sunt de părere că parteneriatul lor este o modalitate unică de a furniza oferte complementare, mai degrabă decât să concureze pe aceeași piață.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI - INVESTIȚII ÎN PARTENERIATE PE TERMEN LUNG

Dezvoltarea unui parteneriat solid este o inițiativă pe termen lung. Parteneriatele nu se consolidează peste noapte. În cazul în care încercarea de a dezvolta un parteneriat eșuează în primă fază, nu renunțați și fiți perseverenți ! Lucrați împreună cu posibilia dvs. parteneri ca să vă dați seama de nevoile celuilalt și să găsiți modul în care puteți colabora la dezvoltarea unei afaceri puternice.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – PARTENERIATELE PRODUCTIVE SE BAZEAZĂ PE ÎNCREDERE ȘI COMUNICARE

Parteneriatul dintre Excursion Mauricie cu sectorul de cazare din regiune este unul profitabil. De exemplu, Excursion Mauricie înregistrează 500 de nopți în plus de cazare față de o altă afacere

individuală în turism. Toate afacerile au o filosofie comună și un respect reciproc, ceea ce conduce la un parteneriat de succes.

Parteneriatul cu Hanul Baluchon: - Calitatea partenerilor: un semn de reușită!

Excursion Mauricie a început colaborarea cu Hanul Le Baluchon în 1995, oferind servicii de ghidaj de către furnizarea de servicii de ghid și skidoo pentru grupurile de europeni care alegeau să-și petreacă sejurul de Crăciun la ei. Pensiunea Le Baluchon a încheiat un parteneriat de afaceri formal cu Excursion Mauricie atunci când aceasta a devenit conștientă de standardele înalte de calitate și expertiză stabilitate și profesionalism a afacerii noastre. Parteneriatul presupune: Excursion Mauricie are un centru de închiriere de echipamente de aventură și servicii de ghidaj oferite de Le Baluchon. Excursion Mauricie este recunoscută datorită standardului ridicat de calitate oferit în cadrul activităților în aer liber, asigurând și promovare eficientă prin intermediul website-ului. Excursion Mauricie nu putea oferi singură aceste servicii. La început, Le Baluchon oferea echipamentele ce erau mai apoi concesionate de Excursion Mauricie. Atunci când popularitatea relației a condus la un flux masiv de turiști pe timpul verii, Excursion Mauricie s-a oferit să cumpere toate echipamentele în aer liber pentru a avea propriul stoc de echipamente. Mai târziu parteneriatul a devenit unul formal cu Le Baluchon care a fost mai apoi întărit și consolidat printr-un contract între cele două părți. În esență, parteneriatul este foarte important deoarece acum oaspeții pot beneficia de mai multe servicii iar Le Baluchon este capabil să funcționeze mai mult ca o destinație de unde se pot închiria echipamente (de exemplu, caiace, biciclete, canoe, schiuri, rachete de zăpadă), incluse în prețul de cazare. Excursion Mauricie oferă, de asemenea, clienților o serie de excursii de aventură cu ghid și închirieri de snowmobile contra cost. Parteneriatul a dus deopotrivă la o creșterea semnificativă a cererii de cazare la pensiuni, ceea ce a însemnat pentru Excursion Mauricie un număr constant de clienți pe tot parcursul anului.

Excursion Mauricie a avut și alte avantaje, printre care:

- Nu trebuia să plătească chirie pentru chioșcul de închiriat echipamente de aventură;
- O vizibilitate mai bună, deoarece pensiunea este așezată într-o zonă foarte circulată și toți clienții care merg la han trec pe lângă centrului;
- Echipamentul pentru activitățile în aer liber este amplasat central pentru a facilita accesul spre alte situri, este mai ușor de supravegheat, inventarierea durează mai puțin, procesul de întreținere este mai eficient.

Detalii cu privire la acordul dintre Excursion Mauricie și Pensiunea Le Baluchon

Acordul de parteneriat dintre Excursion Mauricie și pensiunea Le Baluchon Country prevede următoarele:

- Prin intermediul Excursion Mauricie sunt puși la dispoziția pensiunii Le Baluchon ghizi calificați care trebuie să muncească 300 zile/an la tururi ghidate și la chioșcul de închiriat echipamente.
- Un mic cost suplimentar se percepe pentru fiecare noapte de cazare la pensiune, ceea ce compensează cheltuielile asociate cu închirierea echipamentelor și asigură menținerea capitalului în sit. (Acest procent suplimentar este perceput chiar dacă clientul utilizează echipamentul sau nu, fiind inclus în tariful camerei.)

Acest cost suplimentar include:

- Acoperirea costurilor fixe ale Excursion Mauricie;
- Înlocuirea frecventă a echipamentelor pentru a menține calitatea;
- Prezența unei persoane în sit 300 de zile pe an;

- Ghizii specializați loiali afacerii.

Astfel, comisioanele încasate din activitățile ghidate oferite altor clienți decât celor care sunt cazați la Le Baluchon revin tot aici.

Într-un mod similar, Excursion Mauricie colaborează cu ceilalți 20 de partenerii ai săi care furnizează servicii de cazare pentru a le oferi clienților lor excursii ghidate. Aceste excursii sunt operate în întreaga regiune și includ preluarea clienților spre și dinspre hotelurile respective. În schimb, aceste unități de cazare pot primi un comision.

Partenerii care lucrează la Le Baluchon – Colaborarea zilnică

Parteneriatul cu pensiunea Le Baluchon presupune colaborarea zilnică cu personalul angajat. Spre exemplu, personalul de la pensiune informează oaspeții cu privire la activitățile în aer liber disponibile în zonă, iar atunci când ghizii lipsesc temporar, aceștia însoțesc turiștii la chioșc pentru a le înapoia echipamentele. Îngrijitorii și personalul de serviciu lucrează în strânsă colaborare cu administrația chioșcului pentru a se asigura că infrastructura, potecile și portul fluvial sunt întotdeauna ușor accesibile și în condiții de siguranță, fiind întotdeauna bine informați cu privire la condițiile meteorologice. De asemenea, îngrijitorii grajdurilor și cailor oferă un serviciu de transfer de transport de cai pentru clienți în anumite situri pentru ca aceștia să desfășoare anumite activități de iarnă precum patinaj sau schi fond. Există, de asemenea, o relație complementară între tur-operatorii de turism de aventură din regiune. Atunci când un produs nu este furnizat de un operator, aceștia își vor informa clienții cu privire la ce se poate practica în zonă, activități ca alpinism, rafting, ture cu caiacul pe mare, etc. și trimiterea lor spre cei care furnizează aceste servicii.

Alte exemple de bune practici - Ce ne diferențiază

CELE MAI BUNE PRACTICI - PERSONALIZAȚI-VĂ EXPERIENȚELE LA PIETELE DVS.

Excursion Mauricie oferă servicii de catering pentru familii. Spre exemplu, aceste servicii sunt diferite prin:

- Interpretarea adaptată clientelei, în acest caz familiștilor (ghidul adaptează tehnicile de interpretare în funcție de nivelul de interes al copiilor și părinților)
- Libertatea de mutare pentru părinți
- Nivel ridicat de siguranță și calitatea echipamentelor
- Ușurință în observarea faunei și florei

Exemple:

- Când oferim servicii de catering pentru o familie, de regulă lăsăm copii în grija ghidului într-un caiac. Ghidul se îngrijește de siguranța copiilor, creează o atmosferă destinsă și le povestește despre floră și faună, folosind un vocabular adecvat vârstei lor. Astfel, părinții au șansa de a văslui într-un alt caiac, imediat în spatele copiilor. Acest lucru oferă posibilitatea părinților de a aprecia și de a experimenta natura, relaxându-se și admirând împrejurimile, în timp ce ghidul are grijă ca excursia copiilor să fie una de neuitat. Această planificare convine atât părinților cât și copiilor

care sunt pe deplin mulțumiți și recunoscători pentru experiența avută.

- Într-un alt exemplu, Excursion Mauricie propune un model inovativ de maximizare a excursiilor cu câțiva clienți. În asemenea ocazii, ducem turiștii în locuri noi, de unde avem și noi de învățat și de experimentat. Asta ne ajută să ne echilibrăm costurile și să ne asigurăm continuitate pentru grupurile restrânse.

EXEMPLE DE BUNE PRACTICI – OBȚINE UN AVANTAJ DE PE URMA CONDIȚIILOR METEO NEFAVORABILE

Chiar și vremea poate fi o sursă de plăcere și distracție pentru clienții noștri! Când plouă le asigurăm clienților noștri experiențe pline de aventură prin:

- Oferindu-le clienților echipament adecvat, inclusiv echipament de rezervă pentru vreme ploioasă.
- Încurajați-vă clienții să-și depășească limitele, determinându-i să vă urmeze și să se bucure de o experiență pe vreme ploioasă.
- Ajutați-vă clienții să admire natura dintr-o nouă perspectivă, printr-o atitudine pozitivă

Spre exemplu, oferim o excursie cu caiacul pe un lac dintr-o rezervație sălbatică din Saint-Maurice, sau o drumeție în Parcul Național Mauricie, în condiții de ploaie mărunță, luând prânzul sub crengile copacilor. În asemenea situații, ghizii conduc activități adecvate și încurajează clienții să fie deschiși spre noi experiențe precum:

- Mireasma minunată a coniferelor pe vreme ploioasă
- Peisaje acoperite de ceață și învăluite de mister
- Fotografii creative



Costa Rica a câștigat deja reputația unei destinații ecoturistice de frunte, fiind un deschizător de drumuri în multe practici de ecoturism. Multe parcuri naționale și rezervații private includ o strategie de ecoturism și un management adecvat ca o componentă cheie a planurilor de management. În ultimii 15 ani sau chiar mai devreme, turismul, cu un puternic caracter ecoturistic a fost unul dintre cei doi piloni care a beneficiat de pe urma schimburilor externe ale țării, recunoscându-se că a contribuit la conservarea biodiversității din Costa Rica prin oferirea unei alternative viabile de folosire a poienilor, etc. La începutul anilor 1990, Sistemul Parcului Național Costa Rica a stabilit un program turistic de concesiune în Parcurile Naționale Irazu și Poas. Concesiunile pentru serviciile conexe din turism cum ar fi colectarea unei taxe de intrare, ghizi turistici, îngrijitori, agenți de pază, servicii de aprovizionare cu mâncare și băutură, și standuri cu suveniruri sunt competitive pentru afacerile locale mici și rezidenții care locuiesc în zonele tampon ale acestor parcuri. Aceste concesiuni comerciale, care sunt de regulă acordate pentru o perioadă de trei ani, reprezintă un instrument real și eficient prin care comunitățile pot participa și beneficia ca urmare a protejării unei arii naturale. FUNDECOR, un ONG național de mediu, coordonează programul acordării de concesiuni pentru Administrația Parcului Național Costa Rica, și oferă supravegherea și controlul calității concesiunilor. Concesionarii acordă un procent din profitul lor brut unui fond (administrat de FUNDECOR și Administrația Parcului Național), din care se asigură capital pentru anumite îmbunătățiri aduse parcului, precum și pentru formarea personalului și echipamente. În prezent, există mai mult de 80 de concesionari care lucrează în cele două parcuri.

Procedura de concesionare a îmbunătățit considerabil facilitățile și serviciile oferite de parcurile naționale și a contribuit la dezvoltarea durabilă a acestora. Și ce este cel mai important, comunitățile din zonă au încheiat un parteneriat solid cu administrația parcului cu scopul de a proteja resursele naturale ale parcurilor naționale, multe dintre acestea oferind o sursă alternativă de venit. Între 1995-2000, procedeul de concesionare a atras mai bine de 250.000 dolari, care au fost reinvestiți în administrarea și funcționarea celor două parcuri. Sursa: www.fundecor.or.cr.



Parcul Național Kruger, Africa de Sud

Parcul Național Kruger (KNP) acoperă aproximativ două milioane de hectare, majoritatea câmpurilor sale fiind acoperite de zone cu tufșuri, cel mai celebru și mai vizitat parc din ariile protejate din Africa de Sud. Forumurile de dezvoltare comunitară sunt realizate în mod regulat de către Departamentul de Ecologie Socială din parcurile naționale din Africa de Sud (SANP) și de comunitățile învecinate. Produsele oferite de antreprenorii locali din mediul rural și companiile care angajează la negru beneficiază de tratament preferențial. De asemenea, sunt încurajate și activitățile antreprenoriale care aduc beneficii directe comunității locale și parcului. Recent, poporul Makuleke a recâștigat dreptul de proprietate asupra unui teren din zona KNP, de unde au fost înlăturați cu forța în 1969. Aceștia au drepturi depline de comercializare a terenului, dar orice demers trebuie făcut în conformitate cu Planul de Management al KNP. S-au format mai multe asociații comunitare, s-au încheiat parteneriate economice și au apărut multe oportunitățile de formare profesională în ecoturism.



Hato Pinero, Venezuela

Hato Pinero, o rezervație privată din Llanos, dintr-o fostă fermă de vite a devenit o bine cunoscută destinație internațională de ecoturism, apreciată în special de americanii pasionați de birdwatching. Proprietarii fermei de vite au decis să conserve în stare naturală o bună parte din teren, și să transforme o parte din facilitățile de la fermă în unități de cazare, astfel încât ecoturismul a devenit o sursă importantă de venit prin suplimentare locurilor de muncă, contribuind și la păstrarea tradiției de creștere a animalelor.



Rocktail Bay, Africa de Sud

Comunitatea locală din zona Rocktail Bay beneficiază de acțiuni atât la nivel de asociație cât și la nivel corporatist. De aceea, beneficiile sunt dependente de veniturile încasate din turism și mărimea proporțională a capitalurilor proprii. Comunitate primește trimestrial dividende de la acțiunile deținute în propria afacere pe baza unei chirii încasate la termen de la tur-operatorul Wilderness Safari, și de asemenea de la companiile de închirieri când profiturile operaționale sunt suficiente. Wilderness Safari administrează Rocktail Bay ca o mică vilă de lux, așezată în zona de coastă ce oferă posibilitatea de a pescui, de a face

scufundări, de a observa țestoasele de mare și de a desfășura activități pe plajă. Rocktail Bay contribuie financiar la conservarea biodiversității în rezervațiile naturale locale, prin achitarea taxelor încasate de brațul comercial KZNNCS. De asemenea, WS finanțează monitorizarea de-a lungul coastei a țestoaselor de mare *loggerhead* și *leatherback*. Această activitate a fost desfășurată mulți ani de către autoritățile de conservare, însă dacă nu ar fi existat donațiile din partea WS monitorizarea țestoaselor ar fi fost limitată la minim. Cei care vizitează Rocktail Bay sunt încurajați să „adopte” o broască țestoasă și să ajute, prin urmare la finanțarea observării prin satelit de către autoritățile de conservare a țestoaselor adulte. „Tururile hipo” au fost inițiate pentru oaspeții de la Rocktail Bay, în care se folosesc ghizi din comunitatea locală care trebuie să conducă turiștii spre zonele din împrejurimile satelor, acolo unde trăiesc hipopotami. În trecut, hipopotamii erau considerați o mare pacoste pentru săteni. Acum ei sunt tolerați deoarece excursiile generează un venit fix lunar pentru comunitate, și banii în plus de la turiști dacă sunt văzuți hipopotami. Această inițiativă are beneficii, contribuind inclusiv la creșterea gradului de conștientizare a valorilor de conservare a biodiversității în zonele rurale, prin generarea unui venit regulat pentru ghizii locali.



Sian Ka'an, Mexic

La scurt timp după ce Sian Ka'an a fost declarată Rezervație a Biosferei și zonă de patrimoniu cultural de către UNESCO, s-a înființat ONG-ul numit Amigos de Sian Ka'an (Prietenii lui Sian Ka'an) care va colabora cu guvernul mexican pe probleme de conservare și utilizare durabilă a resurselor naturale a zonei, care includ mlaștini întinse, păduri de mangrove și alte tipuri de păduri. Ecoturismul a devenit o componentă esențială a activităților desfășurate de Amigos și reprezintă o sursă importantă de venit pentru rezervațiile și comunitățile locale. Vizitatorii din țară și cei străini pot beneficia de drumeții și excursii cu barca ghidate de localnici.



Lerato Case, Namibia

În 1999, compania Lerato a început negocierile cu câțiva factori interesați de conservarea zonei naturale a Nabibie pentru a realiza mai multe unități de cazare cu 10 locuri în Namibia și în alte locuri din Africa de Sud. Specialiștii și consultanții în conservare s-au reunit ca să evalueze propunerile. În urma acestor evaluări s-au identificat mai multe probleme, cum ar fi lipsa de claritate privind suprafața și dreptul exclusiv de folosință a zonelor propuse; lipsa de propuneri de administrare comună sau de formare la nivel local; riscul de distrugere a mediului; și „atitudinea dominantă” din Lerato. Grupul de lucru pe probleme de conservare a dezvoltat o serie de soluții pentru toate problemele identificate care ar trebui să fie incluse într-un parteneriat, din care să reiasă beneficiile comunității ca urmare a folosirii în scop turistic a terenului lor și o abordare eficientă asupra efectelor negative. Principalele teme au fost: probleme majore a comunității legate de controlarea zonei, parteneriate, folosirea terenurilor, managementul de mediu, precum și siguranța pe viitor.



Negocierile din Bergsig, Namibia

Între 1994 și 1996 rezidenții din zona Bergsig au fost implicați în negocieri cu doi investitori în turism, care doreau să construiască vile de lux. Comitetul local a analizat cele două propuneri de afaceri și a decis să continue doar un singur proiect, pentru amenajarea unui loc de campare cu 16 locuri. Cealaltă ofertă, pentru construirea unei unități de cazare de dimensiuni mici a fost discutată timp de trei ani și a ajuns în cele din urmă în punctul în care compania a cerut un răspuns final, un afirmativ sau negativ. Comunitatea a respins această ofertă. Previziunea optimistă prin care comunitatea câștiga foarte mulți bani a fost rapid demontată de localnici care au identificat o serie de dezavantaje, printre care riscul ridicat, înstrăinarea oamenilor și a animalelor de pe o suprafață, și un contract de închiriere pe o perioadă mai lungă.



Seychelles Rules

Legislația locală prevede existența unui partener local în orice afacere din turism, precum și faptul că orice serviciu autorizat (spre exemplu, bărci, alte echipament) trebuie să includă un anumit procent pentru cetățenii din Seychelles.



Comunitatea Cofan, Ecuador

Programul de ecoturism pentru comunitatea locală din Cofan, în zona Zabalo (rezervația Cuyabeno) reprezintă un bun exemplu de auto-gestionare a unei afaceri în ecoturism, conduse de către un grup de indieni amazonieni indigeni. Zona a fost relativ izolată până la începutul anilor 1980 când un grup de turiști străini a venit în zonă și a contribuit la schimbarea pieței economice, modificând structura socială a regiunii. Ca răspuns la acest lucru, oamenii din Cofan au explorat noi oportunități de marketing, și au decis că doar ecoturismul ar putea oferi venituri sustenabile. Inițial, drumețiilor le erau oferite doar excursii cu caiacul în zonă. Apoi, s-a observat că aspectele culturale locale au fost apreciate de turiști în egală măsură ca și caracteristicile naturale, astfel s-a inclus în planificarea unei excursii și vizitarea componentelor antropologice și etnice din zonă. Încet, oferta a devenit mai diversificată. Cabine simple turistice și un mic „muzeu” etnic au fost construite de-a lungul râului Aguarico, la aproximativ 1,5 kilometri distanță față de gura de vărsare a râului și pe malul opus de satul indian. S-a realizat un sistem de zonare strictă ce include 60 de kilometri din distanța traseelor turistice (unde sunt folosiți ghizii locali din Cofanes), iar zonele de subzistență, adică de vânătoare sunt folosite exclusiv de comunitatea locală. Speciile rare și fauna sălbatică sunt protejate (de ex. papagali, șoimi, vulturi, păsări de apă, feline sălbatice), acestea fiind principalele atracții de ecoturism. Activitatea de turism este coordonată direct de către consiliul local, care gestionează fondurile comunitare. În anul 1999, veniturile totale ale proiectului au fost de 120,00078\$.



KwaZulu Natal, Africa de Sud

Situl natural Simunye Zulu (KwaZulu Natal) a elaborat un proiect de ecoturism, care încearcă să consolideze tradițiile locale prin participarea activă a comunităților locale la toate activitățile proiectului. Proiectul presupune construirea unei unități de cazare, simplă și confortabilă în apropierea satului.

STATISTICI PRIVIND DESTINAȚIILE DE ECOTURISM

Statele Unite ale Americii

În 1998, turiștii interni și străini au făcut aproape 287 de milioane de vizite de recreere în 378 de zone de agrement gestionate de către Administrația Parcului Național a SUA (SEN), comparativ cu cele 275 milioane de vizitatori în 2011. Aceasta reprezintă o creștere de 4,4% (Asociația americană din industria turismului, 2011). Vizitele înregistrate în zona Administrației Parcului Național a SUA au generat în mod direct și indirect un venit de 14.2 miliarde dolari și a sprijinit aproape 300.000 de locuri de muncă în turism pe parcursul anului 2010. Nu se știe câți dintre acești vizitatori au practicat activități ecoturistice (Turismul în slujba Americii, 2011).

Nepal

Zona Annapurna este cea mai populară destinație de drumeție din Nepal. Din 1989 numărul de vizitatori din zonă a crescut la un procent anual de aproximativ 18%. În 2011, aproximativ 50.708 de turiști internaționali au vizitat zona. Din aceștia 12,000 au vizitat sanctuarul Annapurna (Gurung, date inexistente).

Belize

În 2011, 49,4% din cei 172.292 de turiști din Belize au vizitat site-uri maiase din Belize, din care 12,8% au ales parcurile și rezervațiile. Principalele motive de vizitare a zonei sunt: admirarea frumuseților naturale, peisaje naturale deosebite și observarea faunei sălbatice (Higgins, 2011). Recifele Cayes și Barrier au fost vizitate de 87% din vizitatori. Din totalul vizitatorilor din Belize, 82% au vârsta cuprinsă între 18 și 50 de ani, iar 65% din aceștia au studii universitare (Higgins, 2011).

Insulele Galapagos

Turismul în natură în Galapagos a crescut constant încă din zilele de pionierat ale anilor '70, atingând nivelul actual de peste 60.000 de vizitatori pe an, ceea ce aduce încasări de 100 de milioane de dolari, plus contribuția la economia Ecuadorului (estimările variază). (Charles Darwin Research Station, 2011).

Kenya

Din 1983 până în 2011 sosirile vizitatorilor în Kenya au crescut cu 45% (de la 372000 la 826000). Administrația din Kenya a zonelor de sălbăcie (2011) estimează că 80% din piața turistică Kenya 's este atrasă de animale sălbatice și de faptul că industria turismului generează evidența statistică cu indicatorii din ecoturism ai Societății Internaționale de Ecoturism, care reprezintă o treime din veniturile externe ale țării, înregistrate în 2011. Venituri încasate în parcurile de sălbăcie kenyene a crescut la 70 de milioane de euro în 1995. (În 1997, 1\$ = 60Ksh).

Australia

Se estimează că Australia numără astăzi 600 de operatori în ecoturism, din care aproximativ 85% au mai puțin de 20 de angajați. Se apreciază că întreprinderile de ecoturism au o cifră de afaceri anuală de aproximativ 250 milioane dolari, având o capacitate de angajare de aproximativ 6500 de oameni, echivalentul a 4500 de locuri de muncă cu normă întreagă (Divizia australiană pentru Sport și Turism a guvernului, 2011). În parcurile naționale australiene s-a înregistrat o creștere considerabilă a numărului vizitatorilor internaționali, între 2000 și 2010 atingând de la 1.2 milioane până la 1,6 milioane de vizitatori, o creștere de 33,3 la sută. Până în 2010, aceste cifre au crescut până la aproape 1,7 milioane, adică 47% din totalul vizitatorilor din Australia cu vârsta de 15 ani și de peste 15 ani au declarat că au vizitat parcuri naționale (Biroul de Cercetare în Turism, citat de Divizia australiană pentru Sport și Turism a guvernului, 2011). În Australia, studii recente au arătat că cei interesați de ecoturism reprezintă aproape 30% din numărul vizitatorilor interni (ecotrends 2011, citat de Wight, în presă).

Peru

Aproximativ 10,3% din turiștii care vizitează Peru preferă să practice birdwatching în zonele naturale (Proyecto PRA, 2000). Conform studiilor efectuate de PromPerú (2010), 47% din turiștii străini care vizitează Peru aleg zonele naturale. Din acest număr, 44% combină vizitarea zonelor naturale cu vizitarea atracțiilor culturale, iar 3% au venit doar pentru a vizita zonele naturale. Fluxul de vizitatori în cele 26 de zone din totalul de 52 de Naturales Protegidas por el Estado - ANPE (ariile protejate de stat), a crescut cu 250% în intervalul 2000-2010. Doar în anul 2010, numărul vizitatorilor a fost estimat la 642 336, conform cifrelor furnizate de Instituto Nacional de Recursos Naturales - INRENA (Institutul Național de Resurse Naturale) (Promperú, 2010).

Brazilia

Cinci milioane de vizitatori au ales Brazilia în 2011, de cinci ori mai mulți ca în 2001. Brazilia are mai mult de 150 de zone de conservare, dintre care 40 sunt parcuri naționale. Aproximativ 3,5 milioane de turiști au vizitat aceste parcuri naționale în 1998. Mai ales în ultimii doi ani numărul străinilor iubitori de ecoturism a crescut, existau 600000 de ecoturști brazilieni și în 1998 a atras încă 200,000 de ecoturști străini (Janer, 2010).

Africa de Sud

Între 2000 și 2010 numărul de vizitatori în parcurile de vânătoare și rezervațiile naturale din Africa de Sud a crescut anual cu 108%. În anul 2001, numărul vizitatorilor din rezervațiile naturale era 454,428, iar în 2010 această cifră a crescut până la 5,898,000 de vizitatori. În 2010 parcurile de vânătoare și rezervațiile naturale reprezentau atracția principală a vizitatorilor din țară (60%), în creștere cu 2% față de anul precedent (Consiliul de turism al Africii de Sud, 2010).

United Kingdom

În urma cercetărilor efectuate de către MORI pentru ABTA s-a observat faptul că 85% din turiștii din Marea Britanie au crezut că este important să nu distrugă mediul înconjurător, 77% cred că este important ca vizitele lor să includă o experiență culturală locală, inclusiv degustare de produse tradiționale, iar 71% consideră că destinația vizitată ar trebui să aducă beneficii pentru oamenii din comunitatea locală, prin crearea de locuri de muncă și oportunități de afaceri. Un procent de 52% sunt interesați de problemele (de mediu, sociale) cu care se confruntă destinația aleasă, înainte de a-și rezerva vacanța. Majoritatea (64%) au declarat că ar fi dispuși să plătească între 10 și 25 de lire în plus drept garanție de mediu, socială sau de caritate, chiar dacă acest lucru ar însemna o creștere de 2-5% pentru o vacanță de 500 de lire.

Succesul activităților ecoturistice la nivel operațional depinde de o serie de factori caracteristici naturii sale. Ecoturismul poate fi conturul subțire al unei pene, care deschide ușa spre turismul de masă și care deține orice instrument care poate fi folosit ca brand de cei care practică turismul în general. Acest concept ar putea fi aplicat greșit și astfel nu ar mai conduce la îndeplinirea obiectivelor economice. Domeniul de aplicare a conceptului de certificare este puternic în procesul de dezvoltare durabilă a ecoturismului. Prin urmare, trebuie să se dezvolte un instrument practic prin care se poate măsura nivelul impactului în turism și schimbările statutului socio-economic prin intermediul criteriilor și indicatorilor (C&I), ca parte a unei strategii durabile. Dezvoltarea C&I nu este un scop în sine, ci este un proces continuu care include nivelul de responsabilitate a societății de a oferi un mod de viață durabil, bazat pe ecoturism, cu un impact minim negativ asupra mediului și a valorilor culturale.



2.

DEZVOLTAREA PRODUSULUI ECOTURISTIC

- De la planificare la durabilitate -



Dezvoltarea produsului ecoturistic este considerat ca fiind un proces de planificare strategic, care are următoarele trăsături definitorii:

- sistematic sau urmează o succesiune de etape logice
- oportunitatea de a evalua alternativele
- susține și sprijină dezvoltarea economică a societății
- iterativ și dinamic
- integrat și cuprinzător

Procesul de planificare a produsului ecoturistic este format din opt etape de bază:

- Faza I Stabilirea scopului și a obiectivelor misiunii
- Faza II Inventarierea și analiza resurselor
- Faza III Analiza pieței
- Faza IV Încadrarea pe piață a produsului/Temă/Concept
- Faza V Generalitățile planului de dezvoltare
- Faza VI Dezvoltarea produsului ecoturistic
- Faza VII Strategia de piață
- Faza VIII Strategia de implementare

FAZA I: STABILIREA SCOPULUI ȘI OBIECTIVELOR MISIUNII

De regulă, dezvoltarea economică regională și planificarea unei afaceri au fost folosite la nivel conceptual ca răspuns la nevoile economice și politice imediate. Cu toate acestea, planificarea creativă din zilele noastre oferă posibilitatea de a înlocui valoarea cu procesul de cercetare, dezvăluind o imagine a ceea ce poate fi realizabil. Enunțarea misiunii oferă claritate și orientare în procesului de planificare și dă o formă produsului final. Creionează ceea ce este important și de care trebuie să se țină seama; oportunitatea de a răspunde unei nevoi; valorile care trebuie protejate; ce tip de afacere derulează organizația; obiectivul general al comunității.

Următorul exemplu indică trecerea de la Misiunea – Scop – Obiective

Misiune: Realizarea de profit prin turism social și ecoturism

Scopul #1: Implementarea unei dezvoltări economice durabile

Obiective:

- Creșterea numărului de înnoptări
- Identificarea zonelor cu valoare unică de conservare
- Atragerea unui număr mai mare de turiști
- Reducerea scurgerilor
- Prolungirea sezonului turistic

Scop #2: Încurajarea implicării comunității

Obiective:

- Implementarea acțiunilor de grup cu localnicii
- Creșterea oportunităților pentru investitorii locali

FAZA II: INVENTARIEREA ȘI ANALIZA RESURSELOR

Resursele naturale și culturale sunt atracțiile produsului ecoturistic. Înainte de a se defini potențialului de dezvoltare trebuie să se realizeze un inventar complet și o analiză a resurselor. Un accent deosebit se pune pe caracteristicile unice și pe zonele de importanță națională sau regională. Toate resursele sunt inventariate pentru atractivitatea lor, capacitatea de a atrage vizitatorii, accesibilitate, integritate și contribuție la protecția mediului și a culturii.

Resursele pot fi grupate astfel:

1. naturale sau de mediu
2. comunitare
3. de patrimoniu sau istorice
4. culturale
5. de recreere în aer liber
6. servicii turistice
7. evenimente speciale
8. informare/ interpretare

FAZA III: ANALIZA PIEȚEI

Pentru a uniformiza piața de ecoturism existentă cu resursele de bază ale regiunii sau comunității trebuie să se realizeze o analiză globală a pieței. Există două instrumente prin care se identifică cererea de pe piață, care pot contribui la determinarea unui produs ecoturistic.

(A) o cercetare primară, prin chestionare și interviuri cu cei care dețin afaceri în turism ;

(B) cercetare secundară sau de la birou, inclusiv analiza datelor scrise și studierea pieței locale și internaționale de turism;

a) CERCETARE PRIMARĂ

Cercetarea primară generează date, direct de la cei care au afaceri în turism sau de la consumatori, aceasta ajutând la modelarea produsului ecoturistic. Aceste date sunt colectate prin:

- observarea informală a pieței de ecoturism
- studii sau interviuri cu cei care au afaceri în turism (angrosiști, tur-operatori și furnizori locali, spre exemplu hoteluri și stațiuni, ghiduri, tur-operatori specializați în turism de aventură, ONG-uri, etc)
- chestionare distribuite vizitatorilor din regiunea / provincia / comunitatea care poate fi pentru dvs. o piață potențială de ecoturism

b) CERCETAREA SECUNDARĂ

Cercetarea secundară sau de birou furnizează date din literatura de specialitate și rezultatele diferitelor studii deja realizate. La nivel regional, provincial sau local, aceasta poate include:

- studii privind numărul de ieșiri ale vizitatorilor
- studii privind turismul de aventură, deoarece piața de ecoturism furnizează puține date în acest sens;
- studii privind turismul de aventură în alte provincii sau regiuni
- cercetarea de piață în rândul clienților interesați de revistele cu profil turistic, bazat pe natură
- agențiile naționale / regionale de vacanță, asociații de turism, birouri orășenești/municipale de turism

FAZA IV: RESURSE / ÎNCADRAREA PE PIAȚĂ A PRODUSULUI

PRODUS/ÎNCADRARE PE PIAȚĂ/TEME

A. ÎNCADRAREA PE PIAȚĂ A PRODUSULUI (PRODUCT MARKET MATCHING)

PMM este o tehnică des folosită în uniformizarea resurselor de bază inventariate cu segmentele de piață identificate, existente sau potențiale. Rezultatele acestei uniformizări îi permite organizației să estimeze nivelul vizitelor. Acest lucru va indica dacă infrastructura existentă este suficientă și dacă mai este nevoie de anumite servicii suplimentare.

PRODUSE COMPETITIVE

În funcție de locație, concurența poate apărea într-o provincie sau regiune vecină, sau în altă țară. Este important să aveți cunoștință despre alți operatori vecini care acționează în ecoturism, deoarece puteți să colaborați cu ei în completarea ofertei dvs.

O analiză a concurenței poate include următorul format:

Concurența A	Produce Componente	Trăsături competitive și elemente unice
Baza și volumul pieței	Structura prețurilor	Studierea pieței

FAZA V: PLANUL DE DEZVOLTARE GENERALĂ

Această fază este importantă și esențială în pregătirea unui produs ecoturistic profesionist și competitiv. Găsiți mai jos matricea care vă poate ajuta în realizarea planului dvs. de dezvoltare și care vă oferă contextul viitor de dezvoltare.

Probleme/ Îngrijorări	Ce s-a făcut?	Ce trebuie făcut?	De cine?	Buget	Interval de timp

FAZA VI: DEZVOLTAREA PRODUSULUI ECOTURISTIC

După ce s-au identificat diferite produse pentru comunitate atunci este posibil să se stabilească pachete cu servicii ecoturistice, care pot fi promovate de tur-operatori, atât pe plan intern cât și internațional. În general, dezvoltarea produsului ecoturistic presupune patru etape:

1. *Pregătirea itinerariului zilnic*
2. *Asigurarea serviciilor și furnizorilor*
3. *Stabilirea structurii prețului*
4. *Dezvoltarea unui parteneriat cu tur-operatori și angroșiști*

Următorul proces indică modul în care se poate dezvolta un pachet pentru un tur turistic, cum sunt identificați furnizorii și modul în care costurile sunt estimate. Estimările tipice de cost sunt prevăzute pentru majoritatea componentelor din tur, oricum acestea pot fi încheiate cu furnizorii aleși înaintea finalizării unui cost net per tur. În cele din urmă, deoarece multe tururi vor fi achiziționate prin intermediul tur-operatorilor locali sau internaționali, sau vânzătorilor cu amănuntul, procesul este concepută pentru a atinge acest rezultat.

Faza 1. Pregătiți itinerariul pachetului turistic

Pasul 1. Dezvoltarea itinerariului turistic

Exemplu:

ZIUA 1. Sosire

Opțiunea (a) Transport la hotel _____

Mijloace de transport în comun _____

Personal _____

Opțiunea (b) Transport direct spre un zbor intern _____

Așteptare, Întâlnire și Asistență _____

Faza 2. Lista prețurilor pentru pachete cu itinerarii turistice

(Pachet standard, 7 zile pentru 10 persoane)

Servicii	Ziua 1	Ziua 2	Ziua 3	Ziua 4	Ziua 5	Ziua 6	Ziua 7
Transferuri							
Hotel							
Masă: Mic-dejun Prânz Cină							
Transport cu Mașina Avion Barcă							
Servicii de ghid							
Expertii							
Taxă de vizitare a parcului							
Diverse							
Divertisment							
Neprevăzute							
COSTURI TOTALE DE TEREN							
Supliment							
TOTAL COST NET							

Faza VII: STRATEGIA DE MARKETING

Strategia de marketing implică procesul de dezvoltare a unui plan de piață care vinde în special produsele ecoturistice ale organizației.

a. Aceasta răspunde la definiția ecoturismului

- Grupuri mici
- Implică activități care nu afectează resursele
- Utilizează facilități ecologice
- Într-un an aduce un număr restrâns de vizitatori într-o zonă
- Implică pe cât de mult posibil oameni de afaceri locali
- Creează o rețea cu organizațiile locale și cu angajații organizației

b. Răspunde la strategia de dezvoltare, prin:

- Obiective cheie, inclusiv misiunea dvs.
- Crearea unui plan de marketing, inclusiv strategiile și instrumentele necesare pentru atingerea obiectivelor dvs.
- Pregătirea unui buget, în conformitate cu planul de acțiune
- Monitorizarea feedback-ului pentru controlarea și evaluarea strategiei de marketing

c. Îndeplinește criteriile de bază din ecoturism

- Organizația folosește tur-operatorii ce respectă standardele de turism responsabil, favorabile mediului ?
- Membrii comunității locale beneficiază direct și sunt implicați în programele derulate de organizație?
- Organizația își instruește clienții înainte ca aceștia să viziteze sau să intre în contact cu cultura specifică unei comunități sau destinații?
- Organizația are un Cod Etic în care sunt menționate motivele și obiectivele pentru care funcționează
- Componentă educativă, atât la nivel intern cât și extern?
- Organizația ia deciziile potrivite cu privire la faptul că este interzisă vizitarea unei zone sensibile sau care poate fi afectată negativ?



FIȘA CU BUGETUL ANUAL PENTRU ACȚIUNILE DE MARKETING

Articole	Anul 1	Anul 2	Anual 3
PUBLICITATE			
Brosuri			
Scrisori de notificare			
Alte materiale tipărite			
Presă			
VÂNZĂRI			
Expoziții			
Conferințe/Seminarii			
E-mail/Poștă			
Dezvoltarea website-ului			
Info tururi			
Demonstrații/Expoziții			
Prezentări video			
Altele			
CERCETARE DE PIAȚĂ			
Analiza datelor			
Sondaje			
Chestionare			
Alte			
TOTAL COSTURI ANUALE			

FAZA VIII: IMPLEMENTAREA STRATEGIEI - PLANUL DE ACȚIUNE

FUNCȚII ȘI RESPONSABILITĂȚI

Există o mulțime de agenții, asociații, organizații și companii care sunt responsabile de implementarea unei Strategii de Dezvoltare. O matrice care evidențiază responsabilitățile specifice ne asigură că va putea răspunde unei oportunități și că va acționa la momentul potrivit.

Funcție / Responsabilități	Public	Privat	Asociație	Altele

FINANȚARE ȘI SURSE DE FINANȚARE:

Program/Proiect	Descriere	Agenție parteneră	Buget
Infrastructură / Transport			
Marketing/Promotii			
Dezvoltarea Resurselor Umane			
ALTELE			

Structura produselor ecoturistice ar trebui să varieze tocmai pentru a satisface diferite segmente de piață și cerințelor locale:

- Oferiți calitate, autenticitatea și securitate. De-a lungul conferințelor pregătitoare a fost subliniată importanța acestor trei attribute. Calitatea nu înseamnă neapărat lux, ci atenție la detalii și înțelegerea nevoilor clienților. Autenticitatea înseamnă satisfacerea dorinței vizitatorilor de a „vedea ceva adevărat” respectând în același timp valorile locale și naturale. Securitatea se referă la siguranța vizitatorilor, percepută și reală, dar care poate fi aplicată pe un grad mai înalt de încredere.
- Oferă prioritate interpretării naturii și culturii. Componenta cea mai importantă a unui produs ecoturistic este calitatea intrinsecă a peisajului și a faunei sălbatice. Studiile de piață realizate de WTO confirmă că aceasta este principala motivație a vizitatorilor, fiind urmată îndeaproape de oportunitatea de a întâlni localnici și de a experimenta obiceiurile tradiționale și stiluri de viață. Ecoturismul se distinge prin furnizarea unor experiențe plăcute și educative. Calitatea interpretării este deosebit de importantă; datorită ei s-a evidențiat valoarea ghizilor locali bine pregătiți, care cunosc zona și știu cum să tălmăcească datele.
- Elaborarea și gestionarea facilităților care pot maximiza durabilitatea. Deși, printre componentele esențiale ale produsului ecoturistic nu se numără forța de lansare a ofertei, cazarea, serviciile de catering, sau oportunitățile de achiziție. Există o serie întreagă de probleme legate de planificare, proiectare și de management care pot afecta durabilitatea, impactul de mediu, întreprinderile și ocuparea forței de muncă pentru localnici, capitalul care rămâne în economia locală și calitatea experienței vizitatorilor. Studiile de caz prezentate în cadrul conferințelor preliminare au arătat o multitudine de exemple de bune practici în acest domeniu și un cadru tot mai dezvoltat de cunoștințe pe plan internațional, pe diferite teme: managementul și proiectare unităților de cazare; cazare la localnici și program conexe, degustarea produselor locale și a preparatelor tradiționale, precum și artizanat și vânzarea produselor realizate.
- Adresa de destinație, precum și caracteristicile unice ale produselor. Realizarea unor produse competitive și sustenabile pe piața de ecoturism trebuie să ia în considerare și aspectele legate de infrastructură, managementul de mediu și serviciile oferite vizitatorilor la nivelul destinației. De exemplu, nevoia de a beneficia de mai multe opțiuni de transport durabile spre și în interiorul destinației a fost menționată în cadrul conferinței europene preliminare.
- Acolo unde este cazul, asociați ecoturismul cu activitățile turistice sustenabile. Deși, ecoturismul este bine delimitat de activitatea turistică, este evident faptul că unii ecoturști caută activități ca drumeția sau traseele de echitație pentru a completa oferta de produse. Acest lucru se întâmplă în special în zonele montane, în regiunile din Europa și Asia Centrală. În locațiile maritime, cum ar fi statele mici insulare, se practică ca și activități sustenabile scufundările și tururile cu iahtul, care reprezintă o amenințare pentru ecoturism. De asemenea, în trei conferințe s-a ridicat problema relației controversate dintre vânătoare și ecoturism, admitându-se că atunci când este bine controlată, această activitate poate oferi resurse pentru managementul faunei sălbatice și să crească valoarea percepută a anumitor specii în cadrul comunităților locale.

Produsele ecoturistice pot avea un efect imediat și de durată asupra diferitelor sectoare economice și vor parcurge un drum lung pentru a realiza resurse valoroase de mediu și culturale care vor fi căutate în secolul următor.

După David Fennell, sustenabilitatea produselor ecoturistice depinde de următorii factori:

- Dezvoltarea în fiecare localitate a unor elemente definitorii ale zonei, care sunt reflectate prin arhitectură și stilul de dezvoltare, sensibil la patrimoniul cultural și natural.
- Conservarea, protejarea și îmbunătățirea calității resurselor care stau la baza turismului.
- Promovarea dezvoltării atracțiilor suplimentare pentru turiști, care au un caracter tradițional și care pot contribui la dezvoltarea atributelor locale.
- Dezvoltarea unor servicii pentru vizitatori care pot contribui la dezvoltarea patrimoniului local și natural.
- Aprobarea creșterii atunci când și în cazul în care lucrurile se îmbunătățesc, nu atunci când aceasta este distructivă, sau depășește capacitatea suport a mediului natural sau limitele sociale de mediu, dincolo de care calitatea vieții comunității este negativ afectată (Fennell, 2003).

Cele cinci principii de bază ale dezvoltării durabile sunt: planificarea și strategia de piață, conservarea proceselor ecologice esențiale, protejarea moștenirii culturale și a biodiversității, dezvoltarea într-un mod care favorizează sustenabilitatea pe termen lung a generațiilor viitoare, și realizarea unui echilibru de capital între națiuni.

În general, ideea de creștere economică durabilă se referă la faptul că acesta acoperă nevoile prezentului fără a afecta posibilitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi (Fennell, 2003). Cele două principii de durabilitate sunt strâns legate de principiile de ecoturism, printre care menținerea aportului de capital în comunitatea locală și sprijinirea conservării. Sustenabilitate economică de regulă aduce beneficii directe și indirecte prin ocuparea forței de muncă, încurajarea schimburilor monetare și chiar dezvoltarea infrastructurii. Dezvoltarea durabilă a presupune o mai bună conservare a resurselor, precum și absorbția de capital. Nu există nicio îndoială că dezvoltarea durabilă pe termen lung a ecoturismului este condiționată de menținerea mediului natural și că aceasta oferă schimburi economice echitabile pentru comunitățile locale (Black, 2007).

Previziunea viitorului ecoturismului este la fel de incertă ca orice alt exercițiu de prevestire sau de ghicit. Se pare că ecoturismul vrea să rămână aici, doar că în prezent este încă într-un stadiu incipient și delicat al dezvoltării sale. Întreprinderile individuale în ecoturism și în general conceptele și principiile de ecoturism sunt permanent afectate de organizațiile mai mari, care practică ecoturismului în alte scopuri, urmărind în principal un profit financiar. Acest lucru nu este pur și simplu o chestiune de concurență în afaceri, când afacerile de succes din ecoturism pot fi absorbite sau cumpărate. Întrucât cele mai bune practici de ecoturism aduc contribuții reale și importante la conservarea mediului natural și la dezvoltarea comunităților defavorizate, aceste cazuri sunt încă extrem de rare sau foarte mici la număr. În condiții normale ecoturismului poate fi într-adevăr un instrument care poate asigura succesul. Doar pentru acest motiv singular, pare oportun să se încurajeze afacerile de succes în ecoturism și să ne străduim să le replicăm în toată lumea. (Buckley, 2003). Ralf Buckley declară că „pentru a contribui cu folos la conservare, toate sursele generatoare de venit trebuie să fie canalizate și concentrate printr-un cadru de conservare. De vreme ce sectorul de ecoturism este în continuă dezvoltare, vigilența organizațiilor, cum ar fi Programul Națiunilor Unite pentru Mediu și Organizația Națiunilor Unite pentru Educație, Știință și Cultură, Departamentul de Dezvoltare Durabilă în Turism a Organizației Mondiale de Turism și organizațiile internaționale de conservare, cum ar fi Uniunea Internațională pentru Conservare și Fondul Mondial pentru Natură, va crește din ce în ce mai mult. Și, în final, dezbaterile din cadrul Anului Internațional al Ecoturismului și Summit-ul mondial pentru dezvoltarea durabilă s-au orientat spre o nouă dimensiune a fazei de implementare a acestora, poate că este timpul să reconceptualizăm ecoturismului în jargon: ecoturismul este o formă de geoturism cu o bază triplu pozitivă.”(Buckley, 2011, p.264).

3.

POLITICA ORGANIZAȚIONALĂ ȘI STRUCTURI ÎN DOMENIUL MEDIULUI

- Legislația în ecoturism și reglementări -



Comunitățile locale, întreprinderi din sectorul privat, ONG-uri, autorități locale și ariile protejate, guvernele și agențiile internaționale au rolul de a se implica în politica de organizare și în dezvoltarea ecoturismului la nivel structural și în strategia de marketing de vreme ce acestea interacționează:

- **Răspunde nevoilor comunității locale și oportunităților de dezvoltare.** Din totdeauna, ecoturismul susține implicarea comunităților locale și autohtone care pot ajuta la determinarea nivelului și tipul de dezvoltare a turismului din zonă și încurajează dezvoltarea propriei afacerii, orientată spre comunitatea locală și apariția de noi locuri de muncă pentru localnici.
- **Recunoaște rolul-cheie al întreprinderilor din sectorul privat.** Dezvoltarea și colaborarea cu succes a operațiunilor din sectorul privat, încurajarea și sprijinirea acestora pentru a satisface obiectivele comerciale, sociale și de mediu s-a dovedit a fi o strategie adecvată. Este important să se încheie parteneriate între operatorii privați și comunitățile locale. Tur-operatorii interni și internaționali joacă un rol foarte important nu numai în promovarea ecoturismului dar, de asemenea în consilierea privind dezvoltarea de produse și calitatea serviciilor la nivelul unei destinații, ținând cont de cerințele clientului.
- **Întărește relația dintre întreprinderile mici și proiecte.** Exemplele variază de la asociațiile locale bazate pe produse ecoturistice, așa cum se întâmplă în câteva țări asiatice și africane, până la întreprinderi mici agricole din Europa, autorizate să ofere cazare cu servicii centrale de rezervare. Situația de pe teren invocă noțiunea de inițiativă ecoturistică la nivel local, oferind astfel o masă critică a produsului într-o zonă în care se oferă vizitatorilor o experiență complexă, și care trebuie să fie în măsură să atragă și să justifice investițiile de afaceri care sprijină dezvoltarea infrastructurii.
- **Recunoaște că ariile protejate sunt puncte cheie pentru produsele de ecoturism și în marketing.** Adesea parcurile și ariile protejate oferă o primă impresie pentru vizitatori, dând șansa comunităților locale de a obține beneficii economice, prin furnizarea de facilități și servicii. Relația dintre administrațiile ariilor protejate și comunitățile locale și întreprinderile de turism poate fi unul critic. Există diverse exemple de factori interesați sau alte forumuri de legătură de pe lângă parcurile naționale și naturale, care să permită parcului să influențeze standardele

de comercializare, mesajele și proiectele noi, și care deopotrivă să sprijine și să coordoneze întreprinderile care reflectă nevoile lor. Calitatea facilităților și serviciilor unui parc, precum și relația dintre managementul vizitatorilor și politicilor de conservare, contribuie foarte mult la propria imagine.

- Crește sprijinul din partea guvernului și a autorităților locale în procesul de dezvoltare a produsului și promovarea ecoturismului. Prioritățile pot include îmbunătățirea infrastructurii, inclusiv dezvoltarea durabilă a transporturilor, punând mai mult în evidență ecoturismul la nivelul destinației și campanii tematice de promovare.

Politica globală și contextul legislativ relevant pentru sectorul de ecoturism și biodiversitate sunt descrise după cum urmează:

A. Contextul global privind ecoturismul și politicile cu privire la biodiversitate

Convenția privind diversitatea biologică (CBD) a Națiunilor Unite, adoptată cu ocazia Summitului Pământului de la Rio de Janeiro în 1992, invită guvernele să se implice în dezvoltarea unei strategii naționale pentru conservare și utilizarea durabilă a diversității biologice. Uniunea Europeană este una dintre cele 191 de părți semnatare ale CBD. În 2005 părțile interesate s-au reunit în cadrul întâlnirii organizate de Secretariatul CBD pentru a discuta și alte modalitățile de stabilirea a activității și de punere în aplicare a CBD. Acest consens care rezultă din implicarea unei afacerii în conservare și utilizarea durabilă a biodiversității se reflectă în deciziile luate de CBD¹. Decizia VIII/17 a fost prima decizie a Conferinței Părților bazată exclusiv pe afaceri și a fost adoptat în cadrul celei de-a opta reuniunii din Curitiba, Brazilia, în luna martie 2006. Acesta acoperă angajamentul Părților cu comunitatea de afaceri în elaborarea și punerea în aplicare a strategiilor naționale privind biodiversitatea și planuri de acțiune, participarea afacerii la procesele derulate de Convenție; dezvoltarea, promovarea și consolidarea „afacerii propuse” pentru biodiversitate, precum și elaborarea și dezvoltarea de bune practici în biodiversitate.

Ultima conferință a Părților despre Convenția privind Diversitatea Biologică (COP10), a avut loc în octombrie 2010 la Nagoya. Acesta a evaluat, printre altele, realizarea obiectivelor de biodiversitate propuse în 2010, inclusiv rapoartele naționale și Perspectiva Globală privind Biodiversitatea, și a studiat programul de lucru pentru perioada 2011-2020.

B. Biodiversitatea la nivel european și politica de ecoturism

Politica europeană privind biodiversitatea

În 2001, cu ocazia summitului din Gothenburg liderii europeni au adoptat cel de-al 6-lea Plan de acțiune pe probleme de mediu. Acest program are drept obiectiv „stoparea pierderii biodiversității până în 2010”. Acest obiectiv ambițios îl depășește pe cel stabilit de liderii mondiali în 2002, de a „realiza o reducere semnificativă a ratei actuale de pierdere a biodiversității până în 2010”.

Cel de-al 6-lea Plan de acțiune pe probleme de mediu a venit în completarea Strategiei de la Lisabona, și reprezintă un plan de acțiune și dezvoltare pentru Uniunea Europeană pentru perioada 2000 și 2010. Principalele domenii sunt economic, social, și reînnoirea mediului și durabilitate. Liderii UE au decis să adauge componenta de mediu argumentând că „incapacitatea de a controla tendința

care amenință viitorul calității vieții va crește considerabil costurile de trai sau va face ca aceste tendințe să fie ireversibile”.

În primii ani după adoptarea celui de-al 6-lea Plan de acțiune pe probleme de mediu pentru factorii politici decizionali și pentru părțile interesate din diferite sectoare a fost clar că o schimbare majoră de atitudine față de rolul unei afacerii de mediu a fost necesar pentru a atinge obiectivele stabilite pentru anul 2010. Ca răspuns la Decizia VIII/17 a CBD privind angajamentul sectorului privat, Inițiativa Europeană pentru afaceri și biodiversitate a fost dezvoltată într-un proces de consultare multilaterală care a implicat reprezentanți din UE, guverne, companii și ONG-uri. Aceasta subliniază faptul că o afacerea are un rol esențial în conservarea biodiversității și solicită un angajament puternic din partea sectorului de afaceri.

Inițiativa creării platformei Business @ Biodiversity Platform este unul dintre instrumentele tehnice în curs de dezvoltare pentru a facilita procesul care urmează. Mesajul de la Lisabona, implicarea afacerilor în conservarea biodiversității. Scopul de a opri distrugerea biodiversității până în 2010 nu a fost atins, motiv pentru care trebuie să a câțiva pași de noi și îmbunătățite de politică, prin urmare, trebuie să fie luate pentru a spori eforturile în următorii ani. Conservarea biodiversității și implicarea sectorului financiar și de afaceri trebuie să fie integrate în strategii de dezvoltare economică pe termen lung în Europa. În septembrie 2010 președinția belgiană a găzduit conferința cu tema „Biodiversitatea după 2010 - biodiversitatea într-o lume în schimbare”.

Poziția-țintă UE pentru 2010

În timpul CBD COP10 (Nagoya, octombrie 2010) a fost adoptată Decizia privind implicarea sectorului de afaceri: <http://www.cbd.int/nagoya/outcomes/> a fost prezentată în cadrul celei de-a 10a conferințe a Părților despre Convenția privind diversitatea biologică, din octombrie 2010, Nagoya, Japonia.

Directiva Habitare și Directiva Păsări

Politica europeană privind biodiversitatea este reglementată de două directive, Habitare și Păsări. Aceste două directive stabilesc cadrul rețelei Natura 2000 privind zonele de conservare. În prezent, Natura 2000 protejează cele mai importante habitate și specii, fiind piatra de temelie a politicii de conservare a biodiversității în Europa. În consecință, Natura 2000 va fi un element important al Strategiei Europene privind conservarea biodiversității având menirea de a opri distrugerea biodiversității și degradarea serviciilor ecosistemice în Europa până în 2020, și să ajute la refacerea lor, în timp ce intensifică contribuția Europei la nivel global pentru evitarea pierderii biodiversității.

Natura 2000 este o rețea europeană, înființată cu scopul de a asigura supraviețuirea pe termen lung a celor mai valoroase și amenințate specii și habitate. Acesta este formată din Arii Speciale de Conservare (SAC) desemnate de către statele membre în temeiul Directivei Habitare și Arii de Protecție Specială (APS), pe care le-au desemnat în temeiul Directivei Păsări, din 1979. Natura 2000 nu este un sistem de rezervații naturale stricte în care toate activitățile umane sunt interzise.

Alte convenții internaționale și alte inițiative. Alte tratate și convenții despre ecosisteme

RAMSAR

Ramsar este un tratat interguvernamental care prevede cadrul de acțiune la nivel național și cooperarea internațională pentru conservarea și utilizarea rațională a zonelor umede și a resurselor acestora („menținerea caracterului ecologic, realizat prin punerea în aplicare a abordărilor ecosistemice, în contextul dezvoltării durabile”). Se suprapune cu Directiva Habitate. Este singurul tratat mondial de mediu care se ocupă de un anumit ecosistem și țările membre ale Convenției acoperă toate regiunile geografice ale planetei. Convenția de la Ramsar finanțează și derulează mai multe programe de conservarea zonelor umede și activități îndreptate spre comunitățile din zonele umede Ramsar și spre publicul larg.

Certificări

Certificarea europeană a serviciilor de cazare în turism

Acest sistem de certificare europeană este parte a Sistemului european de certificare în regim de voluntariat, înființat în anul 1992 cu scopul de a încuraja întreprinderile să-și promoveze produsele și serviciile care sunt prietenoase cu natura.

Unitatea de cazare turistică afișează următoarele :

- Limitează consumul de energie
- Limitează consumul de apă
- Reduce producția de deșeuri
- Preferă utilizarea resurselor regenerabile și a substanțelor mai puțin periculoase pentru mediu
- Promovează educația ecologică și comunicarea

Globul de verde (Green Globe)

Green Globe este un sistem de certificare a practicilor durabile la nivel mondial care se adresează diferitelor sectoare din turism: hoteluri, centre de conferință, atracții, transport și călătorie, alte întreprinderi de turism, croaziere și stațiunilor balneare. Standardul Green Global este membru al Consiliului de Dezvoltare Durabilă în Turism (TSC). TSC este standardul internațional acceptat pentru funcționarea și gestionarea durabilă a întreprinderilor de transport și turism (vezi 2.4). Standardul Green Globe îndeplinește și depășește toate cerințele TSC. Criteriile de mediu includ conservarea biodiversității, a ecosistemelor și a peisajelor. <http://www.greenglobe.com/>

Green Key

Green Key® este un sistem de certificare la nivel mondial acordat organizațiilor care oferă servicii de agrement și facilități de petrecere a timpului liber, cum ar fi hoteluri, hanuri, pensiuni, conferințe și centre de vacanță, campinguri, case de vacanță. Pentru a obține certificat Green Key întreprinderea trebuie să îndeplinească mai multe cerințe legate de protecția mediului. Aceste cerințe formează un set de criterii. Pe lângă cerințele de mediu (spre exemplu, controlarea producției de deșeuri și consumului de apă, electricitate, etc), criteriile includ și cerințe cu privire la politica, planurile de acțiune, educare și comunicare.

Fiecare țară dezvoltă criterii naționale care cuprind toate criteriile de bază internaționale, plus douăzeci la sută completări naționale. Legislația națională, infrastructura, politicile, și climatul sunt luate în calcul atunci când se fac completările naționale. Criteriile adiționale naționale asigură un set de criterii Green Key, care sunt ajustate în funcție de caracteristicile naționale și culturale.

Criteriile internaționale de referință sunt împărțite în 3 zone principale: criterii de management al mediului, criterii de comunicare și formare profesională și criterii tehnice.

Organizația de mediu pentru certificarea golfului (GEO)

Organizația de mediu pentru certificarea golfului oferă o certificare a cursurilor de golf printr-un bilanț de mediu. Această certificare se poate aplica orice facilități și se acordă, după o verificare independentă la fața locului. Acesta are drept scop îmbunătățirea continuă.

Criteriile de certificare GEO acoperă șapte categorii principale: natură, peisaj și patrimoniu, apă, gazon, pierderi de energie, educație și conștientizare și planificarea gestionării. Categoria Natura include considerații legate de biodiversitate, cum ar fi în mai multe sondaje de referință privind fauna, flora și habitatele și o listă adnotată a speciilor valoroase găsite (specii rare sau pe cale de dispariție și specii de protecție specială). În continuare, cursul de golf certificat trebuie să demonstreze că are în proiect crearea/reamenajarea habitatelor, precum și măsurile de conservare pentru speciile rare. În această privință, acest sistem de certificare reprezintă unul dintre criteriile cele mai dezvoltate în conservarea biodiversității. <http://www.golfenvironment.org/>

PRINCIPALII FACTORI INTERESAȚI

Aveți prezentată mai jos o selecție a celor mai importanți factori interesați din sectorul turistic și conservarea biodiversității.

Cei mai importanți factori internaționali pentru conservarea biodiversității.

CBD

Convenția privind diversitatea biologică a creat o platformă pentru a promova dialogul dintre cei care fac turism și oferirea sprijinului necesar pentru implementarea Ghidului CBD despre conservarea Biodiversității și Dezvoltări turismului. <http://tourism.cbd.int/>

DG Mediu

Direcția Generală Mediu este una din cele 40 de direcții generale și servicii care formează Comisia Europeană. Cunoscută ca DG Mediu, obiectivul general al Direcției este să protejeze, să conserve și să îmbunătățească mediul pentru generațiile actuale și cele viitoare. Pentru a reuși acest lucru propune politici care să asigure un grad înalt de protecție a mediului în Uniunea Europeană și care să asigure calitatea vieții cetățenilor UE. DG Mediu se asigură că statele membre aplică în mod corect legislația UE de mediu. În acest sens, se investighează plângerile depuse de cetățeni și organizații non-guvernamentale și pot lua măsuri legale atunci când dreptul Uniunii Europene a fost încălcat. În anumite cazuri, DG Mediu reprezintă Uniunea Europeană pe probleme de mediu în cadrul întâlnirilor internaționale, cum ar fi Convenția Națiunilor Unite privind diversitatea biologică. De asemenea, DG finanțează proiecte care contribuie la protecția mediului în Uniunea Europeană. Începând cu anul 1992, 2600 de proiecte au primit finanțare prin intermediul programului LIFE + - un instrument de

finanțarea al Uniunii Europene pentru mediu.

http://ec.europa.eu/dgs/environment/index_en.htm

UNEP

Misiunea UNEP în sectorul turistic și protecția mediului este de a integra politica durabilă în dezvoltarea turismului prin demonstrarea beneficiilor economice, de mediu și socio-culturale ale turismului durabil. Problema conservării biodiversității reprezintă unul din proiectele sale prioritare.

<http://www.unep.fr/scp/tourism/>

IUCN

Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii (IUCN) este cea mai veche și mai mare rețea globală de mediu, fiind puternic implicată în sectorul de afaceri și conservarea biodiversității, și mai ales în turism.

http://www.iucn.org/about/work/programmes/business/bbp_our_work/tourism/

Nature Conservancy

Organizația Nature Conservancy joacă un rol important în conservare, acționând la nivel mondial la protecția terenurilor și a apelor care reprezintă o valoare din punct de vedere ecologic pentru natură și oameni. Organizația pentru conservarea naturii dezvoltă parteneriate cu guvernele și organizațiile care au sediul în Europa, pentru a atinge obiectivele comune de conservare la nivel mondial.

<http://www.nature.org/>

Rainforest Alliance

Rainforest Alliance ajută oamenii de afaceri din turism să înțeleagă cât este de importantă conservarea mediului și să contribuie la dezvoltarea locală, începând în același timp dezvoltarea de jos în sus.

<http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=main>

WWF

Fondul Mondial pentru Natură (WWF) împărtășește același obiectiv comun cu sectorul turistic: conservarea pe termen lung a mediului natural. WWF militează pentru conservarea naturii în timp ce evenimentele populare și comerciale se bazează, în mare măsură, pe existența unor destinații atractive și curate. Acestea apar adesea în jurul zonelor sensibile din punct de vedere ecologic, care au valori biologice și sunt bogate în specii sălbatice.

<http://www.wwf.org/>

Global Reporting Initiative (GRI)

Inițiativa Globală de Raportare (GRI) este o rețea deschizătoare de drumuri, formată din mai multe organizații, și care contribuie la dezvoltarea celui mai larg cadru mondial de raportare a nivelului de durabilitate, angajându-se la îmbunătățirea continuă a durabilității la nivel mondial și implementarea acestora în lumea întreagă. S-a înființat pentru a asigura cel mai înalt nivel al calității tehnice, de credibilitate și relevanță, dezvoltând un cadru de raportare printr-un proces de reunirea a tuturor părților interesate din sectorul de afaceri, societatea civilă, muncă și instituții profesionale. Deși este diferită de organizații enumerate mai sus, Inițiativa Globală de Raportare include criteriile privind conservarea biodiversității și este utilizată de către multe companii de turism pentru a raporta stadiul de conservare. <http://www.globalreporting.org/>

Principalele organizații europene și mondiale din turism

Următoarele organizații sunt organizații de turism profesionale sau non-profesionale și includ printre obiectivele sau activitățile lor conceptul de turism durabil.

Organizația Mondială a Turismului (UNWTO)

Accesul universal al națiunilor la turism conduce la dezvoltarea turismului durabil.

<http://www.world-tourism.org/> http://www.unwto.org/frameset/frame_sustainable.html

Asociația europeană a tur-operatorilor (ETOA)

ETOA a fost fondată în 1989 de către un grup de tur-operatori din turism care doreau să fie reprezentați în Europa. După 20 de ani, ETOA rămâne singura asociație profesională care oferă o reprezentare la nivel european a intereselor externe și interne a tur-operatorilor, angrosiștilor și furnizorilor europeni. ETOA numără peste 450 de membri.

<http://www.etoa.org/>

Federația Internațională a tur-operatorilor (IFTO)

Membrii IFTO, principalul punct de contact pentru tur-operatorii din Europa, acționează împreună pentru a da o formă industriei turistice și experienței consumatorilor în urma alegerii unor pachete turistice, colaborând cu guvernele și întreprinderile în destinațiile din întreaga lume.

<http://www.ifto.eu.com/>

Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor (WTTC)

Consiliul Mondial al Turismului și Călătoriilor este un forum al liderilor de afacerii din industria de turism și călătorii. Având ca membri mai mulți directori generali ai celor mai importante companii de turism și călătorii la nivel mondial, WTTC are o singură menire și o imagine de ansamblu asupra tuturor aspectelor legate de turism și călătorii, inclusiv asupra mediului și biodiversității. WTTC este activ pe platforma europeană privind sectorul de afaceri și conservarea biodiversității.

<http://www.wttc.org> http://www.wttc.org/eng/Best_Practice_Gateway/index.php

Asociația Internațională a Hotelurilor și Restaurantelor (IH&RA)

IH & RA - Asociația Internațională a Hotelurilor și Restaurantelor - este „singura organizație de afaceri la nivel mondial care reprezintă întreaga industrie hotelieră la nivel mondial”. Recunoscută oficial de către Organizația Națiunilor Unite, IH & RA monitorizează și face lobby în numele acestei industrii cu toate agențiile internaționale, ajungând să cuprindă aproximativ 300000 de hoteluri și 8 milioane de restaurante, cu 60 de milioane de angajați, și contribuind anual cu 950 miliarde de dolari la economia mondială. Asociația IH&RA este activă pe platforma europeană privind sectorul de afaceri și conservarea biodiversității.

<http://www.ih-ra.com/>

Principalii factori interesați de dezvoltarea durabilă și ecoturism la nivel european și internațional

Inițiativa tur-operatorilor pentru dezvoltare durabilă în turism (TOI)

Această inițiativă a fost lansată de către tur-operatorii care se îndreaptă spre un turism durabil, preluând ca nucleu al activității lor de afaceri concepte de dezvoltare durabilă. Aceștia lucrează împreună, prin activități comune, la promovarea și diseminarea unor metode și practici compatibile cu dezvoltarea durabilă.

<http://www.toinitiative.org/>

Consiliul de Dezvoltare Durabilă a Turismului (Tourism Sustainability Council)

Acest consiliu s-a format în 2009, în urma fuziunii Consiliului Global de Turism Durabil (Global Sustainable Tourism Criteria - GSTC) și Consiliul de administrare a componentei de Dezvoltare Durabilă în Turism (Sustainable Tourism Stewardship Council - STSC). Lansat la Congresul Mondial de Conservare (World Conservation Congress) în octombrie 2008, criteriile globale de turism durabil (GSTC) reprezintă un set de 37 de standarde alese de bună voie (inclusiv conservarea biodiversității și criterii privind respectarea faunei sălbatice), adică un minim de reguli la care orice afacere din turism ar trebui să aspire pentru a proteja și susține resursele naturale și culturale la nivel mondial, garantând în același timp că turismul poate fi un instrument în combaterea sărăciei.

<http://www.sustainabletourismcriteria.org/>

ECOTRANS

ECOTRANS este o rețea europeană de experți și organizații din domenii ca Turism, Mediu și dezvoltare regională, care încearcă să promoveze bunele practici în domeniul turismului durabil.

<http://www.ecotrans.org/>

Societatea Internațională de Turism (International Tourism Society -TIES)

TIES este cea mai veche și cea mai mare asociație internațională de ecoturism. TIES caută să fie sursa globală de cunoaștere și de susținere, care reunește comunitățile, conservarea și turismul durabil.

http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4916707/k.2A9C/Contact_Us.htm

Centrul Național Geografic de dezvoltare durabilă a destinațiilor (National Geographic's Centre for Sustainable Destinations)

Înființat de către Divizia pentru cercetare, conservare și explorare a misiunii National Geographic, programele Centrului pentru destinații durabile (CSD) au drept scop protejarea locurilor unice din lume printr-un management turistic adecvat și definirea direcției corecte de dezvoltare a destinațiilor.

<http://travel.nationalgeographic.com/travel/sustainable/index.html>

Principala reglementare și instrument de stabilire a politicii organizaționale și standardizarea în domeniul mediului este reprezentată de Managementul calității în ecoturism, standardul ISO 14000, ca parte a unei serii de proceduri de standardizare în curs de dezvoltare pentru a oferi organizațiilor o structură de gestionare a impactului asupra mediului. Aceste standarde abordează șase subiecte distincte, dar conexe, printre care:

- sisteme de management de mediu;
- audit de mediu;
- evaluare performanței de mediu;
- certificare în domeniul mediului;
- evaluarea ciclului de viață; și
- evaluarea aspectelor de mediu în elaborarea standardelor.

Potrivit sistemului de management de mediu (EMS), standardul ISO 14001, companiile dezvoltă o politică de mediu; identifică aspectele de mediu și impactul activităților lor, produse și servicii; definesc semnificația; acordă prioritate aspectelor și impacturilor; identifică cerințele legale și alte reglementări care guvernează funcționarea organizației; stabilesc obiectivele și scopurile; implementează programe pentru a îndeplini aceste obiective; stabilesc un sistem de audit și un management de analiză; precum și un sistem de monitorizare și întreprinde acțiuni corective în urma rezultatului dat de audit.

Programul de management de mediu descrie modul în care o organizație își atinge obiectivele și standardele de mediu. ISO 14001 prevede că o organizație să dezvolte un program de management de mediu care să cuprindă scopul și obiectivele de mediu, precum și modul în care vor fi realizate. Programul include un plan specific care descrie acțiunile necesare pentru a îndeplini fiecare obiectiv și scop în parte, persoana (ele) responsabilă(e) pentru realizarea fiecărui obiectiv și un calendar detaliat al activităților. Scopurile și obiectivele pot fi prioritizate în cadrul programului, dar toate obiectivele trebuie să fie incluse.

Premisa de bază a standardului ISO 14000 este îmbunătățirea performanței de mediu prin auto-reglementare și acces la tendințele pieței. Un sistem de management al mediului (SMM) oferă ordine și densitate organizațiilor, care le permite să abordeze problemele de mediu, prin alocarea de resurse, asumarea responsabilităților, precum și evaluarea continuă a practicilor, procedurilor și proceselor. Un SMM permite unei organizații să anticipeze și să îndeplinească obiectivele de mediu pentru a asigura respectarea continuă cu legislației naționale și / sau cerințele internaționale. Un SMM oferă un cadru de echilibru pentru integrarea intereselor economice și de mediu. Procesul de proiectare a unui SMM este iterativ și interactiv iar structura, responsabilitățile, practicile, procedurile, procesele și resursele necesare implementării politicilor de mediu, obiectivelor și scopurilor fiind coordonate prin prisma eforturile depuse în alte domenii, inclusiv operațiuni, finanțe, calitate și ocuparea forței de muncă, sănătate și securitate. O astfel de coordonare și integrare necesită schimbări, nu numai cu privire la procesele tehnice, dar implică și o schimbare semnificativă la nivel cantitativ a întregii organizații.

Sistemul de management de mediului (SMM)

Standardul ISO cu privire la modelul oferit de SMM se bazează pe cinci principii de bază. Cerințele SMM sunt definite în Secțiunea 4 a standardul ISO 14001. Cerința de bază este de a stabili și a menține un SMM care include toate criteriile cuprinse în standard. Modelul pentru un SMM se bazează pe cinci etape majore, descrise la nivel general mai jos.

1. **Angajament și Politică** – O organizație își definește politica de mediu și își ia angajamentul de a o aplica. Printr-un management de vârf trebuie să se angajeze la îmbunătățirea continuă a SMM, la prevenirea poluării și respectarea legislației în vigoare. Politica de mediu trebuie să fie relevantă vizavi de natură, amploarea și impactul activităților asupra mediului, produselor și serviciilor. Politica trebuie să fie documentată, accesibilă publicului larg, și comunicată angajaților.
2. **Planificarea** – O organizație realizează un plan pentru a-și îndeplini politica sa de mediu. În timpul acestei faze de planificare, în cadrul organizației se formează o echipă inter-funcțională care identifică gradul de impact asupra mediului al activităților, produselor și serviciilor, împreună cu standardele legale și de altă natură la care organizația aderă. Aceasta stabilește obiectivele iar apoi, ori de câte ori este posibil le cuantifică.
3. **Implementare** – Cel de-al treilea pas este implementarea planului de acțiune prin furnizarea de resurse și mecanisme suport necesare realizării politicii de mediu, obiectivelor și scopurilor. În această etapă, organizația definește rolul și responsabilitățile tuturor celor implicați în implementare, inclusiv reprezentanții procesului de coordonare. Se identifică și se cuantifică resursele necesare. Organizarea identifică activitățile și procesele care au un impact semnificativ asupra mediului și implementează procedurile care să gestioneze activitățile și procesele identificate. Acesta stabilește procedurile de formare și pe care le coordonează. Stabilește și implementează procedurile interne și externe de comunicare.
4. **Măsurarea și Evaluarea** – Organizația măsoară, monitorizează și evaluează performanțelor de mediu în raport cu obiectivele și scopurile. În această etapă se stabilesc procedurile specifice pentru realizarea evaluării performanțelor. În mod regulat, se monitorizează și se măsoară procesele, urmărindu-se performanța făcută și conformitatea cu obiectivele și scopurile. Organizația conduce auditul SMM pentru a identifica zonele care necesită îmbunătățiri și aplicarea corecțiilor necesare acolo unde este cazul.
5. **Revizuire și Îmbunătățire** – Ultimul pas important este de a dezvolta proceduri de revizuire și îmbunătățirea continuă a sistemului de management de mediu, potrivit obiectivului de dezvoltare continuă a performanței generale de mediu. Organizația compară performanța actuală cu obiectivele și scopurile sale, iar apoi identifică și corectează cauzele ale deficiențelor. De asemenea, se identifică și noi oportunități de îmbunătățire

Evaluarea performanțelor de mediu și audit

Succesul unui program de management de mediu depinde în mare măsură de cât de bine sunt măsurate performanțele de mediu. Sarcina de a evalua performanțele de mediu și identificarea indicatorilor corespunzători reprezintă un proces continuu. Standardul ISO 14001 cere ca organizațiile să-și definească obiectivele specifice, măsurabile și scopurile. De asemenea, acest standard prevede evaluarea performanței SMM și îmbunătățirea lui. Evaluarea performanței de mediu este un instrument de management care poate oferi organizației informații fiabile, obiective și verificabile pe o bază în continuă dezvoltare cu scopul de a stabili dacă acesta îndeplinește criteriile de mediu impuse de către conducere. Scopul EPE, care se află în faza de dezvoltare, este de a oferi un instrument de management ce poate genera informații corecte vizavi de măsurarea și monitorizarea performanței de mediu, contribuind la îndeplinirea obiectivelor și scopurilor. Standardele SMM stabilizează elementele de bază ale unui SMM. Procesul SMM oferă îndrumarea necesară cu privire la modul de măsurare regulată a

performanței în raport cu obiectivele și scopurile stabilite de SMM. Auditul unui SMM oferă îndrumări cu privire la modul de verificare a unui SMM existent în raport cu criteriile stabilite. Standardele ISO cu privire la auditul de mediu oferă baza necesară dezvoltării unui program de audit de mediu, care servește la colectarea și diseminarea informațiilor referitoare la SMM-ul organizației. Un audit al SMM ISO 14001 este instrumentul prin care sunt sistematic comparate aspectele de mediu ale organizației dumneavoastră și modul lor de gestionare cu cerințele din caietul de sarcini al ISO 14001.

Evaluarea produsului

Întrucât instrumentele de audit și evaluarea performanței de mediu sunt folosite pentru a evalua SMM, există o altă serie de standarde care nu se bazează pe sistemul în sine, ci mai degrabă pe caracteristicile produselor, proceselor și serviciilor. Aceste standarde includ certificarea ecologică și evaluarea ciclului de viață.

Prevederile standardului de certificare ISO 14000 vor afecta organizația în cazul în care aceasta este prezentă pe piața de retail. Aceste standarde regelementează mărcile produselor și semnificația lor, încercând să armonizeze existența diferitelor programe de certificare. În acest domeniu, scopul standardelor ISO nu este de a alinia toate programele de certificare pentru a rezulta unul singur, ci de a realiza o coerență în metode și proceduri. Analiza ciclului de viață presupune o vedere de ansamblu asupra mediului unui produs sau serviciu, de la materia primă de producție la distribuție și consumatorul final. Această perspectivă încurajează o organizație să ia în calcul toate aspectele de mediu ale acțiunilor sale, ajutând la integrarea problemelor de mediu în procesul decizional. Standardele ISO 14000 au un impact major asupra modului în care organizațiile din întreaga lume identifică și gestionează problemele lor de mediu, devenind repere ale calității mediului pentru desfășurarea afacerilor la nivel internațional în secolul următor. Dacă sunteți proactiv în gestionarea aspectelor de mediu ale unei organizații înseamnă că afacerea dvs. se îndreaptă în direcția corectă. Beneficiile potențiale sunt variate și pot include avantajele de piață, o bună calitate de funcționare și reducerea costurilor.

Reducerea costurilor devine evidentă atunci când un sistem eficient de management este bine implementat deoarece resursele sunt alocate în mod corespunzător, pregătite și concentrate; sistemul furnizează informații exacte, care stimulează procesul decizional și scade timpul de generare a raportului, precum și planificarea activităților ce asigură că un lucru este încadrat în timp, și în limitele bugetului. În plus, evaluarea ciclului de viață oferă un instrument ce identifică problemele de mediu de-a lungul vieții unui produs. Reducerea sau eliminarea acestor probleme înseamnă reducerea sau eliminarea activităților asociate cu acestea, adică reducerea costurilor.

PROBLEMELE DIN FAZA DE IMPLEMENTARE

În ciuda utilității standardelor de a oferi suportul necesar pentru implementarea programelor de management de mediu, soluția nu este numai respectarea cerințelor standardelor, deoarece în timpul procesului de aderare la standard se poate părăsi organizația care rămâne cu un program bine organizat și bine documentat, în final s-a dovedit că cele mai eficiente programe sunt cele care se concentrează pe metode practice decât pe a da viață și sens unui concept.

4.

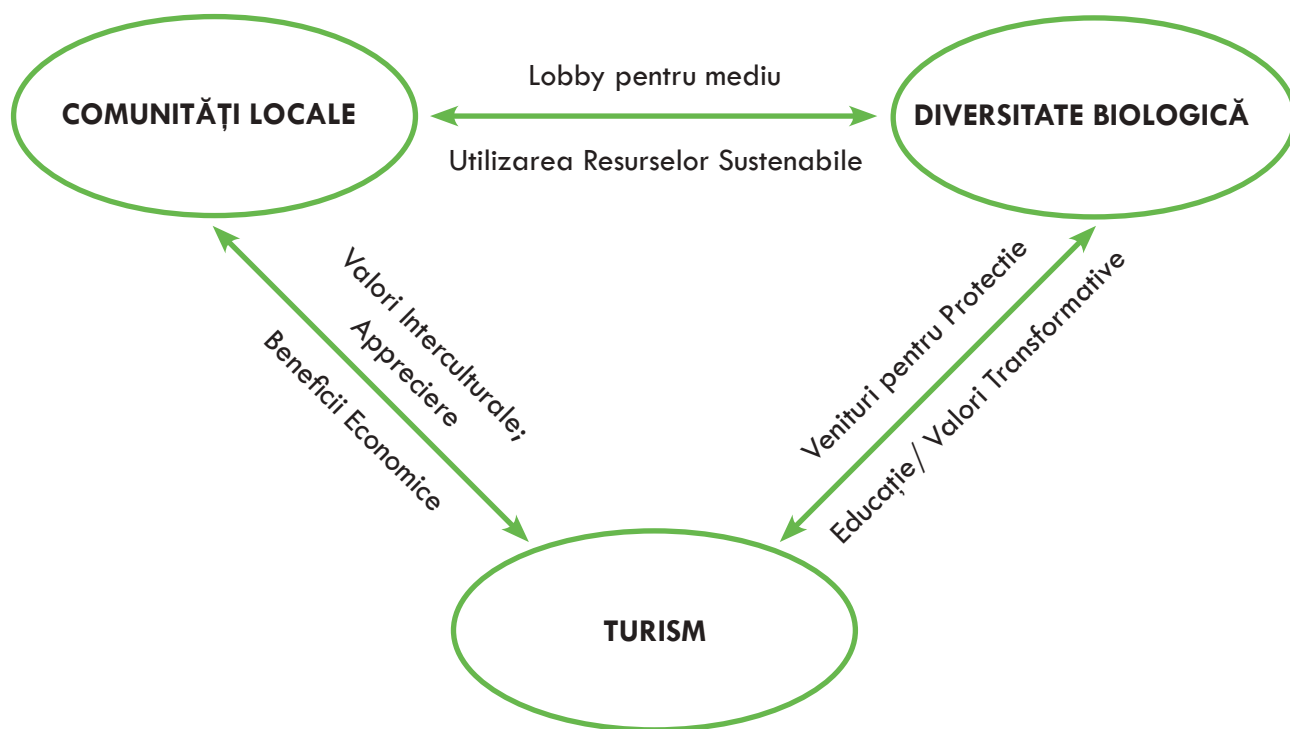
ARIILE PROTEJATE ȘI CONSERVAREA BIODIVERSITĂȚII

- Potențialul de organizare a ecoturismului -



Pierderea biodiversității la nivel mondial a devenit una dintre cele mai mari provocări de mediu ale secolului 21. Preocupare pentru biodiversitate este parte integrantă a dezvoltării durabile, a competitivității, creșterii economice și ocupării forței de muncă, precum și îmbunătățirea mijloacelor existente. Multe dintre serviciile pe care biodiversitatea și ecosistemele le furnizează sunt în prezent amenințate. Printre aceste servicii se numără producția de cherestea, alimentarea cu apă, tratarea deșeurilor, protejarea față de fenomenele naturale, controlarea calității aerului, controlarea climei regionale și locale, controlarea eroziunii, etc. Pe termen lung, pierderea serviciilor ecosistemice amenință deopotrivă oportunități de afaceri.

Într-o relație reciproc avantajoasă între populațiile locale și resursele din ariile protejate sau biodiversitate, localnicii acționează în calitate de administratori ai resurselor naturale și, în schimb, beneficiază de arii protejate prin recoltarea durabilă, zone integrate și multifuncționale, precum și protecția resurselor importante, cum ar fi bazinele hidrografice de apă. Adesea, relația dintre comunitățile locale și utilizarea resurselor, în special în locațiile periferice cu multe site-uri de ecoturism, este una în care crește dependența de exploatarea resurselor și, prin urmare, încercările de reglementare sau interzicere a utilizării resurselor pot fi irealiste și antagonice pentru localnici. (Mackinnon et al., 1986). Traiul bazat pe activități precum creșterea animalelor și agricultură, creșterea bovinelor, vânătoare, pescuit, așezatul lemnului, producerea cherestelei și extracții minerale utilizează cantități substanțiale din resurse naturale (apă, copaci, animale sălbatice, minerale și, mai presus de toate, terenuri și sol) care pot susține populații numeroase. Restricționarea utilizării resurselor poate conduce la confuzie și la resentimente din partea comunității locale, obișnuite să folosească terenurile și resursele (Olindo, 1991; Zifer, 1989). În astfel de situații, localnicii pot deveni adversari ai activității turistice și să submineze funcționarea sa. Aceste obstacole care stau în calea dezvoltării ecoturismului pot fi de multe ori contracarate prin implicarea localnicilor în procesele de planificare și de management, asupra cărora să aibă un anumit control și la care să aibă acces atunci când au nevoie. Chiar și așa, este probabil ca, în anumite situații, localnicii să nu agreeze turismul și acest punct de vedere ar trebui să fie respectat, dar în multe țări în curs de dezvoltare și în zonele periferice din așa-numitele țări dezvoltate, turismul este adesea văzut ca având un număr limitat de opțiuni de dezvoltare.



Paradigma ecoturismului: în viziunea generală a ecoturismului relația dintre oameni, resurse și turism are beneficii pentru toată lumea.

Conferința la Nivel European pe Tema Dezvoltării Afacerilor și Conservarea Biodiversității, desfășurată în Lisabona a invitat întreprinderile, guvernele, reprezentanții ai UE și ai ONG-urilor să:

- Continue creșterea gradului de conștientizare a avantajului competitiv care poate fi obținut prin conservarea biodiversității.
- Promoveze utilizarea unei game largi de mecanisme de piață, responsabilitatea corporativă și scheme de reglementare pentru conservarea biodiversității.
- Sprijine întreprinderile mici și companiile cu instrumente operaționale pentru conservarea biodiversității și măsurarea semnificativă a performanței.
- Ofere noi stimulente care să contribuie la dezvoltarea și consolidarea parteneriatelor dintre companii, guverne la toate nivelurile, ONG-uri și universități / mediu științific.

Ariile protejate reprezintă piatra de temelie a conservării biodiversității; acestea contribuie la conservarea habitatelor importante, furnizează refugii, permit migrarea și mișcarea speciilor, asigurând menținerea proceselor naturale asupra peisajului. Ariile protejate nu numai că ajută la conservarea biodiversității, ci asigură și bunăstarea oamenilor. Ariile protejate oferă resurse de trai pentru aproape 1,1 miliarde de oameni, deținând sursa primară de apă potabilă pentru mai mult de o treime din cele mai mari orașe din lume și fiind un factor esențial în asigurarea securității alimentare la nivel mondial. Dincolo de granițele lor, zonele bine gestionate și protejate oferă beneficii semnificative, care pot aduce avantaje pentru economia națională, putând contribui la reducerea sărăciei și dezvoltarea durabilă, inclusiv la realizarea Obiectivelor de Dezvoltare ale Mileniului. Cum impactul negativ al schimbărilor climatice amenință planeta, ariile protejate oferă o soluție convenabilă pentru un adevăr dureros. O mai bună gestionare, o mai bună stabilitate, o mai bună guvernare și o mai bună finanțare a ariilor protejate sunt elemente cheie atât pentru atenuarea, cât și pentru adaptarea la schimbările climatice.

Categoriile de arii protejate

IUCN a definit o serie de categorii de gestionare a ariilor protejate, bazate pe obiective de management. Definițiile acestora și exemple din fiecare categorie sunt prevăzute în Ghidul privind aplicarea categoriilor de management al ariilor protejate (IUCN, 1994). Cele șase categorii sunt:

- **CATEGORIA Ia:** Rezervații naturale sticte : arii protejate administrate în principal pentru interes științific. Definiție: Zona de teren și / sau maritimă care posedă unele ecosisteme restante sau a reprezentative, caracteristici geologice sau fiziologice și / sau specii, disponibile în principal pentru cercetarea științifică și / sau monitorizare.
- **CATEGORIA Ib:** Zone de sălbăticie: arii protejate gestionată în principal pentru protecția zonelor naturale sălbatice. Definiție: suprafețe întinse de teren nemodificate sau ușor modificate, care își mențin caracterul natural și influența, fără a avea așezări umane permanente sau semnificative, arii protejate administrate pentru menținerea stării naturale.
- **CATEGORIA II:** Parc național: arii protejate gestionată în principal pentru protejarea ecosistemelor și recreere. Definiție: suprafețe de teren naturale și / sau maritime, desemnate (a) să protejeze integritatea ecologică a unuia sau mai multor ecosisteme pentru generațiile prezente și viitoare, (b) să excludă exploatarea sau ocuparea care contravine scopului desemnat zonei și (c) să ofere o bază pentru experiențe spirituale, științifice, educaționale, recreative și de vizitare, compatibile ecologic și cultural cu zona respectivă.
- **CATEGORIA III:** Monumente ale naturii: arie protejată administrată în principal pentru conservarea caracteristicilor naturale specifice. Definiție: Arii protejate care conțin una sau mai multe trăsături specifice naturale sau caracteristici naturale / culturale, care au o valoare deosebită pentru vizitatori, cu trăsături unice, reprezentative sau calitățile estetice, precum și o semnificație culturală.
- **Categoria IV:** Habitat / arii protejate de administrare a speciilor: arii protejate cu management activ al habitatului sau speciei. Definiție: Zona de teren și / sau de mare gospodărită în special pentru conservare în scopuri de management, astfel încât să se asigure menținerea habitatelor și / sau îndeplinirea cerințelor anumitor specii.
- **Categoria V:** Peisaj terestru/ marin protejat: arie protejată administrată în special pentru conservarea peisajului terestru / marin și recreere. Definiție: Arie protejată în care interacțiunea dintre om și



© Iliyan Vatchanov

natură de-a lungul timpului a produs o zonă cu caracter distinctiv, cu o valoare ecologică semnificativă și / sau culturală, și, adesea, cu o diversitate biologică mare și în care păstrarea integrității acestei interacțiuni tradiționale este vitală pentru protecția și menținerea zonei și a valorilor de conservare a naturii asociate precum și a altor valori.

- **CATEGORIA VI:** Arie protejată destinată utilizării durabile a resurselor naturale. Definiție: Sunt în general zone largi, predominant în stare naturală, care au reușit să asigure o protecție pe termen lung și să mențină diversitatea biologică, oferind în același timp, un flux durabil de produse naturale și servicii care satisfac nevoile comunității.

- **CATEGORIA UA:** Atunci când situl nu respectă definiția recunoscută la nivel internațional a unei arii protejate, acesta nu poate fi integrat într-una din categoriile de mai sus. Astfel, situl respectiv nu poate fi clasificat, fiind inclus în categoria (UA), din lista ariilor protejate UNEP-WCMC .

Crearea de arii protejate reflectă măsurile luate pentru conservarea biodiversității așa cum și datele complete despre ariile protejate recunoscute oficial sunt adesea compilate. Datele includ informații cu privire la toate siturile desemnate la nivel național, variind de la parcuri naționale la rezervații de pădure și zone naturale stricte, la rezervații cu resurse. La nivel global numărul de arii protejate a crescut semnificativ de-a lungul ultimei decenii, ajungând în prezent la mai bine de 100.000 de situri, și suprafața totală a crescut continuu, de la mai puțin de 3 milioane de km² în 1970 la peste 20 milioane km² în 2012.

Impactul ecoturismului este similar cu impactul la scară mică a construcțiilor, apă și canalizare, infrastructură asupra zonelor sensibile. Efectele adverse includ:

- Eroziunea solului sau compactarea solului, din următoarele cauze: drumuri prost concepute și trasee care nu respectă contururile naturale; ieșirile din decor în zonele umede, plin de fagașe sau defilee; circulația pe trasee off-road pentru a admira unicitatea faunei sălbatice sau caracteristicile resurselor; și infrastructura prost proiectată sau utilizarea excesivă a zonelor de campare și a traseelor turistice.
- Deteriorarea resurselor de apă și a calității apei din cauza designului nepotrivit și amplasarea de latrine, fose septice, și deșeuri solide.
- Defrișarea din cauza tăierii lemnului de foc, camping, și construcții.
- Distrugerea plantelor endemice.
- Modificări ale comportamentului animal din cauza interferențelor umane, poluării cauzate de evacuarea gunoaielor, reziduuri petroliere, sau vehicule.

Utilizatorii de resurse locale care locuiesc în apropierea ariilor protejate pot fi, de asemenea, afectați negativ. Turiiștii pot avea un impact semnificativ asupra integrității culturale și economice a unei comunități. Caracterul sezonier al turismului poate intra în conflict cu nevoile pieței muncii pentru plantarea culturilor și recoltare, precum și protejarea sporită a unei arii deja protejate poate intra în conflict cu obiceiul localnicilor de a folosi produse secundare din pădure (lemn de foc, plante medicinale, carne de vânat).

În același timp, beneficiile potențiale ale ecoturismului pot afecta negativ mediul din aria protejată. O creștere a ocupării forței de muncă, infrastructurii (drumuri, electricitate, telecomunicații), asistență

tehnică sau servicii (educație, sănătate) îi poate stimula pe oameni să migreze în apropierea unei arii protejate. De asemenea, îmbunătățirea contextului economic este adesea însoțit de creșterea producției deșeurilor solide.

Efecte negative asupra mediului rezulta adesea dintr-o planificare minimalistă și o slabă coordonare. Ecoturismul ar trebui să se bazeze pe un plan național de turism și pe planurile de management din ariile protejate care ar putea fi utile în catalizarea programelor de ecoturism solid concepute. Acest plan poate fi folosit ca un ghid pentru a stabili reglementări, politici, și responsabilitățile pentru tur-operatori și alți utilizatori. În plus, planurile de management ar trebui să fie elaborate pentru anumite arii protejate înainte de începerea activităților turistice. Standardele privind designul peisagistic și funcționarea taberelor și a cabanelor trebuie să fie promulgate și reglementate pentru toți investitorii potențiali și operatori.

Angajații din ariile protejate ar trebui să fie instruiți cu privire la gestionarea resurselor, materialelor, echipamentelor, personalului și bugetului. În afară de obținerea satisfacției clienților și creșterea experienței educaționale a vizitatorilor, personalul instruit corespunzător trebuie să se asigure că turiștii stau în zonele special amenajate și folosesc într-o manieră durabilă facilitățile precum - resurse de apă, lemn de foc, locuri de campare.

Planurile de management

Dezvoltarea planurilor de management pentru ariile protejate. Pe baza evaluărilor sociale și ecologice din teren, aceste planuri ar trebui să includă limitele de utilizare acceptabilă pentru anumite arii protejate. Planurile de management din ariile protejate ar trebui să stabilească, de asemenea, criteriile care reglementează accesul la zonele ecologice sensibile, pitorești, sau culturale, inclusiv distanțele minime ale drumurilor și gradul de accesibilitate a vizitatorilor, Acestea ar trebui să desemneze zonele special rezervate pentru activități de cercetare, de sălbăticie, drumuri, trasee, conservarea valorilor sociale, facilități pentru vizitatori, precum și marcaje vizibile pe timp de noapte. Evaluarea ecologică ar trebui să identifice siturile care urmează să fie evitate, precum și cele care vor fi dezvoltate, precum și tipul și suprafața de infrastructură considerată admisibilă -cabane, locuri de campare, drumuri, centre de vizitare, birouri administrative, locuințe de personal, și altele asemenea.



Limitele de utilizare acceptabilă:

Capacitatea maximă al vizitatorilor pe care o zonă poate să o susțină, fără a afecta experiența vizitatorilor sau alte valori ecologice, estetice, sau resursele naturale. Limitele de utilizare acceptabile pot fi bazate pe numărul de vizitatori pe zi, numărul de paturi permise într-o zonă, numărul de vehicule pe kilometru, sau alte măsurători. Oricare ar fi măsurile selectate, ar trebui să fie ușor pentru personalul ariei protejate să urmărească și să înregistreze nivelul de utilizare.

În multe cazuri, impactul cel mai semnificativ este asociat cu realizarea drumurilor și potecilor care facilitează accesul vizitatorilor. Planurile existente ar trebui să fie revizuite pentru a stabili dacă drumurile ar putea fi relocate sau înlocuite cu trasee. Din ce în ce mai mulți manageri și investitori recunosc că experiența vizitatorilor este adesea accentuată de experimentarea mediilor naturale la pas, mai degrabă decât utilizând autovehiculele.

Planurile ar trebui să includă evaluări de mediu și sociale pentru a furniza informații cu privire la modul în care comunitățile locale utilizează ariile protejate. Multe comunități din America Latină și Caraibe recoltează (sau folosesc sau depind de) resurse din ariile protejate, inclusiv lemn de foc, materiale de construcții, carne de vânat, pește, păsări, insecte, plante medicinale, plante ornamentale, precum și fructe și pomușoare.

Odată ce evaluările ecologice și sociale sunt finalizate, se poate realiza un plan de turism prin care se stabilesc parametrii de dezvoltare a infrastructurii (drumuri, poteci, zone de campare), numărul și locația vizitelor turistice, și responsabilități pentru implementarea și monitorizarea planului. Luați în considerare următoarele aspecte atunci când dezvoltați ghidurile de management:

- Decideți cu privire la audiența primară - vizitatori generali, tur-operatori, grupuri de vizitatori.
- Identificați tema sau elementul cheie - protecția mediului, creșterea gradului de conștientizare culturală.
- Includeți îndrumări pentru comportamentul și nevoile vizitatorilor - campinguri, drumeții, plimbări cu barca.
- Consultați-vă cu ghizii și șoferii care însoțesc turiștii în zonele țintă.
- Obțineți asistență tehnică de la oamenii de știință care au studiat impactul turistic.
- Organizați reuniuni sau grupuri de lucru cu factorii interesați de dezvoltarea turismului, și formați un comitet de rezidenți, manageri de resurse, ghizi, agenți comerciali, proprietarii de cabane, personal de serviciu, șoferi și vânzători locali.
- Folosiți drept model ghidurile din alte țări
- Stabiliți obiectivele și găsiți o cale de evaluare dacă obiectivele au fost îndeplinite - peisaje îmbunătățite, scăderea gradului de eroziune a solului.
- Elaborați o schiță a documentului care poate fi revizuită de către specialiști, și creați un plan de diseminare a ghidului.
- Stabiliți reglementările oficiale pe baza planului (necesită personal de aplicare și de cercetare pentru a face recomandări susținute cu privire la datele despre impactul vizitatorilor asupra solului, apei, speciilor pe cale de dispariție, și a habitatelor).

Beneficiile ecoturismului responsabil și contribuția la conservarea biodiversității pentru companii de ecoturism sunt:

- Diversificarea și îmbunătățirea serviciilor și produselor.
- Asigurarea unui nou plan de marketing și promovare.
- Îmbunătățirea opiniei publice și percepția companiei.
- Diferențierea companiei față de competitori și funcționarea ca o afacere model, responsabilă și inovatoare.
- Oferirea posibilității companiilor de a ajunge la clienți noi.
- Atragerea fuzionării întreprinderilor și apariția, prin urmare, a dinamicii de creștere economică.

De asemenea, acesta va garanta gestionarea durabilă a resurselor de ecoturism, asigurând astfel utilizarea pe termen lung a siturilor ecoturistice și a resurselor și va promova un comportament responsabil în rândul ecoturiștilor. Actorii sau beneficiarii din sectorul de ecoturism ar putea profita atât în prezent cât și în viitor. În cele din urmă, pot apărea riscuri cu privire la afectarea imaginii companiilor și a reputației, în contextul unor piețe noi și relația cu clienții și acționarii care sunt mai conștienți de problemele ecologice. Încheierea de parteneriate durabile cu factorii interesați și identificarea obiectivelor comune pot contribui în mod pozitiv la o afacere sustenabilă. Atenuarea acestor riscuri va contribui la consolidarea mărcii și la imaginea companiei. Mai mult decât atât, companiile care acționează în calitate de campioni ai practicilor durabile vor avea beneficii directe de pe urma unei imagini de acest gen.

Politica UE privind biodiversitatea este susținută de două directive, Habitate și Păsări. Aceste două directive stabilesc cadrul rețelei Natura 2000 pe zone de conservare. În prezent, Natura 2000 contribuie la conservarea celor mai importante habitate și specii din Europa și este piatra de temelie a politicii UE în domeniul biodiversității. În consecință, Natura 2000 va fi un element important al Strategiei UE în domeniul biodiversității cu scopul de a stopa pierderea biodiversității și a degradării serviciilor ecosistemice în UE până în 2020 și să le refacă în măsura în care este posibil, în timp ce intensificarea contribuției UE la nivel global evitarea pierderea biodiversității.

Natura 2000 este o rețea europeană ce are scopul de a asigura supraviețuirea pe termen lung a celor mai valoroase specii amenințate și habitate din Europa. Acesta este format din Arii Speciale de Conservare (SAC-uri) desemnate de către statele membre în temeiul Directivei Habitate și Arii de Protecție Specială (APS), desemnate în temeiul Directivei Păsări din 1979. Natura 2000 nu este un sistem de rezervații naturale stricte în care toate activitățile umane sunt interzise.

Activitatea economică este una dintre cauzele majore ale pierderii biodiversității, cu toate acestea Europa continuă să piardă biodiversitatea sa într-un ritm alarmant. Factorii cheie ai declinului biodiversității sunt schimbarea habitatelor, schimbările climatice, speciile invazive, supraexploatarea și poluarea. Întreprinderile pot ajuta la reducerea acestor presiuni, prin gestionarea și atenuarea impactului acestora asupra biodiversității și a serviciilor ecosistemice. Acestea ar trebui să-și revizuiască sistematic activitățile în ceea ce privește biodiversitatea și serviciile ecosistemice (BES) și să evalueze modul în care factorii direcți și indirecti ai schimbărilor din serviciile ecosistemice pot afecta activitatea acestora în conformitate cu TEEB - Raportul pentru mediul de afaceri privind evaluarea economică a ecosistemelor și a biodiversității.

Practic, toate întreprinderile au un impact asupra biodiversității, fie prin lanțurile lor de aprovizionare sau prin investițiile pe care le fac. Legăturile dintre mediul de afaceri, biodiversitate și ecosisteme variază în funcție de sector. Aceste legături depind de sediul afacerii, sursa materiei prime, în unele cazuri, localizarea clienților, și/sau tehnologia de producție utilizată. În linii mari, aceste legături pot fi grupate în funcție de efectele afacerii asupra biodiversității, pe de o parte, și dependența de afaceri privind serviciile ecosistemice, pe de altă parte.

Biodiversitatea în mediul de afaceri este definită ca:

“Întreprindere comercială care generează profituri prin procesele de producție care contribuie la conservarea biodiversității, utilizarea durabilă a resurselor biologice și împărtșirea beneficiilor de pe urma consumului echitabil.”

Această definiție reflectă cele trei obiective generale ale Convenției Națiunilor Unite privind Diversitatea Biologică (CBD), care, de asemenea, face eforturi sporite pentru a integra conservarea biodiversității în sectorul privat, dezvoltarea durabilă și împărtșirea echitabilă a beneficiilor. În ambele comunități, de mediu și de afaceri, există o recunoaștere din ce în ce mai sporită a potențialului de conservare a biodiversității pe o bază comercială.

Este ușor ca o afacere să contribuie la conservarea biodiversității în cazul în care funcționarea întreprinderii depinde în mod direct de biodiversitate. Turismul bazat pe natură este un caz în care veniturile companiilor depind direct de starea de sănătate a ecosistemului din jur. În astfel de cazuri, oamenii de afaceri și managerii trebuie să insiste mai mult când investesc în managementul biodiversității. Pentru afacerile care nu sunt în mod direct și, aparent, dependente de serviciile ecosistemice, accentul trebuie să fie pus pe modul în care biodiversitatea și serviciile ecosistemice (BES) pot afecta indirect activitatea lor de bază.

Cazurile în care întreprinderea contribuie la conservarea biodiversității și a ecosistemelor devin din ce în ce mai populare. Companiile care înțeleg și gestionează riscurile prezentate de pierderea biodiversității și degradarea ecosistemelor ajung să profite mai repede de oportunitățile de afaceri, având cele mai mari șanse de a prospera.

Întreprinderile își pot arăta influența asupra biodiversității și a ecosistemelor:

1. Identificarea impactului și dependența afacerii dumneavoastră privind conservarea biodiversității și a serviciilor ecosistemice (BES). Primul pas este de a evalua impactul de afaceri și dependențele asupra biodiversității și a ecosistemelor, inclusiv legăturile directe și indirecte în lungul lanț valoric, folosind instrumentele existente, pe care veți încerca să le îmbunătățiți pe parcurs.
2. Evaluarea riscurilor și oportunităților de afaceri asociate cu aceste efecte și dependențe. Pe baza acestei evaluări, întreprinderile pot identifica riscurile de afaceri și oportunitățile asociate cu impactul lor și dependențele de BES, și să-și educe angajații, proprietarii, furnizorii și clienții.

Evaluare economică a efectelor BES și dependențele pot ajuta la clarificarea riscurilor și oportunităților.

3. Dezvoltarea sistemului de informare BES, stabilește obiectivele SMART, măsoară și valorifică performanțele și raportează rezultatele. Strategiile privind biodiversitatea și ecosistemele de afaceri par să includă un sistem îmbunătățit de informații corporative, dezvoltarea de obiective cantitative BES și indicatori de performanță, precum și integrarea acestora într-un sector de afaceri mai dezvoltat, cu riscuri mai mari și oportunități de dezvoltare a planului de management. Un pas important pentru câștigarea încrederii factorilor interesați, în timp ce se constituie presiune de grup la nivelul industriei este măsurarea acțiuni și rezultatelor și raportarea impactului BES.
4. Să ia măsuri pentru a evita, a reduce și a stabili riscurile BES, inclusiv compensarea în natură („offset”) acolo unde este posibil. Obiectivele BES se pot baza pe conceptele de „nicio pierdere netă”, „neutralitate ecologică” sau „impact net pozitiv” și acolo unde este cazul includ suportul necesar pentru compensarea biodiversității. Asociațiile industriale vor continua să joace un rol cheie în dezvoltarea și promovarea standardelor solide și eficiente în dezvoltarea biodiversității și în pregătirea ghidului pentru membrii lor cu privire la reducerea impactului.
5. Profitați de tendințele emergente de afaceri ale BES, cum ar fi cost-eficiență, produse și piețe noi. Afacerea poate sprijini creșterea piețelor ecologice și poate ajuta la proiectarea condițiilor de eficiență care să permită dezvoltarea pe piață a serviciilor din domeniul biodiversității și al ecosistemelor, ceea ce poate duce la diversificarea produsului turistic și completarea eforturilor de combatere a caracterului sezonier a ofertei turistice. Astfel de oportunități pot fi facilitate prin angajarea agenților publice, organismelor contabile și financiare, organizațiile și comunitățile de conservare.
6. Integrarea strategiei de afaceri și acțiunile BES în cadrul unei inițiative extinse de responsabilitate socială corporativă. Există un potențial de a spori atât starea biodiversității și mijloacele de subsistență umană, care pot contribui la reducerea sărăciei la nivel mondial, prin integrarea acțiunilor BES în sustenabilitate corporativă și în strategiile de implicare în comunitate.
7. Colaborați cu partenerii de afaceri și factorii guvernamentali interesați, ONG-urile și societățile civile pentru a îmbunătăți orientarea și politica BES. Întreprinderea poate avea o contribuție semnificativă la eforturile de conservare și la stoparea procesului de pierdere a biodiversității. Mediul de afaceri trebuie să participe mai activ la discuțiile privind politicile publice și să promoveze reforme de reglementare adecvate, precum și să dezvolte liniile directorii complementare, voluntar alese.

Cele mai bune practici de ecoturism în domeniul biodiversității în materie de potențial de organizare

Cele mai bune practici selectate sunt analizate în funcție de diferite criterii (spre exemplu, relevanța acestora pentru sector, recunoașterea eficienței lor, etc), care să permită organizațiilor să aleagă o abordare relevantă în funcție de nivelul lor de progres vizavi de acțiunile de conservare a biodiversității. În acest scop se utilizează o grilă de analiză care cuprinde cinci categorii principale.

Prima categorie se referă la „caracteristici” și oferă o privire de ansamblu rapidă a celor mai bune practici pentru cititor. Se oferă o descriere scurtă, precum și răspunsuri la următoarele întrebări:

- Cine și pentru cine a fost proiectat (care este sectorul și utilizatorii)?
- Această inițiativă a fost utilizată de un grup larg de companii?
- Rezultatele pot fi cuantificate ?

Partea a doua, „domeniul de aplicare”, ajută cititorul să identifice rapid domeniul de aplicare a lanțului valoric al abordării și în ce etapă a proiectului acesta poate fi utilizat. Aceasta abordează următoarele puncte:

- Aceasta este cea mai bună practică care să acopere doar întreprinderea, lanțul de valori în amonte sau în aval?
- Când se utilizează aceste exemple de bune practici? Cărei etape din cadrul progresului se adresa (definirea strategiei, acțiuni concrete, evaluarea impactului, etc)?

Cea de-a treia parte numită „beneficii” abordează rezultatele obținute. Exemplele de bune practici iau în considerare sau analizează:

- Beneficiile ecologice cu privire la amenințările biodiversității (pierderea și degradarea habitatului, speciile invazive, schimbările climatice, poluarea și supraexploatarea)?
- Beneficiile financiare (reducerea costurilor, reputația și valoarea brandului, siguranța aprovizionării, inovativitate, reduceri și prețuri, diminuarea riscului)?
- Beneficiile sociale (pentru angajați, cât și pentru comunitățile locale sau alte asociații și ONG-uri)?

Partea „factori de succes” este dedicată organizațiilor care sunt interesate să reproducă următoarea abordare:

- Ce nivel de resurse umane și financiare trebuie să fie furnizate?
- Oare instrumentul descrie factorii care permit eficiența și succesul de implementare a abordării?
- Care sunt limitele abordării?

Un set de exemple de bune practici la nivel mondial / sectorial a fost dezvoltat de-a lungul anilor pentru a facilita integrarea biodiversității în mediul de afaceri. Prin următoarea grilă de analiză am clasificat cele mai relevante exemple de bune practici pentru a ajuta organizațiile din domeniul ecoturismului și a biodiversității să caute și să selecteze materialul cel mai potrivit pentru obiectivele și problemele sale specifice.

Următoarele 5 exemple de bune practici au fost analizate și clasificate (de către Platforma Uniunii Europene privind sectorul de afaceri și biodiversitatea) cuprinzând de la cea mai veche la cea mai recentă abordare:

- Ghidul operațional privind biodiversitatea în domeniul hotelier „Biodiversity: My hotel in action”: Împreună cu Accor, una dintre cele mai importante companii hoteliere din lume, IUCN a analizat contribuția pe care hotelurile o pot aduce la conservarea și sporirea biodiversității prin intermediul activităților zilnice. Acesta a fost lansat în anul 2008. Mai multe informații la: http://cmsdata.iucn.org/downloads/iucn_hotel_guide_final.pdf
- Observare vieții sălbatice și turism. UNEP / CMS: Un studiu privind beneficiile și riscurile de observare a faunei sălbatice - o activitate cu o creștere rapidă în turism - și impactul acesteia asupra speciilor a fost lansat în 2006. Mai multe informații la: http://www.cms.int/publications/pdf/CMS_WildlifeWatching.pdf
- Ghidul CDB privind biodiversitatea și dezvoltarea turismului și manualul de utilizare: Publicat de Convenția privind diversitatea biologică (CBD) în 2003, acesta prevede liniile directoare internaționale privind activitățile legate de dezvoltarea turismului durabil în ecosistemele terestre, marine vulnerabile și de coastă și a habitatelor de importanță majoră pentru diversitatea biologică și ariile protejate, inclusiv ecosistemelor montane și fragile din zonă. Mai multe informații la: <http://www.cbd.int/doc/programmes/tourism/tourism-manual-en.pdf>
- Turism și biodiversitatea - Mapping Tourism's global footprint: Această publicație a UNEP apărută în 2003 arată legătura dintre zona de biodiversitate și turism, atât în termeni de amenințări cât și de oportunități. Mai multe informații la: http://www.unep.org/PDF/Tourism_and_biodiversity_report.pdf
- Linking Communities, Tourism & Conservation: Un proces de evaluare a turismului. Conservation International: Conservation International prezintă una dintre temele abordate în timpul seminariilor sale. Acesta a fost conceput pentru practicanții din teren cu scopul de a efectua o evaluare rapidă și o analiză a potențialului turistic dintr-o destinație. Acesta a fost publicat în 2005. Mai multe informații la: http://www.conservation.org/Documents/CI_ecotourism_tourism_assessment_process_manual.pdf



5.

MONITORIZAREA IMPACTULUI VIZITATORILOR ȘI MANAGEMENTUL SATISFACTIEI CLIENȚILOR



Cererea tot mai mare pentru zona naturala de agrement și turism a înregistrat o creștere a numărului de vizitatori în ariile protejate. Ca și răspuns, a existat o creștere în cercetarea despre impactul vizitatorilor. De asemenea a existat și un interes crescut în stabilirea și menținerea programelor de monitorizare a impactului vizitatorilor.

Studii științifice și sistematice ale impactului vizitatorilor adesea menționate ca domeniul ecologiei de agrement pot fi datate cel puțin din anii 1930. Această linie de cercetare a devenit mai activă începând cu sfârșitul anilor 1960 ca și răspuns la preocupările managementului în creștere prin vizitarea sporită. Un val recent de interes în cercetarea impactului vizitatorului este legat de creșterea rapidă a ecoturismului și preocupări concomitente cu privire la efectul destinațiilor prețioase de ecoturism, care de multe ori se încadrează în parcuri naționale și situri de patrimoniu (Newsome și co. 2001; Buckley 2004). În general, activitățile prietenoase cu natura în turismul de agrement a oferit cunoștințe considerabile cu privire la impactul vizitatorilor în ariile protejate (Knight and Gutzwiller 1995; Liddle 1997; Hammitt and Cole 1998), realizându-se multe studii concentrate pe dezvoltarea evaluării impactului și monitorizarea procedurilor.

Pentru a răspunde acestei provocări, exista un acord răspândit ca monitorizarea tendințelor în consumul vizitatorului și condiția resursei este esențială pentru a informa cele mai bune decizii de management. Planificarea, efectuarea și prelucrarea informației din programele de monitorizare este adesea o sarcină dificilă, cu toate acestea, și mult prea adesea managerii trebuie să ia decizii fără date adecvate de monitorizare. Problema este adesea exacerbată de o înțelegere incompletă a dificultăților impactului vizitatorului care invariabil includ dimensiuni ecologice și umane.

Exemple privind impactul vizitatorilor includ eroziunea traseului, tulburarea faunei salbatice, poluarea apei, moartea organismelor recifului de corali și conflictul și aglomerarea vizitatorilor (Ceballos-Lascurain, 1996; Hammitt & Cole, 1998; Manning, 1986; Marion & Farrell, 1998; Shelby et al., 1989). Problemele impactului vizitatorilor necesită atenția conducerii pentru următoarele motive:

- (1) Efectele pot compromite mandatele protecției din zona de resurse protejate
- (2) Multe efecte apar rapid la niveluri inițiale sau scăzute de utilizare



(3) Unele efecte sunt cumulative, resurse tot mai mult degradante de-a lungul timpului; și

(4) Efectele pot duce la alte consecințe nedorite cum ar fi vizita diminuată, beneficii economice sau stimulente de protecție a resurselor.

Programele de management privind impactul vizitatorilor pot reduce efectele vizitatorilor înainte ca programele costisitoare de restaurare și reabilitare să devină necesare. Potrivit Uniunii Internaționale pentru Conservarea Naturii (IUCN), ariile protejate sunt create pentru a proteja și promova valorile patrimoniului nostru natural sau cultural, și pentru a menține biodiversitatea și/sau sistemele de susținere a vieții ecologice (IUCN, 1991). Multe țări recunosc și promovează în mod activ beneficiile care permit accesul vizitatorilor, astfel, ei se confruntă cu o dilemă dificilă de echilibrare a două obiective de utilizarea vizitatorilor și protejarea resurselor. Aceste probleme pot fi dificil de abordat, fără un cadru de structură, și ghidul de luare a deciziilor (McCool, 1994; McCool & Stankey, 1992).

În plus, cadrele de luare a deciziilor pot ajuta să se integreze mai bine nevoile locale de resurse și sistemele de management al resurselor în managementul zonelor protejate. Controlul național sau de stat asupra resurselor adesea a rezultat în retragerea dreptului de vot a persoanelor indigene cu pretenții de resurse, interzicerea accesului lor la resursele naturale (Gomez-Pompa & Kaus, 1992; Peluso, 1993; Pimbert & Pretty, 1995).

Cadrele de luare a deciziilor asigură o structură pentru luarea unor compromisuri raționale și ușor de apărut între protecția resurselor și accesul vizitatorilor la aceste resurse. Cadrele integrează un mijloc de evaluare a efectelor vizitatorului și stabilirea acțiunilor și strategiilor de management pentru a minimiza sau preveni impactului vizitatorului identificate ca indezirabile.

Capacitatea de transport a fost primul cadru utilizat pentru a aborda aceste probleme. Conceptul de capacitate de transport a fost adaptat de la managementul de rând și a fost aplicat la managementul de agrement la începutul anilor 1960 (Wagar, 1964). Acesta este definit ca și totalul vizitatorilor care utilizează zona și care oferă o calitate susținută de agrement bazată pe atributele și aspecte sale ecologice, sociale, fizice și manageriale (Stankey & McCool, 1990). Accentul este pus pe stabilirea nivelului de utilizare dincolo de care efectele depășesc nivelurile acceptabile specificate de standardele evaluative (Shelby & Heberlein, 1986). Capacitatea de transport a turismului a fost



mai târziu extinsă pentru a include problemele legate de dezvoltare și efectele economice și socio-culturale privind culturile gazdă (Inskeep, 1988;Wolters, 1991). Abordarea tradițională a capacității de transport subliniază stabilirea numărului de vizitatori bazată pe relații matematice ale variabilelor de interes. Astfel, capacitatea de transport include atât elemente descriptive (de exemplu, parametrii de management, cum ar fi tipul și gradul de utilizare legate de impact) cât și componente evaluative (de exemplu, valoarea judecăților despre acceptabilitatea unor niveluri diferite de efecte) (Shelby & Heberlein, 1984). Importanța componentei evaluative este adesea subestimată sau nefacută explicit, care maschează subiectivitatea inerentă în procesul capacității de transport. Experții pot selecta cât și evalua indicatorii de efect social și ecologic pe baza experienței anterioare și a altor studii.

Cadrul Managementului Impactului Vizitatorului asupra Ariilor Protejate (PAVIM), cum ar fi capacitatea de transport, recunoaște constrângerile de management, dar și include analizele problemei de efect, flexibilitatea selecției de strategie multiplă și implicarea publică. PAVIM identifică oportunități de management și probleme de impactului vizitatorului, cuprinde o etapă a analizei problemei prin angajarea unui grup de experți pentru a înlocui indicatorii, monitorizarea și standardele și rezultatele în selectarea, implementarea și evaluarea acțiunilor de management a impactului vizitatorului.

Participarea publică și grupul de experți

PAVIM include participarea publică și un grup de experți deoarece deciziile de management sunt în cele din urmă mai degrabă sociale și politice decât tehnice (McCool & Cole, 1997). 'Publicul' include localnicii, vizitatorii și alte părți interesate care doresc să participe la luarea deciziilor. Participarea publică este deosebit de relevantă în primele trei etape, pentru a identifica valorile și scopurile ariilor protejate, obiective de management și probleme de efect, precum și acceptabilitatea problemelor de efect dar pot, de asemenea aparea de-a lungul derulării procesului. Forumul depinde de numărul de persoane implicate și de problemele discutabile care se analizează. Managerii ariilor protejate joacă un rol semnificativ în dezvoltarea programelor de participare publică deoarece ei sunt responsabili de echilibrarea nevoilor și intereselor vizitatorilor și a factorilor interesați, cu mandate de protecție a resurselor și constrângerilor de management (Ceballos-Lascurain, 1996). Grupul de experți lucrează cu managerii și personalul ariilor protejate pentru a analiza problemele de efect, selecta acțiunile

de management și evalua eficacitatea strategiei. Grupul este compus din persoane cu expertiză relevanță pentru cele mai mari probleme de management prioritare. Grupul poate include persoane cu cunoștință socială și medii de management a impactului vizitatorului și indivizi cunoscători despre problemele locale de vânatoare. Experții pot include rezidenți locali, reprezentanți ai agențiilor, oameni de știință, personalul organizației non-guvernamentale și alte persoane de origine locală, națională sau internațională. Experții diferă de public, deoarece ei sunt nominalizați sau altfel selectați de către managerii zonelor protejate pentru expertiza lor în ceea ce privește problemele specifice. S-ar putea să fie o suprapunere între sectorul public și experții selectați ca reprezentanți publici.

Etapele PAVIM

PAVIM este un proces iterativ, flexibil, din șase etape în care participanții pot lua în considerare simultan consecințele opțiunilor de zonare, acceptabilitatea efectelor diferite și implicațiile de selectare a diverselor tactici de management, toate care au fost identificate ca fiind atribute importante ale cadrului de luare a deciziilor (McCool, 1994).

Etapa 1: Identificarea valorilor zonei, scopul și zonele de management

Intenția acestei etape este de a caracteriza valorile naturale, culturale, de agrement și alte resurse, pentru a descrie scopul și semnificația ariei protejate și să desemneze zonele de management. Problemele care afectează zonarea sunt discutate, incluzând facilitățile, accesul și infrastructura, locația caracteristicilor de atracție, condițiile sociale și de resurse, utilizarea de resurse locale comunitare și alte cerințe, activități de agrement, intensitatea managementului, precum și alte aspecte economice, politice și sociale. Intrarea publicului este inițiată pentru a dezvolta o înțelegere comună între managerii teritoriali și public despre scopul zonei protejate și zonarea de management. De exemplu, zonarea poate fi folosită pentru a separa tipurile de conflict potențiale sau niveluri de vizitare, pentru a potrivi tipuri sau niveluri de vizitare, cu capabilități de resurse (Leung & Marion, 1999).

Etapa 2: Obiective specifice de management

Intenția etapei 2 este de a preciza obiectivele de management pentru fiecare zonă pe baza legislației în vigoare, gestionarea politicilor de agentie, și intrarea de management a factorilor interesați. Această etapă este în mod explicit diferențiată de etapa 1 pentru a sublinia importanța definirii și precizarea obiectivelor de management prescriptive. Obiectivele trebuie să fie specifice, realiste, realizabile, limitate în timp, și ar trebui să reflecte compromisurile dintre utilizările resurselor concurente. Resursa dorită, condițiile sociale și manageriale, ar trebui să fie caracterizate și reflectate în obiectivele identificate pentru fiecare zonă. De exemplu, obiectivele condiției sociale care definesc experiențele dorite de vizitatori pentru zone pot fi caracterizate din punct de vedere al interacțiunii cu personalul parcului, cantitatea sau tipul de utilizare al vizitatorului, contactul cu sau proximitatea față de mediile naturale și nivelul de cunoștințe, efort sau risc necesar pentru a experimenta zona.

Specificitatea mai mare în aceste obiective de management este necesară pentru a sprijini evaluările de acceptabilitate a efectelor umane și pentru a ghida alegerea răspunsurilor adecvate de management. De exemplu, obiectivele de resurse, care precizează condițiile dorite de lățimea traseului pot fi evaluate

pentru gradul de conformitate, în timp ce obiectivele condiției manageriale în ceea ce privește nivelul sau tipul de dezvoltare a facilităților pot ghida selecția acțiunilor corective.

Etapa 3: Identificarea și prioritizarea problemelor de efect

Scopul etapei 3 este de a identifica și prioritiza problemele efectului legate de vizitator care sunt judecate de încălcarea condițiilor dorite sociale, de resurse și manageriale exprimate în obiectivele de management pentru fiecare zonă. Problemele se referă la resurse specifice nedorite și efectele experiențiale ale vizitatorilor, cum ar fi perturbarea faunei sălbatice, eroziunea traseului, degradarea atracției caracteristice, gunoiul, și conflictele de aglomerare și de vizitare. O serie de probleme este identificată de către personalul ariei protejate și publicul ca parte a unui proces de brainstorming. O listă de priorități este apoi creată în semn de recunoaștere a resurselor de management limitate și disponibile. Lista se bazează pe tipurile de resurse afectate, costurile suportate prin neabordarea problemei, capacitatea de management pentru a rezolva problema, precum și efectele asupra experiențelor vizitatorului, localnici și resurse naturale și culturale. Acest proces este folosit pentru a determina acceptabilitatea relativă a efectelor și ajută la orientarea grupului de experți în analizarea acestor efecte. Prioritățile pot fi, de asemenea, alocate prin tehnici de gestionare a riscurilor, care iau în considerare gravitatea, durata, extinderea zonală a efectului și vulnerabilitatea resurselor afectate (Cole & Landres, 1996).

Etapa 4: Efectuarea analizelor problemei

Scopul etapei 4 este de a efectua analizele problemei care implică grupul de experți și personalul zonei protejate. Membrii grupului sunt selectați pe baza cunoștințelor lor a problemelor de efect și/sau experiența în rezolvarea problemelor similare în alte arii protejate. Analiza problemei include vizite la fața locului pentru a vedea și a discuta despre problemele de efect, în contextul site-ului, evoluția lor în timp și eficiența oricărui intervenții anterioare de management. Membrii grupului pot de asemenea identifica alte probleme de efect pentru evaluare și acțiuni proactive. Un proces recomandat de problema-analiza este descris mai jos. Acest proces evidențiază o analiză atentă a cauzelor problemelor de efect (de exemplu, comportamentul nepotrivit al vizitatorilor) și alți factori influenți (de exemplu, vegetația fragilă) și rolul locației de facilitare, construcție și întreținere. O înțelegere aprofundată a procesului de efect este critică pentru identificarea răspunsurilor eficiente de management. Membrii grupului pot de asemenea lua în considerare monitorizarea disponibilă sau cercetarea.

Etapa 5: Selectarea și implementarea acțiunii(lor) de management

Scopul etapei 5 este de a selecta și implementa strategiile de management și tactici pentru a aborda problemele prioritare de management ale impactului vizitatorului. Întregul spectru al strategiilor disponibile include reducerea utilizării întregii zone, reducerea utilizării zonelor cu probleme,

Analiza problemelor de gestionare a resurselor și a impacturilor sociale legate de vizitare:

I. IDENTIFICAREA ȘI EVALUAREA PROBLEMEI

- A. Evaluarea problemei (lor): rezumat concis care descrie resursa primară și/sau problemele sociale cu impact asupra vizitatorilor.
- B. Descrierea problemei (lor): Descrierea succintă a fiecărui impact.
- C. Istoria și contextul problemei (lor): Rezumatul apariției problemei, intervenții anterioare de management și eficiența acestora.
- D. Cauze și factori influenți - evaluarea cauzelor și factorilor influenți care stau la baza intensificării impactului. Considerente privind factorii de utilizarea (spre exemplu, tipul și numărul vizitatorilor, comportamentul vizitatorilor și densitatea de utilizare), factori de mediu (de exemplu, topografie, sol și tipul de vegetație) și factorilor de conducere (managementul vizitatorilor și durata șederii, proiectare, construirea și întreținerea facilităților).

II. IDENTIFICAREA ȘI EVALUAREA STRATEGIILOR ȘI TACTICILOR

- A. Elaborarea unei liste complete cu strategiile de management adecvate și eficiente și tactici pentru fiecare impact.
- B. Evaluarea eficacității potențiale, fezabilitatea de management (costuri, personal, întreținere pe termen lung), costurile vizitatorilor privind satisfacția de libertate și respectarea vizitatorilor preconizată pentru fiecare strategie și menținerea fiecărei tactici sau reînnoirea resurselor. (Cole et al, 1987; Hammitt & Cole, 1998). Tacticile sunt mijloacele de atingere a strategiilor, spre exemplu, dezvoltarea unui mesaj educațional care să-i determine pe vizitatori să aibă un comportament adecvat, cu un impact minim asupra mediului sau oferirea altor facilități și trasee care să contribuie la durabilitatea resurselor (Anderson et al., 1998). Un avantaj principal al utilizării grupurilor de experți care să identifice și să evalueze alternativele este cunoașterea profundă a proceselor de impact și experiența acțiunilor de management utilizate în alte domenii.

Strategii alternative sunt luate în calcul de către grupul de experți și de personalul ariei protejate, în termeni generici pentru evaluarea aplicabilității lor. Dacă o strategie este adecvată, acest lucru depinde de zona de gestionare și de obiectivele sale, managementul de fezabilitate, nivelul public de acceptare, eficacitatea potențială, efecte asupra altor impacturi și consecințele pentru vizitatori (Loomis & Graefe, 1992). Spre exemplu, strategiile indirecte, cum ar fi educația, tind să fie din ce în ce mai mult preferate de vizitatori în comparație cu strategiile restrictive, cum ar fi locurile amenajate de campare. (McCool & Christiansen, 1996). Apoi, se identifică tacticile specifice de gestionare sau acțiuni de implementare a fiecărei strategii selectate. Managerii pot alege să se consulte cu reprezentanții publici înainte de finalizarea selectării strategiilor și tacticilor. Acțiunile selectate sunt mai apoi puse în aplicare de către manageri.

schimbarea locului de utilizare în zonele cu probleme, schimbarea timpului de utilizare, schimbarea tipului de utilizare și comportamentul vizitatorilor, schimbarea așteptărilor vizitatorilor și creșterea rezistenței resurselor.

Pasul 6: Evaluarea eficacității acțiunilor

Scopul pasului 6 este de a evalua strategiile și tacticile implementate. Experții și personalul ariei protejate revizuiesc acțiunile de management implementate anterior și succesul acestora în a rezolva problemele sociale și de resurse vizate. De asemenea, sunt evaluate și costurile, cum ar fi: cheltuielile și cerințele personalului, precum și acțiunile interzise vizitatorilor. De dorit pentru această etapă ar fi să fie implicați reprezentanți din sectorul public pentru a defini problemele și soluțiile alternative și să se evalueze acceptarea publicului cu privire la soluțiile preferate. Atunci ar fi descoperite recomandări pentru continuarea sau modificarea acțiunilor anterioare, precum și găsirea unor acțiuni alternative. Dacă resursele financiare și programul personalului le permite, managerii pot alege să facă studii cu privire la impactul vizitatorilor (ex: evaluarea lățimii și adâncimii traseului sau evaluarea mărimii și recrearea solului de expunere) (Marion & Leung, 2001; Marion, 1991). Managerii pot de asemenea să adune date calitative (ex: rapoarte sau înregistrări pastrate de personal cu privire la identificarea anumitor probleme și succesul acțiunilor întreprinse pentru a le remedia.

Chiar dacă nu este definit în cuvinte, scopul programelor de monitorizare este de a identifica schimbări, sperând a le identifica înainte ca ecosistemul să sufere schimbări pe termen lung sau chiar schimbări ireversibile (Boulton, 1999; Hadwen et al., 2005a; Monz & Leung, 2006). Atingerea acestui scop presupune măsurarea indicatorilor sensibili la scale temporale și spațiale corespunzătoare (Hadwen et al.; Leung & Marion, 2000; 2005a; Monz & Leung, 2006), și totuși, programul de monitorizare nu trebuie neapărat să demonstreze o relație de cauzalitate între orice perturbare dată și indicatorii măsurați. În acest scop, abordarea aleasă pentru a dezvolta un program de monitorizare ar trebui să difere de cea necesară pentru crearea unui proiect de cercetare ecologică.

În termeni simpli, cercetarea impactului vizitatorilor stabilește o legătură între indicatorii de mediu și cei de activitate, în timp ce monitorizarea poate presupune de multe ori legătura de cauzalitate și concentrarea asupra raportării schimbărilor în indicatori.

Pentru a demonstra legătura dintre cercetare și monitorizare, a fost creată o hartă a evaluării fluxului vizitatorilor (Figura 1), care evidențiază un proces pe care managerii ariei protejate îl pot urma pentru a dezvolta strategii de evaluare a impactului vizitatorilor în ariile lor protejate. Există 4 pași-cheie în acest proces: (1) identificarea activităților vizitatorilor; (2) analizarea impactului vizitatorilor; (3) monitorizarea impactului vizitatorilor; și (4) evaluarea monitorizării impactului vizitatorilor. Primul pas, și anume identificarea gamei, frecvenței și amploarea activităților vizitatorilor la site-uri focale reprezintă o componentă importantă, dar adesea trecută cu vederea a evaluării a vizitatorilor (Cole, 2006; Hadwen et al, 2005b; Newsome et al, 2002). Profilului vizitatorilor, așa cum este numit uneori, este primul pas necesar în formularea unei strategii de management care conectează vizitatorii și de mediu la site-urile cheie. Numeroase studii au arătat că diferite site-uri și utilizatorilor diferite conduc la intensități diferite și tipuri de activități (Hadwen et al, 2005b; Hammitt & C Ole, 1998; Liddle, 1997), este important ca monitorizarea vizitatorilor să fie efectuată la mai multe situri înainte de începerea activităților de cercetare și monitorizare. Cu toate acestea, după cum s-a menționat de către Newsome et al. (2002), activitatea de monitorizare a vizitatorilor de multe

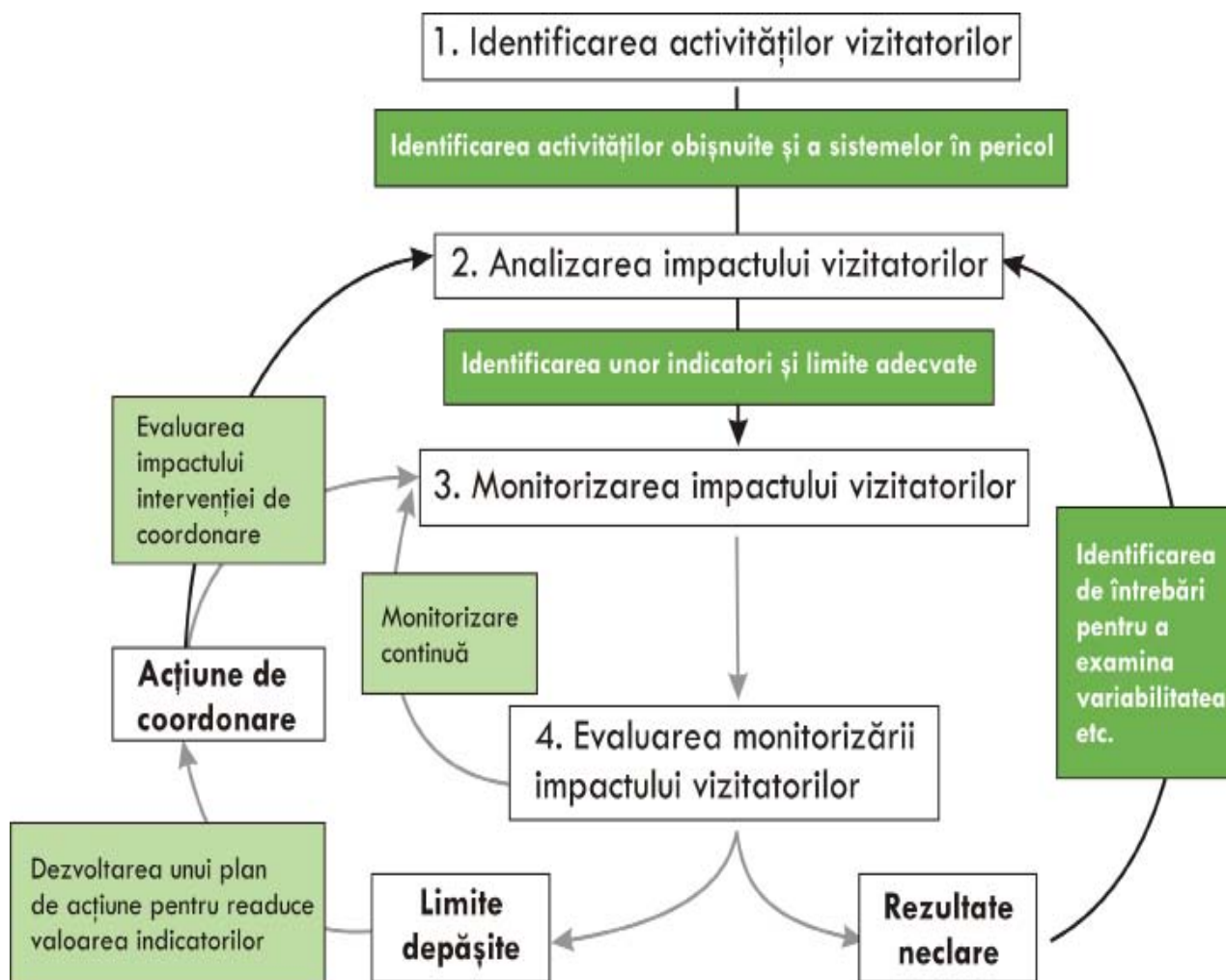


Figura 1: Diagrama evaluării impactului asupra fluxului de vizitatori. Diagrama conceptuală arătând legăturile și diferențele dintre analizarea impactului vizitatorilor și monitorizarea impactului vizitatorilor în ariile protejate. (Săgetile negre reprezintă componente ale unui proces care cel mai probabil va fi efectuat de personalul administrației ariei protejate).



ori nu se desfășoară, ci de multe ori nu este prioritară față de alte operațiuni realizate în ariile protejate, cum ar fi furnizarea de facilități pentru rulote și autorulote. În ciuda faptului că deși este de obicei trecută cu vederea, evaluarea vizitatorilor și a tipurilor de activități la care aceștia iau parte, acest aspect este important în stabilirea unui cadru de referință pentru viitoarele decizii privind gestionarea și abordarea procesului de monitorizare. De exemplu, în urma colectării informațiilor cu privire la tipurile de vizitatori și a tipurilor de activități ale acestora, activitățile care sunt dominante, sau activitățile care în special amenință mediului la nivel local, sunt cele care ar trebui să constituie centrul de cercetare viitoare și monitorizare (Hadwen et al., 2005).

Cercetarea impactului vizitatorilor este al doilea pas al procesului (Figura 1), în care ecologiștii specializați în activități de recreere și personalul ariei protejate pot deveni implicați în testarea ipotezelor experimentelor care au ca scop examinarea răspunsurilor ecologice la o activitate, sau a stresului, de interes. Acest tip de cercetare se va efectua în mod normal, sub forma unui experiment replicat spațial și / sau temporal și care generează informații relevante pentru dezvoltarea protocoalelor de monitorizare. De exemplu, ar putea fi identificați indicatorii care sunt în mod deosebit receptivi la activitatea vizată și care să indice modul în care programele de monitorizare ar putea fi spațial și temporal stabilite pentru a căpta efectele ce ar trebui să se producă. Prin urmare această abordare științifică pentru stabilirea unui program de monitorizare este importantă iar managerii ariilor protejate au o poziție ce poate fi susținută în procesul de monitorizare și administrare (Cole, 2006).

Al treilea pas în procesul de monitorizare este impactul vizitatorilor (Figura 1). În acest scop, activitățile de monitorizare trebuie să concentreze resursele asupra atingerii obiectivelor realizabile prin investigarea schimbărilor, în special a indicatorilor de interes. Odată ce monitorizarea impactului vizitatorilor este în curs de desfășurare, evaluarea continuă a impactului vizitatorilor și succesul programului de monitorizare trebuie să fie întreprinsă. Aceasta este a patra etapă a acestui proces, care este identificată ca și etapă de evaluare a impactului de monitorizării vizitatorilor. Acest pas este în mare măsură un răspuns de interpretare și de gestionare a procesului. În acest scop, există numeroase bucle de feedback de la acest pas, care necesită o evaluare a cercetării folosite în continuare și a eforturilor de monitorizare (Figura 1). Aceste bucle de feedback sunt deosebit de importante, deoarece în timp ce obiectivul monitorizării poate fi simplu (de exemplu, pentru a detecta schimbările), natura

complexă a sistemelor naturale se asigură că răspunsul indicatorului (indicatorilor) și rezultatele de monitorizare pot fi uneori confuze și / sau dificil de interpretat. Atunci când rezultate confuze sunt atinse, ar fi necesar pentru managerii de arii protejate să se consulte cu ecologiștii care oferă servicii de agrement (locali sau externi) pentru a examina posibilele relații cauzale din spatele rezultatelor confuze sau pentru a obține o evaluare independentă a monitorizării și strategiilor de management (Buckley, 2003 , C Ole, 2006).

De asemenea, acesta poate fi cazul în care problemele sensibile la politica de mediu sau siturile necesită evaluări independente de administrația parcului. O altă buclă importantă a feedback-ului ajută la dezvoltarea planului de acțiune de management atunci când indicele pragului de îngrijorare este depășit (Figura 1). Această buclă subliniază faptul că programele de monitorizare trebuie să fie în concordanță cu planurile de management pentru siturile din ariile protejate deoarece monitorizarea izolată a operațiunilor nu servește nici unui scop. Administrațiile de arii protejate trebuie să dispună de resursele necesare pentru a fi în măsură să răspundă la rezultatele eforturilor lor de monitorizare de a dezvolta și implementa planurile de acțiuni, care vor îmbunătăți în etape viitoare de monitorizare răspunsul indicat. Evaluarea acțiunilor de management scade în diagramă prin informarea oamenilor de știință și a managerilor de proiect și indicarea pragului de interes precum și împărtășirea succesului cu personalul ariei protejate, sau informarea cu privire la activitățile de management.

Prin acest proces, ecologiștii, specialiști în recreere și managerii ariilor protejate pot deveni mult mai implicați în proiecte de colaborare, care vor construi datele noastre atât pe componenta de cercetare cât și pe probleme de management. Acest proces foarte simplu prezintă legătura importantă dintre cercetare și monitorizare, care este necesară pentru a sprijini managementul ariilor protejate cu situri foarte vizitate. În cele din urmă, relațiile dintre fiecare etapă a procesului trebuie să fie bine înțelese (și adoptate) în cazul în care obiectivele comune de vizitare durabilă și conservare trebuie să fie îndeplinite în zonele foarte vizitate din ariile protejate.

Măsurarea Impactului Managementului Vizitatorilor este direct legat de Satisfacția Clienților și de consecințele ultimului proces. Mulți cercetători au analizat importanța satisfacției clienților. Kotler (2000) definește satisfacția ca: „sentimentul unei persoane de plăcere sau de dezamăgire care rezultă din compararea performanțelor unui produs perceput (sau rezultat), în raport cu așteptările sale”. Hoyer și MacInnis (2001) afirmă că satisfacția poate fi asociată cu



© Pensiunea Căsuța bunicii



sentimentele de acceptare, fericire, ușurare, entuziasm, și încântare. Există mulți factori care afectează satisfacția clientului. Potrivit lui Hokanson (1995), acești factori includ angajați prietenoși, angajați curtenitori, angajați documentați, angajați serviabili, precizie de facturare, facturare optimă, prețuri competitive, servicii de calitate, bunuri de calitate, claritate de facturare și servicii rapide. Pentru a obține satisfacția clienților, organizațiile trebuie să fie în măsură să satisfacă nevoile și dorințele clienților (La Barbera și Mazursky, 1983). Satisfacerea nevoilor clienților exprimă lipsa pierderii unui client (Kotler, 2000). Dorințele clienților, după Kotler (2000) se referă la „forma adoptată la nevoile umane așa cum acestea sunt modelate de cultura și personalitatea individului”.

Cu toate acestea, Bowen și Chen (2001) afirmă că având clienți satisfăcuți nu este de ajuns, trebuie să existe clienți extrem de multumiți. Acest lucru se datorează faptului că satisfacția clientului trebuie să conducă la loialitatea clienților. Bansal și Gupta (2001): „Câștigarea fidelității clienților nu câștigarea loialității clienților cheie a devenit un obiectiv esențial de marketing împărtășit de către toți actorii-cheie din toate industriile de catering pentru clienții din sectorul de afaceri.

Imperativele strategice pentru construirea unei baze de clienți fideli sunt:

- Concentrarea pe clienții-cheie
- Generea proactivă a unui nivel ridicat de satisfacție a clienților cu fiecare interacțiune
- Anticiparea nevoilor clienților și să răspunderea la acestea înaintea concurenței
- Construirea unei legături mai strânse cu clienții
- Crearea unei valori de percepere”.

Sivadas și Baker-Prewitt (2000) subliniază faptul că „există o recunoaștere crescândă vizavi de măsurarea satisfacției clienților care ar trebui să fie dată de obiectivul final, fidelizarea clienților”. Fornell (1992) menționează că „nivelul ridicat de satisfacție a clientului va duce la loialitate crescută față de firmă, iar clienții vor fi mai puțin predispuși la deschiderile spre concurență”. Acest punct de vedere a fost împărtășit și de Anton (1996), care a afirmat că „satisfacția este pozitiv asociată cu intenția de cumpărare, posibilitatea de a recomanda un produs sau un serviciu, loialitate și profitabilitate”.

Clienții ar putea deveni fideli unei organizații pentru o perioadă îndelungată de timp (Evans și Berman, 1997). Guiltinan, Pavel și

Madden (1997) cred că clienții multumiți pot repeta acțiunea lor (și chiar să devină clienți loiali). Sivadas și Baker-Prewitt (2000): „Satisfacția influențează, de asemenea, și probabilitatea de a recomanda un raion din magazin, precum și de a cumăra din nou un produs, dar nu are niciun impact direct asupra loialității.

Astfel, satisfacția în sine nu înseamnă loialitate. Cu toate acestea, satisfacția atrage loialitatea, care reprezintă o condiție necesară pentru menținerea unei atitudini relativ favorabile, care atrage recomandarea produselor și acțiunea de (re)cumpărare din magazin. Odată ce clienții recomandă un magazin această lucru favorizează atât clientela cât și loialitatea față de acel magazin.

Măsurarea managementului satisfacției clienților în cadrul logicii produsul ecoturistic este formată din șapte componente de bază:

1. Siguranță și percepția siguranței – După cum am văzut în capitolul precedent, vizitatorii trebuie să fie în siguranță, și să se simtă în siguranță. Nimic mai mult nu întrerupe distracția dintr-o excursie ca grija rănirii sau moartea unei persoane. De vreme ce ținutul sălbatic din Alaska este un mediu nefamiliar pentru majoritatea vizitatorilor, aceștia pot lua în calcul pericole mult mai sumbre decât ceea ce există în realitate. Este important ca un ghid să facă demersuri treptate pentru a elibera vizitatorii de aceste temeri.

2. Confort - Vizitatorii pot avea cu ușurință stări de frisoane, deshidratare, epuizare sau pur și simplu se simt incomozi că au stat prea mult jos sau în picioare. Asigurați-vă că aceștia au o mulțime de ocazii să doarmă, să mănâncă bine, și să se îngrijească de igiena personală. În special, persoanele mai în vârstă, simt nevoia să utilizeze baia și să se shimbe mai des decât tinerii.

3. Alimentația - De asemenea, persoanele în vârstă sunt mult mai sensibile la alimentele pe care le mănâncă. Multe dintre acestea țin regim sau trebuie să respecte o anumită dietă alimentară. Unii dintre ai au anumite preferințe și pur și simplu nu se pot bucura de o excursie decât dacă consumă alimentele care le plac. Merită să întrebați din timp detalii cu privire la preferințele alimentare și la interdicții. Cel puțin, produse alimentare trebuie să fie de bună calitate (ingrediente proaspete, de calitate și bine pregătite). Uitați de tocană din conservă și pachetele cu macaroane și brânză. Trebuie să aveți o ofertă variată de alimente. Nu ați vrea ca oamenii să moară de foame în excursiile organizate de dvs. Întotdeauna oferiți gustări între mese.

4. Comoditate - Acest lucru se traduce prin servicii personale. Chiar înainte de a începe excursia puteți să aflați planurile de călătorie





ale vizitatorilor, să oferiți o listă cu îmbrăcăminte și echipamente necesare, și să răspundeți cu precizie și entuziasm la toate întrebările. Pe parcursul turului puteți să vă așteptați să duceți bagaje și accesorii, să potriviți anumite unelte de pescuit sau echipamente de fotografiat. Este posibil să-i ajutați chiar să se îmbrace. Ca ghid, dumneavoastră sunteți expertul - și asta face parte din frumusețea meseriei.

5. Experiențe de neuitat – Trebuie să oferiți o experiență deosebită, memorabilă care se diferențiază de restul activităților. Nu uitați că vizitatorii doresc să „experimenteze” și nu doar „să vadă”.

6. Interpretare – Menirea dvs. nu este numai de a duce vizitatorii într-un loc interesant, ci trebuie să-i ajutați să înțeleagă ceea ce văd. Este important să cunoașteți și să explicați istoria locală naturală. Asta înseamnă că trebuie să cunoașteți speciile de păsări, animale și plante (denumirea lor comună și științifică) iar pentru a vorbi despre nișe ecologice (despre cum toate speciile locuiesc împreună și interacționează unele cu altele). Dacă faceți turism cultural, interpretarea este la fel de importantă. Prezentați locul, oamenii, istoria, modul în care își trăiesc oamenii viața de zi cu zi.

7. Divertisment – Este important să fiți atât un bun povestitor cât și un conducător de activități. Nu ați vrea ca clienții dvs. să se plictisească pe durata excursiei. Spuneți glume (fiți atent aici și evitați glumele rasiste, politice, culturale sau umorul grosolan), spuneți povestioare sau orice este nevoie pentru a păstra zâmbete pe fețele clienților dvs. Amintiți-vă descrierea unui ghid personal de pescuit - slujba lui nu este de a prinde pește, ci de a ajuta pescarii să se distreze în timp ce pescuiesc.

Asociația Mondială de Turism a formulat câteva sfaturi suplimentare privind satisfacția vizitatorilor:

- Timpul este foarte important pentru oamenii aflați în vacanță sau care își planifică o vacanță:

- o Să răspundă cu promptitudine la apeluri și e-mailuri

- o Să se respecte cu strictețe programul de plecare și de întoarcere

- o În afară de ora de plecare și de întoarcere, încercați să reduceți la minimum programarea aparentă și să alocați timpul necesar pentru activități, și pentru rezolvarea problemelor care ar putea să apară.

- Mențineți cele mai înalte standarde posibile în fiecare parte a operațiunilor dvs., inclusiv:

- o Îmbrăcămintă și îngrijire personală - Fiți îngrijit și curat.
 - o Întreținerea vehiculelor, echipamentelor și facilităților.
 - o Conduita personală și modul de prezentare - Nu fumați, nu beți, nu înjurați, nu folosiți un limbaj grosolan sau neadecvat în preajma oaspeților.
- Învățați să fiți un bun ascultător. Vizitatorilor le place să vorbească despre ei înșiși, familie, casă, loc de muncă. Le place să vorbească despre alte locuri pe care le-au vizitat și să compare alte excursii cu a dvs. Puneți-le o mulțime de întrebări și fiți interesat de răspunsurile lor. Niciodată să nu vă contraziceți cu clienții despre politică, religie, sau orice altceva.
 - Acordați o atenție sporită copiilor, dacă sunt în excursie. Părinții nu vor fi fericiți în cazul în care copiii lor sunt nemulțumiți. Părinții trebuie să știe în orice moment faptul că aceștia sunt în siguranță, că se simt bine și se distrează. Pentru părinți, valoarea unei excursii este măsurată prin bucuria copiilor.
 - Aderăți la principiile de ecoturism. Obțineți o copie a liniilor directe oferite de Asociația din Alaska pentru recreere și turism (AWRTA) sau altă organizație recunoscută și faceți tot posibilul pentru a le urma. Nu puteți îndeplini toate standardele lor, dar fac ceea ce vă stă în putință. Vă veți simți bine când veți observa că clienții dvs. apreciază că oferiți ceea ce promovați prin instrumentele dvs. de marketing.
 - „Sub promisiune și peste așteptări”. Oferiți oaspeților dvs. o experiență care să le întrecă așteptările.



6.

POLITICA EUROPEANĂ DE CERTIFICARE ȘI CRITERIILE DE ECOTURISM



Acest modul a fost elaborat de Asociația de Ecoturism din România

În ultimele trei decenii ecoturismul s-a răspândit treptat, de la nivel academic până la afaceri în turism, precum și de la agenții de conservare a naturii până la dezvoltatorii de turism. Cu toate acestea, în ciuda diverselor definiții recunoscute, cum ar fi cele promovate de Societatea Internațională de Ecoturism (TIES) sau Programul Națiunilor Unite pentru Mediu (UNEP) este destul de dificil pentru cineva să aprecieze cât de aproape se află o întreprindere din turism sau un dezvoltator turistic de definiția ideală a ecoturismului. La nivel mondial s-au dezvoltat numeroase coduri de conduită, standarde privind evaluarea calității, precum și standarde de certificare a serviciilor din domeniul dezvoltării durabile sau ecoturism. La început în Australia (Programul de Acreditare în Natură și Ecoturism) și mai târziu în diverse alte țări, conceptul de ecoturism a fost transpus într-un set de criterii care pot fi măsurabile. De-a lungul timpului s-au dezvoltat foarte multe sisteme de certificare care au subliniat necesitatea elaborării unui set universal de criterii pentru serviciile de ecoturism și conduita unui turist. Acest lucru a devenit foarte important din cauza discrepanței dintre sistemele existente și marea varietate de standarde de calitate din oferta ecoturistică.

În rândurile următoare găsiți o selecție a standardelor de referință cu privire la dimensiunea internațională și europeană a criteriilor de certificare în ecoturism.

Criteriile Globale de Turism Durabil (GSTC)

O inițiativă „globală” de dezvoltare a turismului durabil a fost lansată în 2007. Coaliția a fost formată din 27 de organizații și a fost inițiată de către Programul Națiunilor Unite pentru Mediu (UNEP), Fundația Națiunilor Unite, Organizația Mondială a Turismului (OMT), precum și Alianța pădurilor tropicale. Obiectivul coaliției a fost de a stabili un set minim de criterii în turismul durabil. Cea de-a doua versiunea a criteriilor a fost recent lansată (martie 2012), având la bază trei ani de contribuție publică la îmbunătățirea versiunii 1 (lansată în octombrie 2008 la Conferința Mondială pentru Conservare din Barcelona). Coaliția inițială a devenit oficial Consiliul Global de Turism Durabil care în prezent administrează criteriile GSTC. Acest set de criterii acoperă două domenii: sectorul de afaceri - hoteluri și tur-operatori și destinații (www.gstcouncil.org). În afară de certificare, GSTC acoperă diverse alte programe legate de destinații, educare și formare, accesul pe piață, etc.

Rețeaua Europeană de Ecoturism – EEN

În 2011 a fost înființată Rețeaua Europeană de Ecoturism - EEN ca un rezultat al proiectului european ECOLNET care își propune realizarea unei comunități virtuale de interes, deschisă spre noi membri. EEN reunește, în principal pentru schimb de bune practici și cunoștințe, factorii interesații din domeniul turismului în natură și ecoturism.

Membrii Rețelei Europene de Ecoturism (EEN) pot fi organizații europene și organisme din următoarele categorii:

- Sisteme de certificare și acreditare
- Întreprinderi care activează în domeniul turismului în natură și ecoturism
- Parcuri naturale, autorități de administrare a ariilor protejate, ONG-uri, GAL-uri (Grupuri de Acțiune Locală) și asociații din ecoturism.
- Organizații de educare și instruire, variind de la universități și institute de cercetare până la școli profesionale și grupuri școlare de formare
- Experți în ecoturism și în evaluarea calității
- Administrații de gestionare a destinațiilor turistice precum și autorități naționale, regionale și locale care influențează dezvoltarea turistică.

Membrii care au fondat Rețeaua Europeană de Ecoturism și partenerii ECOLNET sunt:

- Centrul PRISMA pentru Studii de Dezvoltare, Grecia, www.prismanet.gr;
- ECOTRANS eV, Germania, www.ecotrans.org;
- Asociația de Ecoturism din Estonia, www.ecotourism.ee;
- Universitatea estoniană de științe biologice, Estonia, www.emu.ee;
- ECOTONO - Consultanță de Mediu, Turism și Dezvoltare, Spania, www.ecotono.es;
- Silvicultura Ltd, Finlanda, www.silvacultura.com;
- Centro Turistico Studentesco e Giovanile - CTS, Italia, www.cts.it;
- Imaginary srl, Italia, <http://i-maginary.it/>;
- Fundația Pan Parks, www.panparks.org;
- ECEAT, Olanda, www.eceat-projects.org;
- Asociația de Ecoturism din România, www.eco-romania.ro;
- Universitatea Edinburgh Napier, Marea Britanie, www.napier.ac.uk

Rețeaua Europeană de Ecoturism difuzează, sprijină și susține procesul de învățare ECOLNET și strategiile de evaluare pentru îmbunătățirea cunoștințelor și calității serviciilor ecoturistice europene, printre care programul de învățare online și sistemele de evaluare pentru agenții, companii și evaluatori care doresc să aplice Standardul European de Certificare în Ecoturism (EETLS) (www.ecotourism-network.eu).

Unul dintre obiectivele principale ale EEN este de a promova dezvoltarea continuă și implementarea **Standardului European de Certificare în Ecoturism (EETLS)**.

Standardul European de Certificare în Ecoturism – EETLS

În timp ce criteriile GSTC sunt concepute în general pentru dezvoltarea durabilă a turismului, EETLS urmărește, în special sectorul de ecoturism pentru Europa. EETLS a fost dezvoltat pe baza criteriilor GSTC care au fost elaborate și adaptate nevoilor din ecoturism la nivel european, cu scopul de a realiza o umbrelă protectoare pentru Standardul European de Certificare în Ecoturism (EETLS). Acest standard are rolul de a acționa ca un instrument de armonizare a inițiativelor europene de reglementare a calității în ecoturism sau de a reglementa oferta de servicii individuale în ecoturism. Prima versiune a EETLS reprezintă rezultatul unui lung proces de consultare, prin prisma proiectului ECO-DESTINET, finanțat în cadrul programului Leonardo Da Vinci în 2009. Apoi, de continuarea dezvoltarea a EETLS s-a ocupat Rețeaua Europeană de Ecoturism prin proiectul ECOLNET.

Este foarte important de menționat faptul că Standardul european de certificare în ecoturism (EETLS) este primul standard GSTC recunoscut la nivel mondial. Acest lucru a fost lansat oficial de către Comisia de evaluare a GSTC în cadrul ședinței din 30 iunie 2011, care avut loc în Barcelona.

EETLS împărtășește toate criteriile GSTC deoarece acestea au o aplicabilitate ridicată în ecoturism. În prezent, standardul EETLS este alcătuit din 40 de criterii specifice împărțite în patru categorii de gestionare a turismului durabil, în conformitate cu GSTC:

- A. Demonstrarea unui management durabil eficient;
- B. Maximizarea beneficiilor sociale și economice a comunităților locale și minimizarea efectelor negative;
- C. Maximizarea beneficiilor pentru patrimoniul cultural și minimizarea efectelor negative;
- D. Maximizarea beneficiile pentru mediu și minimizarea efectelor negative.

Prima versiune a EETLS a fost prezentată public la seminarul Eco-Destinet din cadrul expoziției ReisePavillon din München în 2009, fiind susținută de participarea Sistemului suedez de certificare „Nature’s Best”, Sistemul de certificare în ecoturism “Eco-România”, EUROPARC și PANPARKS. În timpul elaborării standardului EETLS, partenerii ECO-DESTINET (predecesorul proiectului ECOLNET) și ECOLNET au consultat o mulțime de experți, practicieni și sisteme de certificare internaționale. În urma cercetărilor făcute, EETLS a fost împărțit în cele 5 clase principale ale criteriilor: A, B, C, D și criteriile EETLS (www.ecotourism-network.eu).

Sistemul de certificare „Eco-România”

În Europa, de-a lungul ultimului deceniu, au apărut diferite sisteme de certificare în țări precum Suedia (Nature’s Best), Estonia, Irlanda sau România sau ca parte a inițiativelor europene pan, cum ar fi Carta Europeană pentru Federația Europarc sau criteriile PAN Park pentru partenerii din sectorul de afaceri.

Criteriile “Eco-România” reprezintă rezultatul unui proces de trei ani de elaborare și consultare, coordonat de Asociația de Ecoturism din România.

Sistemul de certificare a fost pe deplin funcțional începând cu anul 2007. Procesul de consultare a avut loc între membrii ARE (turoperatorii, experți în turism și ONG-uri), precum și reprezentanți ai Ministerului Mediului, Autoritatea Națională pentru Turism, Autoritatea Națională pentru Turism, Institutul Național de Cercetare și Dezvoltare în Turism, Regia Națională a Pădurilor, Administrația



Parcului Național și Universitatea din București. Astfel au fost aduse laolaltă într-o manieră cu totul și cu totul deosebită experiența internațională a sistemelor de certificare internaționale din domeniu, cum ar fi NEAP – Programul de Acreditare în Natură și Ecoturism, un sistem dezvoltat de către Asociația de Ecoturism din Australia, și Nature's Best, un program al Asociației de Ecoturism din Suedia. Sistemul „Eco-România” poate evalua și certifica afaceri din ecoturism (care oferă cazare și excursii) în România (www.eco-romania.ro).

Criterii pentru destinațiile de ecoturism din România

Conceptul de destinație de ecoturism este parte a Strategiei Naționale de Ecoturism (2009), dezvoltat de Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism – INCDT sub coordonarea Ministerului Turismului din România. Printr-un amplu proces de consultare, În perioada 2010-2012 s-au elaborat criteriile pentru destinațiile de ecoturism din România, s-a transpus conceptul de destinație de ecoturism într-un ghid practic și s-au elaborat criterii pentru dezvoltare regională.

Procesul de dezvoltare s-a bazat pe:

- Recomandarea Organizației Mondiale a Turismului (2010) de a se folosi Standardul european de certificare în ecoturism - EETLS;
- EETLS încheiat de ecoturismul european;
- Criteriile GSTC pentru întreprinderi și destinații (lansate în 2012).

Criteriile pentru destinațiile de ecoturism au fost dezvoltate în cadrul grupurilor de lucru interministeriale (recunoscute oficial prin Ordinul Ministrului Dezvoltării Regionale și Turismului nr. 56/14.01.2011) din cadrul Ministerului Turismului, Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Turism și Asociația de Ecoturism din România, în parteneriat cu UNDP, WWF, Ministerul Mediului, ANTREC (Asociația Națională de Turism Rural) și Regia Națională a Pădurilor.

Criteriile pentru destinațiile de ecoturism au fost lansate oficial în cadrul Conferinței Naționale de Ecoturism din data de 2 noiembrie 2012, la București. Conferința a fost organizată de AER și prezidată de TIES, GSTC, Ministerul Turismului și INCDT. În România programul de evaluare în teren pentru destinațiile de ecoturism va începe în 2013.

În prezent, inițiativa din România este prima care a adoptat cu succes la nivel internațional criteriile GSTC și EETLS pentru destinații de ecoturism.

Concluzie

La nivel european, există deja standarde pentru criteriile de ecoturism și diferite sisteme de certificare. Însă, acestea se bazează pe sistemele voluntare din sector și nu sunt reglementate de nicio legislație europeană sau națională. Cele mai multe dintre criteriile și standardele de certificare sunt dezvoltate pentru sectorul de afaceri în turism (servicii de cazare și excursii) și, recent, în România, în parteneriat cu Ministerul Turismului și sectorul IMM-urilor s-au lansat criteriile pentru destinațiile de ecoturism.

7.1. Spațiul public al destinației

Spațiul public și peisajul cultural întâmpină turiștii în destinație

Turiștii percep în mod diferit o destinație turistică: o serie de atracții care îi pot încânta pe unii, îi pot dezamăgi pe alții. Turiștii au nevoi și interese diferite în organizarea concediilor și călătoriilor. Este foarte greu ca o destinație să își poată mulțumi toți vizitatorii. Chiar dacă poate fi tentant ca o destinație să încerce să se dezvolte astfel, oferind "totul tuturor", acest lucru nu este recomandat deoarece există pericolul ca, încercând să dezvolți o ofertă generoasă de turism de masă într-un spațiu limitat, să afectezi în mod iremediabil resurse naturale și culturale. Este important ca agenții de turism dintr-o zonă să țină cont de interesele și nevoile turiștilor, fără a pierde însă de ochi propria viziune de dezvoltare pe termen lung a destinației, care este spațiul lor vital de existență.

Turiștii au început să fie din ce în ce mai sensibil la autenticitate, în toate formele ei. Au existat situații în care modernizările agresive și schimbările rapide din zonele rurale au condus la greșeli sau intervenții neadecvate în spațiul public. Autenticitatea peisajului cultural a avut de suferit, destinația pierzând un segment de turiști care este estimat ca fiind în creștere: turiștii interesați de natură și cultură.

Asociația de Ecoturism din România a dezvoltat primele criterii de certificare a Eco-destinațiilor. Acestea sunt extrem de utile deoarece, pe lângă utilitatea lor în certificarea, acestea pot fi folosite și ca o listă generală de verificare pentru dezvoltarea unei destinații într-o manieră sustenabilă (www.eco-romania.ro, accesat la 02.11.2012).

Spre exemplu, în ce privește amenajarea destinației turistice, Criteriul A.6, "Planificarea și construirea clădirilor și infrastructurii" descrie clar caracteristicile care pot fi asociate cu dezvoltare durabilă și care vor contribui la crearea unei imagini a destinației care să răspundă așteptărilor și nevoilor turiștilor. Sub-criteriul 6.2 face referire la importanța conservării stilului tradițional al construcțiilor: "Imaginea exterioară a clădirilor respectă arhitectura tradițională și se potrivește cu peisajul destinației". Proprietarii pensiunilor trebuie să respecte aceste recomandări, deoarece au fost formulate cu analiza atentă a preferințelor turiștilor.

Acest capitol prezintă o serie de recomandări generale pentru organizarea spațiului public al destinației. Considerăm utile aceste informații, deoarece destinația este cea care atrage turiștii. Modul în care arată aceasta este responsabilitatea noastră, a tuturor. Parte din informațiile ce vor fi prezentate au fost selectate dintr-un material realizat de Fundația Heritas, intitulat: "Primarii susțin conservarea satelor și promovează ofertele turistice" (Cazacu, 2010), altele au fost dezvoltate în funcție de nevoile specifice ale unei eco-destinații. Ve vom referi la: peisajul cultural al destinației, gestiunea corectă a deșeurilor, importanța spațiilor verzi, dotările specifice de utilitate publică în spațiul public.

Exemplu de intervenție negativă în forma și culoarea caselor, ce afectează peisajul tradițional al destinației turistice.

Studiul realizat în teren ne-a arătat că asemenea intervenții pot fi găsite în România într-o manieră foarte agresivă. În regiunea Elena (Bulgaria) aceste situații nu sunt des întâlnite. Cu greu am găsit case particulare sau pensiuni zugrăvite în culori stridente. Clădirile au păstrat în mare parte (chiar și cele noi) un stil tradițional armonios, care se armonizează cu peisajul și cu dealurile din regiune.

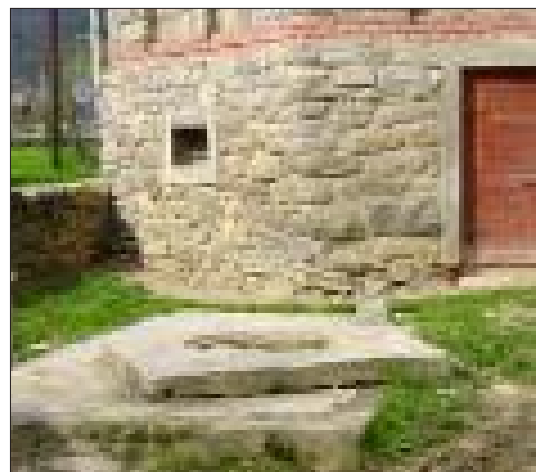
Dacă clădirile localnicilor sunt discordante ca arhitectură și culoare, imaginea și condiția generală a spațiului public este afectată. Lucruri care sunt normale pentru noi, locuitorii din zonă, pot părea deranjante pentru turiști.

Uneori, nu observăm faptul că în destinație sunt elemente deranjante pe care le trecem cu vederea (din obișnuință sau neglijență), dar care ar trebui neapărat îmbunătățite: marcajele lipsă, deșeuri depozitate în spații centrale, resturi ale lucrărilor de construcții abandonate în spațiile verzi. Încercați să priviți prin ochii turiștilor și veți vedea că veți percepe diferit realitatea și spațiul fizic în care vă mișcați. Acestea sunt exemplele găsite de noi în numeroase zone care, din păcate, strică frumusețea naturii peisajului rural.



Pensiunea Yovcheva are ca avantaj competitiv păstrarea arhitecturii și ambientului tradițional.

Foto: Carmen Chașovschi



Exemplu de rămășițe de la construcții ce poluează spațiul public

Foto: Carmen Chașovschi

Un exemplu pozitiv – mască de lemn construită pentru a proteja containerele de management al deșeurilor

Managementul deșeurilor este un lucru pozitiv. Dar unele containere nu sunt bine plasate, în punctele centrale, „contribuind” astfel la poluarea „vizuală” a peisajului.



foto Andrei Blumer



foto: www.originalsheds.com

Câteodată, soluțiile potrivite sunt mai ieftine decât ne-am aștepta. Cel mai bun material care se potrivește cu peisajul, în zonele la care ne referim, este lemnul. Nu este un material foarte costisitor și de obicei poate fi ușor procurat. Mascarea spațiilor de depozitare a deșeurilor ar putea fi o alternativă bună la containerele de metal care contrastează cu spațiul în care sunt plasate.

Potrivit Lilianeî Cazacu, un arhitect specializat în planificarea mediului istoric și cultural, spațiul public trebuie să fie funcțional, decent, să corespundă nevoilor comunității și ale turiștilor (Cazacu, 2010). Băncile, spațiile de repaos și containerele de deșeuri ar trebui să fie prezente lângă zonele de plimbare, în fața oficiului poștal, a centrului de informare, oriunde oamenii vor face o oprire pentru o pauză. Locurile de parcare nu ar trebui să arate precum cele de la oraș, ci ar trebui create și semnalizate cât mai simplu posibil. Pe lângă mobilierul rural, o atenție sporită trebuie acordată zonelor verzi: cu cât mai verde, cu atât mai bine, dar nu cu utilizarea unor specii de plante care nu sunt specifice zonei (EETLS, 2012).

7.1.1. Gunoiul și eliminarea deșeurilor

Coșurile de gunoi din plastic sunt inestetice atunci când sunt plasate în zone naturale sau rurale. Coșurile de gunoi în culori stridente ies în evidență și sunt inestetice în peisajul rural sau în mijlocul naturii.

În exemplele alăturate sunt prezentate doar câteva soluții care sunt în armonie cu natura sau care folosesc materiale tradiționale.



Foto: Mihai Grigore



Foto: www.ocioyjardin.com



Recomandări generale (Cazacu, 2010):

- Identificați locurile adecvate de amplasare și asigurați-vă că animalele sălbatice sau domestice nu vor ajunge la conținutul coșurilor de gunoi;
- Curățați periodic coșurile de gunoi;
- Alegeți modele simple, în culori ce se potrivesc cu peisajul (evitați roșul, galbenul; aceste articole oricum vor fi văzute; nu este nevoie să folosiți culori agresive);
- Folosiți materiale naturale, evitați plasticul.

7.1.2. Zonele verzi și spațiul public



Lipsa vegetației face ca peisajul să pară uscat și lipsit de viață

Foto: Andrei Blumer, AER



Verdele copacilor și al vegetației aduce mai multă vitalitate spațiului.

Foto: Carmen Chașovschi

7.1.3. Băncile și spațiile de repaos

Băncile sunt elemente simple care sunt folosite în destinație. Prezența lor în locurile optime arată faptul că am anticipat nevoile turiștilor. Reprezintă o formă de ospitalitate, dau posibilitatea de a face un repaos când se simte nevoia, de a admira peisajul sau de a lua o pauză în timpul unei lungi plimbări prin sat. Nu utilizați modele foarte diverse, ci optați pentru 1-3 modele potrivite. (Cazacu, 2010).

Băncile ar trebui să fie într-o stare optimă. Existența unor bănci stricate și rupte afectează imaginea generală a destinației, denotă neglijență și indiferență.



Foto: Mihai Dragomir



Foto: Carmen Chașovschi



Foto: Mihai Dragomir

7.1.4. Dotări specifice pentru bicicliști

Ciclismul este una din activitățile preferate ale ecoturiștilor. Unii dintre ei vor încerca să închirieze biciclete din zonă, alții vor veni cu cele personale. În unele destinații ecoturistice sunt agenții specializate ce oferă tururi de ciclism. Destinația trebuie să aibă o dotare minimală iar soluțiile nu trebuie neapărat să fie costisitoare.



Foto: Mihai Dragomir



Rastel simplu pentru biciclete;

Foto: Carmen Chașovschi

7.1.5. Stațiile de autobuz

Turiștii individuali au tendința de a folosi autobuzul pentru a se deplasa dintr-o destinație în alta. O stație de autobuz poate fi primul contact cu satul. Nu uitați: prima impresie este cea mai importantă...



Exemplu pozitiv de stație de autobuz din lemn

Foto: Andrei Blumer, AER



Plasticul este intensiv utilizat ca soluție la locurile de repaos și stațiile de autobuz. Materialul este dificil de înlocuit dacă este distrus. În cazul stațiilor de autobuz din lemn este mult mai simplu să se schimbe o piesă lipsă sau să se repare o parte afectată.

Foto: Carmen Chașovschi

7.1.6. Drumuri și zone pietonale

Nu este nevoie să fie acoperită întreaga suprafață cu asfalt. Putem folosi materiale naturale și să facem un mix plăcut. Vegetația sau iarba care rămâne lângă clădiri produce un fundal frumos.

*Drum de piatră, pavaj sau
caramida din spatiul public.*

Foto: Carmen Chașovschi



Drum de piatră.
Foto: Carmen Chașovschi



7.1.7. Semnalizare și panouri de informații

Panourile de informare pentru turiști ar trebui să fie făcute din lemn. Semnele făcute manual ar putea aduce o notă personală și sunt mult mai aspectuoase. Dacă folosiți culori aplicate pe lemn ar trebui să verificați calitatea imprimării periodic (se poate deteriora de la ploile abundente).



Exemple de panouri de informare realizate din lemn, amplasate în spațiul public. Astfel de panouri pot indica o hartă a destinației, trasee de drumeție, semnalizarea pensiunii sau altele. Foto: AER



Foto: Pensiunea Căsuța Bunicii

Sperăm ca exemplele prezentate să vă ajute să îmbunătățiți peisajul public al destinației dumneavoastră.

Bineînțeles, ar fi ideal să aveți un responsabil în zonă (responsabil de urbanism sau o funcție similară) care să se asigure ca toate lucrările de infrastructură sunt efectuate conform viziunii de dezvoltare sustenabilă a turismului. În situația în care implicarea administrației publice este redusă sau

necorespunzătoare, antreprenorii în turism ar trebui să își extindă acțiunile de la administrarea propriei afaceri și să se implice în administrarea destinației, în cadrul unei asociații sau a unui grup informal de lucru. Exemple de acțiuni:

- Instalarea unor panouri de promovare a destinației;
- Plasarea unor indicatoare turistice;
- Furnizarea informației turistice adecvate într-un centru de turism sau de vizitare;
- Cooperarea cu autoritățile publice pentru procurarea unor dotări adecvate pentru managementul deșeurilor, etc.

Calitatea mediului este foarte importantă în eco-destinații. Toți stakeholderii din turism ar trebui (EETLS, 2012; AER, 2012):

- Să respecte moștenirea naturală și culturală a împrejurimilor prin poziționarea construcțiilor, design, impact asupra peisajului, prin respectarea reglementărilor privind proprietatea;
- Să se asigure că lucrările de infrastructură și clădirile sunt bine adaptate la mediul cultural și natural prin folosirea materialelor locale și a stilurilor arhitecturale locale;
- Să nu vândă, tranzacționeze sau expună artefactele istorice și arheologice, cu excepția celor reglementate prin lege;
- Să implementeze un plan de management pentru eliminarea deșeurilor, cu scopul reducerii deșeurilor ce nu sunt refolosibile sau reciclabile;
- Să nu folosească substanțe dăunătoare precum pesticide, vopsele, dezinfectanți și materiale de curățenie, iar în cazul în care le folosesc, să minimizeze consumul lor sau să le înlocuiască atunci când este posibil cu produse inofensive; să se asigure că toate substanțele chimice sunt folosite adecvat.

Natura este o componentă importantă a destinației. Conservarea naturii este o îndatorire a tuturor celor implicați în ecoturism dar și a oricărei persoane responsabile (EETLS, 2012; AER, 2012):

- Nu se țin captive speciile sălbatice, cu excepția activităților reglementate adecvat, a specimenelor protejate prin lege ce sunt ținute de către cei autorizați și echipați adecvat ca să aibă grijă de ele;
- Interacțiunea cu viața sălbatică nu trebuie să producă efecte adverse asupra populației din sălbăcie; orice altă perturbare a eco-sistemelor naturale trebuie să fie minimalizată, reabilitată și trebuie aduse contribuții compensatorii la managementul conservării;
- Maximizați beneficiile mediului și minimizați impactul negativ.

Toate aceste recomandări sunt foarte importante dacă pensiunea se află în vecinătatea unei zone protejate. Turiștii trebuie să trateze natura și mediul cu respect. Pentru a minimaliza efectele negative ale oaspeților ce vă vizitează pensiunea, puteți dezvolta coduri de conduită (ce ar trebui să facă/ să nu facă un vizitator). Acestea pot include:

- Acțiuni interzise, ce pot afecta natura;
- Haine ce sunt cultural acceptate;
- Subiecte sensibile ce ar trebui evitate în interacțiunea cu populația locală;
- Limbaj și expresii ce nu ar trebui folosite;
- Locuri de evitat, sau cu intrare interzisă;
- Permișiunea de a face fotografii.

Tineți cont pentru certificarea Eco de:

(B.1.1. EETLS Criterii de certificare)

- Includeți în viziunea dumneavoastră sau în planul de afaceri o afirmație care să explice modul în care susțineți dezvoltarea comunității locale și conservarea naturii;
- Susțineți inițiativele și acțiunile pentru dezvoltarea comunității locale și conservarea naturii (oferiți-vă locația dumneavoastră pentru întâlnirile locale, organizați evenimente unde puteți distribui câteva materiale informaționale despre conservarea naturii;
- Susțineți activitățile educaționale din comunitățile locale despre natură și cultura locală;
- Promovați destinația și comunitatea locală prin instrumentele dumneavoastră de marketing (pagina web, broșuri, ghid de ecoturism, etc.).

Ar trebui să realizați pașii concreți pentru a materializa recomandările menționate mai sus. EETLS (European Ecotourism Labelling Standard) recomandă următoarele acțiuni concrete: să găzduiți întâlnirile locale pe tema dezvoltării turismului sustenabil, să oferiți informații clienților despre dezvoltarea turismului sustenabil și inițiativele luate în zonă prin plasarea de broșuri sau alte materiale informaționale.

Ca membru activ al comunității, trebuie să vă implicați activ în viața acesteia:

- Găzduiți activități educaționale, seminarii sau workshop-uri pentru grupurile școlare în pensiunea dumneavoastră;
- Cooperați cu centrele de informare/ vizitare din zonă;
- Faceți tururi educaționale cu grupurile locale (grupuri școlare de exemplu);
- Împreună cu comunitatea și cu alți stakeholderi, discutați îmbunătățirile necesare pentru comunitate și luați măsuri;
- Încurajați accesul la experiența de muncă, acordați stagii de internship și acceptați voluntari;
- Promovați destinația prin: pagina web, broșuri, programe pentru tururi, ghid turistic, mass media (radio, TV, etc).

Ar trebui să contribuiți sau să luați parte la anumite lucrări de dezvoltare locală. Acestea pot include:

- Proiecte educaționale;
- Mici proiecte de infrastructură;
- Activități de salvamont;
- Voluntariat pentru pompieri;
- Menținerea drumurilor rurale, a indicatoarelor turistice, reîmpăduriri, curățarea pădurilor, etc.
- Angajați localnicii și asigurați-le pregătirea dacă este necesar; (B.2.).

“ Este important să vă amintiți mereu că destinația este de cele mai multe ori cea care vinde, nu pensiunea! ”

7.2. Spațiul exterior al pensiunii. Curtea și grădina

“ Bine ați venit în pensiunea noastră! ”

Acestea sunt în cele mai multe cazuri primele cuvinte unei gazde bune. Dar nu numai cuvintele vă ajută să primiți oaspeții. Contează și imaginea generală a pensiunii, grădina, curtea, gardul. Toate acestea sunt foarte importante pentru o primă impresie și, după cum știți, de multe ori prima impresie este hotărâtoare.

Într-o pensiune din mediul rural sau într-o pensiune ecoturistică prima impresie este dată de curte și de spațiul din jurul clădirii. De aceea ar trebui să vă asigurați că acestea sunt funcționale și estetice. Turiiștii vor percepe în mod coștient sau inconștient dacă pensiunea dumneavoastră se ridică la așteptările lor.

Elementele principale observate de turiști sunt caracteristicile arhitecturale, spațiul exterior al pensiunii, peisajul, intrarea, zona de parcare, materialele de construcție și pavajele, indicatoarele turistice către locație. Aceste detalii fixează prima impresie asupra locației. În amenajarea spațiului exterior, nu trebuie să uitați ce anume își doresc turiștii: păstrarea autenticității, petrecerea timpului în aer liber. Și nu uitați să respectați regulile generale pentru construcții sustenabile, prezentate la sfârșitul capitolului.



Foto: Carmen Chașovschi

În imaginea de sus este prezentat un exemplu pozitiv de clădire nouă ce respectă caracteristicile arhitecturale ale zonei respective.

În imaginea de jos este un exemplu pozitiv de semne de primire făcute manual, pictate pe piatră și lemn.



Foto: Andrei Blumer

Pensiunea dumneavoastră trebuie să fie ușor de găsit, iar indicatoarele ar putea fi făcute din plăci de lemn care se integrează plăcut în peisaj. Numele ar trebui să fie scris destul de mare astfel încât să fie ușor de văzut din trafic.



*Pensiunea Happy Fish,
zona Maramureș,
Nord Vestul României*

Foto: Carmen Chașovschi

Dacă stilul pensiunii dumneavoastră nu se pliază pe așteptările turiștilor, ar trebui să luați acțiuni imediate să îmbunătățiți acest aspect. Câteva măsuri ce pot fi luate se referă la refacerea fațadei, plantarea unor arbori, specii autohtone de plante, pentru a crea o atmosferă mai primitoare. În imaginea din dreapta este arătat un alt exemplu de proprietar care a ales un mod fericit de a construi o nouă clădire ce respectă liniile tradiționale, specifice zonei.



*Pensiunea Hilde's,
Gura Humorului, zona Bucovina*

Foto: Carmen Chașovschi

Noile clădiri ar trebui să fie integrate pe cât posibil în elementele naturale existente. Imaginea din stânga arată un exemplu pozitiv de arbori ce au fost păstrați și integrați în noul peisaj. Curtea a fost construită în jurul terenului verde. Băncile de afară sunt făcute din lemn care se armonizează cu stilul clădirii principale.

Pensiunea "Acasă în Bucovina"
România
Foto: Carmen Chașovschi



“ Curtea și grădina... locuri pentru relaxarea oaspeților ”

Turiștii care vin într-o eco destinație sunt dornici să vadă zone verzi; asfaltul și cimentul sunt în exces la oraș. Nu vă grăbiți să vă acoperiți curtea cu pavaie de ciment, sau pavele, limitați-vă doar la câteva alei din pietriș sau pietre de râu acolo unde este necesar. Trebuie asigurat accesul și pentru persoanele cu dizabilități. Ecoturismul, ca și formă responsabilă de turism, ar trebui să ofere șansa experienței în natură, a moștenirii culturale și categoriilor dezavantajate.



Aleile din curte ar trebui făcute din pietre de râu. O altă idee este să pavați curtea cu alt material specific locului, ieftin și disponibil.

*www.transylvaniacastle.ro
Kalnoky guest house*



Este mai bine să semănați iarba, copaci și flori în cât mai multe zone posibil. Culorile lor înveslesc curtea și grădina.

*Foto: Hilde's Guesthouse,
Romania*

Puteți amenaja câteva umbrare pe lângă casă pentru petrecerea după amiezilor de vară. Locurile de relaxare pot fi amenajate în jurul unei mese de lemn cu scaune puse pe o verandă sau sub o viță de vie. Nu folosiți mobilă din plastic, ci mobilă făcută din lemn, fier forjat sau modele rustice neutre. Dacă este posibil, puteți folosi mobilă în acord cu modelele tipice ale zonei.



Tourists enjoying a tasty lunch in the guesthouse garden

Photo: DiscoverRomania

Frumusețea interioară trebuie prelungită și în curte. Curtea trebuie să aibă bănci sau spații în aer liber pentru relaxare deoarece este locul unde turiștii petrec mult timp atunci când vremea le permite.

În orice curte sau grădină ar trebui păstrate modelele tradiționale de la poartă și gard. Dacă există vreo șansă de restaurare sau reamenajare a curții, folosiți materialele tradiționale: lemn și fier. Atunci când lemnul trebuie vopsit, folosiți culorile specifice satului.



Detail of a traditional gate form Maramureș region, Romania

Photo: AER



Un gard de lemn poate fi dublat de un gard viu care poate oferi o protecție naturală de praful din stradă și o barieră optică pentru a menține intimitatea curții.

*Pensiunea Happy Fisch,
Maramureș-Romania*

Foto: Carmen Chașovschi



Lemnul este un material care poate fi folosit pentru numeroase scopuri și se potrivește bine cu spațiul exterior al pensiunii. În imaginea din dreapta este un exemplu de lampă de exterior făcută din lemn de un proprietar de pensiune. Completează foarte bine gardul viu al grădinii și aduce un farmec rustic peisajului.

Foto stânga: Carmen Chașovschi



Multe pensiuni au păstrat în curte unelte și vechi acareturi pentru a da un aer arhaic curții. Atenție – folosiți obiecte autentice, nu imitații făcute la oraș, și nu prea multe. Amintiți-vă că orice e folosit în exces poate distruge frumusețea grădinii.

Foto: AER

Detaliile sunt foarte importante. Dacă sunteți norocoși și pensiunea dumneavoastră este restaurată sau este o clădire veche, încercați să mențineți pe cât posibil elementele tradiționale. Acest fapt potențează autenticitatea și unicitatea caracterului pensiunii dumneavoastră. Turiștii apreciază aspectele care dau individualitate unității de cazare. La acest simț al detaliului ne vom referi și în capitolul destinat designul interior al locației.

*Detaliu tradițional al unui coș
Transilvania, Miclosoara
www.transylvaniacastle.com
Kalnoky Estate*



*- Foto stânga -
În Sucevița, N-E România,
proprietarul pensiunii a păstrat
ușa și a refăcut veranda urmărind
exemplul tradițional antic
www.eco-romania.ro*

*- Foto dreapta -
Detaliu tradițional al unei case din
Transilvania, Viscri
Price of Wales Guesthouse,
www.transylvaniacastle.com*



Atenția pentru detalii poate fi demonstrată prin folosirea unor decorațiuni care pot îmbunătăți aspectul exterior al pensiunii.



Foto: Carmen Chașovschi



Foto: Carmen Chașovschi



Foto: Carmen Chașovschi

Dacă în paginile anterioare am prezentat câteva exemple pozitive, acum ne vom îndrepta atenția la situațiile de nedorit care pot apărea. Dacă vă regăsiți (pensiunea dumneavoastră) în imaginile ce urmează, atunci ar fi indicat să planificați măsuri de corecție.

Colectarea separată a deșeurilor este un lucru bun, dar găsiți o soluție estetică pentru a masca containerul din plastic.

Foto: Bogdan Papuc



Pe pereții clădirii nu ar trebui să fie niciun cablu sau alte obiecte care să arate ca niște lucrări neterminate. Acest lucru demonstrează neglijența și trimite un mesaj negativ clienților dumneavoastră.

Foto: Bogdan Papuc



Furnizarea informației adecvate turiștilor este de o importanță majoră. Ar trebui să găsiți o modalitate plăcută de a afișa toate mesajele necesare.



Hârtia prinsă pe pereții de lemn strică frumusețea lemnului.

Foto: Bogdan Papuc



Foile simple A4 printate în negru și alb nu sunt atractive și în timp acestea se vor murdări.

Foto: Bogdan Papuc

7.2.1. Livingul exterior al unei pensiuni – grădina

Nu există vacanță plăcută la țară fără orele petrecute în grădină într-un hamac, pe o pătură întinsă pe iarbă sau în curte sub bolta de viță de vie. Aceste momente de odihnă și relaxare au devenit în ultimii ani un punct special al ofertelor turistice, fiind apreciate și de vizitatori.

Turiștii sunt dispuși să plătească mai mult pentru o cazare care dispune de grădini în care pot petrece câteva ore în aer liber. Sunt preferate mai ales grădinile amenajate în stilul tipic zonei. Criteriile EETLS pentru ecoturism recomandă evitarea plantării mono-culturilor în spațiile întinse atunci când amenajați zonele verzi din jurul pensiunii dumneavoastră.

Grădina poate fi folosită în ecoturism drept spațiu educațional pentru tineri. Ierburile din grădina pot fi folosite atât pentru prezentarea speciilor locale, cât și la gătit.

*O grădină din Elena, Bulgaria.
Locația oferă turiștilor posibilitatea
să își aleagă legumele pe care le
vor mânca ulterior.*

Foto: Carmen Chașovschi



Trebuie să aveți o grijă deosebită de livadă și de grădină și să încurajați turiștii să se bucure de mirosul fructelor proaspete. Aceștia vor dori să cunoască câte puțin din sortimentul local de fructe și legume și chiar vor dori să își culeagă singuri câteva roșii, castraveți, ceapă, care vor fi folosite la gătit. Oferiți-le posibilitatea să își culeagă din livadă mere, pere, prune sau oricare alte fructe pe care le puteți oferi zilnic la micul dejun. Pentru unii turiști aceasta este o activitate preferată în curtea unei pensiuni.

O mică grădină din Pensiunea "Acasă în Bucovina", din Nordul României. Turiștii pot să își culeagă singuri fructe și legume.



Foto: Mihai Dragomir



Foto: Mihai Dragomir



Foto: Mihai Dragomir

Ar trebui folosite numai metode ca să îmbunătățiți calitatea solului din grădină. Maya, proprietara unei frumoase pensiuni, Yovcheva, de lângă Elena, ne-a arătat stratul de compost de la marginea grădinii (foto stânga). Separarea deșeurilor este obligatorie în ecoturism.

Culoarea grădinii ar trebui să fie verde, nu gri! Evitați suprafețele întinse de ciment. Folosiți în schimb pietre pentru a face alei în grădină, ca în fotografiile de mai sus. Puteți astfel separa teritoriul grădinii de restul curții. Fotografia din dreapta a fost făcută lângă Elena, în pensiunea Yovcheva.



Foto: Carmen Chașovschi



Foto: Carmen Chașovschi



Pensiunea Happy Fish, Maramureș – România

Oferiți posibilitatea turiștilor de a se relaxa în grădină sau afară pe terasă. Veți descoperi că turiștii preferă pensiunile cu terasă și grădină. Pe verandă puteți pune două fotolii împletite din răchită, un hamac sau un balansoar în grădină.

Spațiul exterior al pensiunii poate fi utilizat pentru numeroase activități: jocuri, evenimente artistice, demonstrații culinare, atelier de meșteșuguri ș.a.

Grădinile sunt spații pentru activități în aer liber pentru pentru turiștii de toate vârstele.



Fotografii: Centrul de Informare Turistică, Elena, Bulgaria

Curtea poate fi îmbunătățită prin lucrări de amenajare care să integreze elemente tradiționale ale zonei. Dacă doriți să modernizați excesiv curtea, riscați ca aceasta să își piardă farmecul natural și rustic dat de îmbinarea plantelor și a elementelor rustice de decor.

Decorațiunile tradiționale sau plantele pot da un farmec aparte peisajului curții dumneavoastră.

Casa cu Zorele
www.eco-romania.ro.



Casa cu Zorele
www.eco-romania.ro.

Dacă doriți să faceți anumite aranjamente în curte (teren de joacă, grătar), ar trebui să le faceți la o distanță rezonabilă de clădirea principală pentru a nu deranja alți turiști (fum, zgomotele pot fi un factor de poluare).

Foto: AER



Sfaturi pentru certificare

Este crucial să respectați mediul natural înconjurător (EETLS: 2012, p.15, A 6.2.1 și A.6.2.2.) și să țineți cont de designul împrejurimilor ce țin de patrimoniul cultural atunci când amenajați pensiunea sau în ceea ce urmează să construiți în spațiul verde al acesteia. Construcția nu trebuie să depășească limita de înălțime a împrejurimii și nu trebuie să folosiți culori ce sunt în contrast cu cele din jur. Excepție fac situațiile când asemenea culori fac parte din specificul local (de exemplu casele din Delta Dunării și din Transilvania în care casele sunt văruițe cu albastru, în unele zone).



Casă tradițională din Bucovina, România

Foto: Victor Mușat



Casă tradițională din Delta Dunării, România

Foto: Victor Mușat



Casă tradițională din regiunea Elena, Bulgaria

Foto: Andrei Blumer



Casă tradițională din regiunea Elena, Bulgaria

Foto: Andrei Blumer



Casă tradițională restaurată - Pensiunea Kalnokis, România



Pensiunea Casa Bunicii, România

Lista de verificat pentru o bună planificare a clădirilor și anexelor (A.6.1., A.6.2.), și pentru o construcție sustenabilă (A.6.3.)

- Clădirea și alte infrastructuri sunt bine adaptate mediului natural;
- Folosiți specii de plante autohtone în amenajarea spațiului verde, grădinii sau curții;
- Ați intervenit foarte puțin în peisaj (de exemplu cimentul și asfaltul sunt folosite pe suprafețe destul de restrânse);
- Ați folosit pe cât posibil materiale naturale în construirea infrastructurii pensiunii;
- Culorile se potrivesc cu peisajul;
- Stilul construcției este adaptat la arhitectura locală;
- Ați clarificat cu proprietarii de pământuri drepturile de a intra pe proprietățile lor în desfășurarea activităților dumneavoastră (pentru poteci, trecători sau altele);
- Nu folosiți specii străine, iar dacă sunt folosite, ele ar trebui monitorizate și controlate pentru a evita introducerea unor plante sau animale potențial invazive, care au un impact negativ asupra biodiversității și asupra eco-sistemelor locale (flora locală este adaptată la condițiile mediului (secetă, temperaturi, etc) și la pesticidele locale, reducând astfel nevoia de irigații (economisirea consumului de apă D.1.4) și chimicale (criteriul D.2.4).
- Folosiți tehnici sustenabile care încorporează flora locală astfel încât ele să păstreze caracterul natural al mediului;
- Ați formulat în planul de afaceri afirmații referitoare la armonizarea locației și designului clădirilor cu mediul înconjurător, cu patrimoniul cultural, și le-ați implementat (A.6.2.a și A.6.2.b);
- Folosiți tehnici de construire sustenabile (A.6.3) care pot fi exemplu pentru comunitatea locală (materiale adecvate, meșteri locali și practici sustenabile);
- Ați cooperat cu arhitecți care sunt familiarizați cu arhitectura locală și cu meseriași care cunosc metodele tradiționale de construcție;
- V-ați consultat și informat cu privire la arhitectura bio-climatică, și dacă este posibil și se potrivește cu împrejurimile, să aplicați asemenea tehnici;
- Promovați pe cât posibil experiența dumneavoastră pozitivă și metodele sustenabile descrise mai sus stakeholderilor locali;
- Oferiți acces pentru persoanele cu dizabilități. (A.6.4. Acces pentru nevoi speciale);
- Folosiți specii autohtone pentru peisaje și restaurare, și luați măsuri pentru a evita introducerea unor specii străine invazive.

Exemple de participare activă în conservarea biodiversității (EETL: 2012, p.65). Putem garanta că turiștii vor dori să vi se alăture!

- Oferiți muncă voluntară în proiectele de conservare a naturii (în cooperare și acord cu autoritățile locale din domeniu și cu proprietarii pământurilor) spre exemplu, anchete ale speciilor pentru a colecta date despre biodiversitate: există acolo animale și/sau plante care intră sub egida speciilor pe cale de dispariție - CITIES?
- Plantarea arborilor autohtoni de către turiști pentru diminuarea emisiilor de CO₂, sau a defrișărilor;
- Tăierea fânului, curățarea arborilor, etc.

- Hrănirea pe timp de iarnă a speciilor sălbatice (doar sub supravegherea ghizilor/expertiilor locali);
- Organizarea unor zile pentru curățarea gunoierului (pe plaje, în păduri, în munți, etc.);
- Crearea unor habitate/ zone artificiale pentru speciile sălbatice (iazuri, ziduri de piatră uscată, coridoare de vegetație, etc.);
- Montați cuiburi pentru păsări;
- Luați măsuri pentru protejarea zonelor marine (inclusiv protejarea zonelor de dună), ferindu-le, spre exemplu, de eroziunea solului, inundații, etc

Țineți cont pentru certificarea Eco de:

Conservarea peisajului și a biodiversității (EETLS: 2012, D.3.3., p.65)

O afacere în ecoturism este prin definiție benefică pentru conservarea biodiversității. Contribuția poate varia de la participarea activă în proiecte până la contribuții financiare. Aici găsiți câteva sfaturi de care să

Țineți cont în activitățile desfășurate în aer liber din cadrul pensiunii dumneavoastră:

- Evitați să plantați mono-culturi în spații largi (acest lucru crește riscul de îmbolnăviri);
- Plantați ierburi de grădină (pentru a prezenta clienților ierburile autohtone);
- Construiți pereți din piatră (habitate pentru șopârle, etc.)
- Pădurile învecinate nu trebuie să pericliteze clădirile sau celelalte facilități (incendii, căzături de copaci)
- Afacerea dumneavoastră să contribuie la susținerea conservării biodiversității, a zonelor naturale protejate, sau a zonelor cu valoare ridicată a biodiversității (D.3.4.1);
- Încheiați un acord cu managerul zonei naturale care să explice cum este realizată contribuția dumneavoastră la conservarea zonei (D.3.4.1.a);
- Pentru a obține certificarea este recomandat să aduceți o contribuție financiară la planurile locale de conservare a naturii a câte cel puțin 3% din valoarea plătită de către fiecare turist;
- Gândiți-vă la acțiuni concrete de conservare a naturii. Includeți-le în planul dumneavoastră de afaceri (de exemplu, donații/ finanțare pentru un proiect/ acțiuni de conservare a naturii sau implicare directă în programe de educație a mediului);
- Nu trebuie să oferiți niciun produs sau serviciu care poate dăuna oamenilor, animalelor, plantelor sau resurselor naturale sau care sunt neacceptate social sau cultural.

Misiunea dumneavoastră: să fiți o gazdă bună

Ca proprietar de pensiune ecoturistică, trebuie să fiți deschis și atent la nevoile turiștilor. Dacă le oferiți servicii de bună calitate, o atmosferă plăcută și experiențe deosebite, numărul lor va crește.

Fiți proactivi și anticipați nevoile turiștilor. Această atitudine funcționează mai bine decât credeți. Nu așteptați să fiți întrebați, fiți primii care să se intereseze dacă turiștii mai au nevoie de ceva.

Aflați ce își dorește turistul.

Acesta este primul pas în obținerea satisfacției totale a acestuia.

Un zâmbet frumos și larg este cel mai bun salut pe care puteți să-l oferiți turistului!



Fotografii sus:
Centrul de Informare Turistică, Elena, Bulgaria

Ar trebui să știți că turiștii străini trăiesc diferit față de dumneavoastră și au alte valori. De exemplu, unii dintre ei mănâncă mai puțin și în general, cu cât mai puține grăsimi, nu își petrec foarte mult timp în fața televizorului (Chășovschi, 2010, p.22). Ecoturii se bucură de activitățile din natură, fie activ, fie contemplând, urmărind viața din sălbăticie sau alte asemenea activități. Aceștia nu doresc să asculte muzică de la radio toată ziua, cu atât mai puțin noaptea. Nu lăsați volumul la televizor prea tare în timpul nopții, nu îi deranjați cu petreceri în fața geamului camerei lor. Dacă aveți o pensiune cu animale, comunicați-le ora la care începeți activitățile gospodărești. Încercați să vedeți ce le place și acordați-le serviciile potrivite.

Un alt factor important este intimitatea turistului. Deși probabil veți petrece mai mult timp cu prietenii dumneavoastră, turiștii, în special cei din străinătate, nu trebuie să fie deranjați și trebuie să aibă propriul spațiu. Dacă dorec să discute cu dumneavoastră, fiți amabili și acordați-le informațiile necesare.

Este vital să aveți un feedback clar asupra serviciilor pe care le oferiți. Cel mai ușor este să îi întrebați direct, într-o manieră prietenoasă și politicoasă. Dacă vă este greu să comunicați direct, folosiți

„comunicarea scrisă”. De exemplu, puteți face o condica stilizată unde puteți ruga turiștii să își scrie impresiile sau propunerile de îmbunătățire a serviciilor.



Condica poate fi o sursă de inspirație în îmbunătățirea continuă a serviciilor dumneavoastră.

Foto: Carmen Chașovschi

Următorul capitol va conține câteva recomandări în ceea ce privește organizarea spațiului pensiunii și a activităților specifice pensiunii. Sperăm că aceste informații vă vor ajuta în acordarea unor servicii ecoturistice de bună calitate. Dar nu uitați că scopul principal este să obțineți satisfacția turistului.

7.3. Calitatea spațiului pensiunii

Oferta turistică de bază a unei pensiuni constă în două elemente importante: cazarea și masa (mic dejul, prânz, cină). La acestea se adaugă activități recreative și informațiile disponibile despre atracțiile din parcurile naturale din zonă.



Foto: Centrul de Informare Turistică, Elena, Bulgaria

Proprietarii de pensiuni nu trebuie să facă eforturi inutile ca să ofere turiștilor ceva exotic sau orice poate oferi un oraș, ci ar trebui să ofere ceva autentic, ceva specific zonei. Până la urmă, turiștii călătoresc spre zone rurale sau destinații ecoturistice dintr-un singur motiv: pentru a experimenta ceva autentic din zona respectivă.

7.3.1. Spațiul de dormit. Dotare și amenajări specifice

Spațiul interior al unei pensiuni trebuie să fie plăcut și funcțional



Foto: www.eco-romania.ro, Casa cu Zorele

Turiștii adoră camerele mobilate precum casa bunicilor – cu pereții albi și podea de lemn. Modul în care sunt prezentate camerele poate face ca turiștii să se simtă bine. De asemenea, paturile în care dorm sunt foarte importante: acestea trebuie să fie destul de spațioase, cu așternuturi confortabile, călcate și curate, dacă sunt cu arcuiri, acestea nu trebuie să se simtă

Bineînțeles, un pat de modă veche are propriul farmec, dar indiferent de stil, patul nu trebuie să fie fragil sau instabil. O problemă des întâlnită este aceea că paturile făcute din lemn presat își pierd în timp calitatea și stabilitatea. Cel mai bun material, cu toate că este mai scump, este lemnul. În timp, veți realiza că este o investiție bună. O pensiune poate avea diferite tipuri de paturi. Dacă aveți două camere, puneți într-o cameră un pat dublu, potrivit pentru cupluri, și în cealaltă cameră, paturi individuale pentru copii. Dacă aveți o singură cameră pentru oaspeți, optați pentru un pat dublu (Chășovschi, 2010, p.11).

Prima condiție a unui sejur plăcut: un pat bun.



Foto: www.eco-romania.ro, Casa cu Zorele

Mulți turiști caută camere mobilate rustic, specifice satelor. Puteți angaja un tâmplar talentat care să vă creeze noi piese de mobilier din modelele vintage, sau puteți căuta mobilă veche și să o recondiționați.



Foto: www.eco-romania.ro, Casa cu Zorele)

O altă condiție necesară o reprezintă așternuturile albe. Știm că așternuturile de alte culori sunt mult mai ușor de curățat dar efectul nu e același! Un set de așternuturi ar trebui să-i asigure turistului o temperatură confortabilă pe timpul nopții. Ar trebui să fie și câteva pături în plus pentru nopțile mai friguroase. Așternuturile cu broderii sau țesăturile în modele vechi sunt foarte apreciate de către turiști.

Plasați noptiere în vecinătatea patului (în același model cu patul sau similar). Turiștii pot pune un pahar cu apă pe noptieră, o carte sau obiecte personale. Pe noptieră ar trebui să fie lămpi funcționale, iar întrerupătorul ar trebui să fie plasat convenabil, astfel încât să fie ușor de manevrat.



7.3.2. Amenajarea băilor

Baia este foarte importantă. Ar trebui să fie suficient de spațioasă pentru a permite ușor accesul și să aibă următoarele facilități: o chiuvetă simplă, un duș sau o cadă de baie și o toaletă. În plus, ar trebui să fie echipată cu (Comen, 2005, p.11):

- o poliță pentru instrumentele de baie;
- o săpunieră;
- o perdea de duș sau o cabină despărțitoare;
- o oglindă deasupra chiuvetei;
- lumina în baie și în special în zona chiuvetei;
- întrerupătoare electrice (plasate conform standardelor de siguranță pentru instalațiile electrice din băi);
- gresie sau podea poroasă din lemn;
- faianță ușor de curățat;
- ventilator pentru evacuarea aerului cald și umed (dacă nu există un geam care să asigure ventilația naturală).



Dacă există o baie comună pentru toate camerele, puneți la dispoziția turistului câteva spații lângă pat unde să își atârne prosopul. În acest fel, prosopul se poate usca după fiecare întrebuințare și va fi ușor de găsit. Curățarea băii și a spațiilor sanitare trebuie făcută cu multă atenție.

Nu uitați că apa este o resursă importantă, ce trebuie economisită! Plasați într-un loc vizibil un mesaj care să amintească acest lucru turiștilor: aceștia trebuie să folosească apa cumpătat și ar trebui să pună pe podea prosoapele pentru spălat. De asemenea, ar trebui să folosiți soluții ecologice pentru curățenie.

7.3.3. Amenajarea spațiului public al pensiunii.

Camera de zi.

Turiștii cazați în pensiunea dumneavoastră vor fi dornici să cunoască localnici, meșteșugari sau alte personalități locale, să discute cu gazda, să învețe mai multe despre zonă și despre împrejurimi. Vizitatorilor le vor plăcea să se relaxeze în spațiul comun al livingului. Aici, turiștii pot citi, pot juca diverse jocuri, sau pot trimite vederi celor de acasă. (Comen, 2005, p.12)

Spațiul public poate fi extins și în spațiul exterior de lângă casă. Pensiunea Yovcheva, lângă Elena, Bulgaria a amenajat cu succes mai multe spații de acest tip.



Foto: Andrei Blumer

Spațiul public al unei pensiuni constă într-un salon, sau dacă acesta lipsește, spațiul comun poate fi înlocuit cu spațiul de luat masa sau cu un hol spațios unde turiștii se pot relaxa împreună. Un astfel de spațiu este și locul preferat al familiilor cu copii, dându-le spațiu de mișcare într-o mai mare măsură decât o poate face spațiul camerei în care au fost cazați.

Spațiul comun trebuie să ofere mai multe de opțiuni de ședere: o canapea și câteva fotolii așezate în jurul unei măsuțe. Un dulap rustic, câteva rafturi pentru cărți, fotografii și alte detalii personale pot da un aer familial camerei și pot crea un ambient plăcut. Nu decorați camera de zi în exces, deoarece prea multe obiecte și ornamente pot crea o atmosferă neplăcută și încărcată.

Dacă aveți o casă mică și nu aveți posibilitatea de a amenaja o cameră comună, atunci asigurați-vă că în dormitoare există câteva scaune și câte o masă în jurul căreia vizitatorii să poată sta dacă vremea este rea și nu pot ieși afară.

7.3.4. Oferirea informațiilor de interes turistic

Plasați cărți, informații despre parcurile naturale, despre fauna și flora din destinație, în mici puncte de informare la recepție sau în spațiul public al pensiunii.

Comunicarea scrisă cu vizitatorii poate fi o bună alternativă pentru a transmite informații vitale turiștilor. Plasați un panou informațional la intrarea în pensiune sau la recepție, cu informațiile principale legate de pensiunea dumneavoastră. În acest punct puteți plasa și o hartă a zonei, descrierea sa, atracțiile turistice din împrejurimi și multe altele.



Foto: Carmen Chașovschi



Foto: Bogdan Papuc

Țineți cont pentru certificarea Eco de:

Designul și construcția clădirii și infrastructurii (EETLS, A.6, p. 15)

- Folosiți principii potrivite pentru construirea sustenabilă;
- Furnizați acces pentru persoanele cu dizabilități;
- Afacerea trebuie să folosească elementele ale artei locale, ale arhitecturii și moștenirii culturale în design, decorațiuni, mâncare sau cumpărături; cu respectarea proprietății intelectuale a comunității locale;
- Elementele culturii locale pot fi încorporate prin:
 - o Folosirea stilurilor arhitecturale locale în designul și facilitățile pensiunii
 - o Folosirea elementelor de decorațiune locală precum lucrări de artă ale artiștilor locali, meșterilor, mobile și decorațiuni în stilul local, veselă și ceramică de la meșteri locali, țesături, articole de zi cu zi de pe plan local, care sunt comune în localitate.
- Consumul de energie ar trebui măsurat, indicat la sursă, și ar trebui adoptate măsuri de reducere a consumului general, încurajând folosirea energiilor regenerabile;
- Respectați zonarea de protecție a mediului. Dacă activați într-o zonă protejată, obțineți toate documentele relevante privind protecția și aflați reglementările și cerințele din zona dvs.
- Respectați reglementările zonei desemnate. Dacă activați într-o zonă desemnată naturală, sau aparținând patrimoniului cultural, obțineți toată documentația necesară asupra cerințelor specifice de la autoritățile competente.

7.4. Servirea mesei în pensiunea turistică.

O zi bună se poate recunoaște de la micul dejun

Mâncarea simplă este cea mai sănătoasă, iar mâncarea făcută la țară este și cea mai gustoasă. Acestea sunt considerațiile turiștilor atunci când vă vizitează. Atunci de ce să vă chinuiți să le oferiți ce le poate oferi și orașul? Turiștii vor aprecia legumele de grădină, smântâna de casă, marmelada. Spuneți povestea mâncării dumneavoastră în fața oaspeților – îi va uimi să audă că totul este proaspăt, iar mâncarea este gătită de către mama dumneavoastră sau de soacră.

“Un mic dejun bun este și startul pentru o zi bună”

Evitați la micul dejun croissantele sau prăjiturile ambalate în folie sau mierea, untul și marmelada preambalate în cutiuțe mici de plastic. Acestea pot fi înlocuite cu miere și lactate produse de localnici și cu marmelada făcută în casă.

Mierea și marmelada sunt mult mai atractive dacă sunt puse pe masă în boluri sau borcănele mici de sticlă. Produsele ar trebui să arate și să fie proaspete. Nu uitați să le oferiți turiștilor la micul dejun siropuri sau sucuri naturale deoarece dimineața organismul are nevoie de cel puțin două pahare de fluide pentru hidratare.

Cârnații de casă tăiați pe o farfurie sau o bucățică de slănină feliată vor fi de asemenea pe gustul turiștilor. Mai ales dacă este vorba de o specialitate locală, cum este șunca tradițională pentru care regiunea Elena este renumită.

Oferiți pentru micul dejun (sau celelalte mese) pâine proaspătă făcută în casă sau prăjituri gătite în pensiune.



Foto: Andrei Blumer



Foto: Centrul de Informare Turistică, Elena, Bulgaria



Foto: Andrei Blumer

Pe lângă o serie de produse de bază care ar trebui să se regăsească în bufetul amenajat pentru turiști – unt, dulceață, lapte, cafea, pâine, ceai, iaurt– puteți să aveți câteva alternative de mic dejun dintre care turiștii să poată alege. Este cel mai indicat să îi întrebați cu o seară înainte ce ar dori să mănânce a doua zi la micul dejun.

Prima masă din zi trebuie să fie simplă dar hrănitoare. Folosiți farfurii și căni din ceramică, tradiționale, care sunt simple, încântătoare și nu sunt din plastic. De asemenea, folosiți tacâmuri de metal, nu de plastic. Mențineți serviciile complete. Este acceptat să aveți veselă combinată, dacă este veche și povestește istoria pensiunii, însă nu se acceptă sub nici o formă veselă ciobită sau stricată.

Evitați folosirea plasticului în orice formă, pe cât posibil. Nu este ecologic. De asemenea, sticla și porțelanul sunt mult mai nobile și vor arata mult mai bine împreună cu o față de masă frumoasă.

7.5. Detaliile dau farmec întregului

“Detaliile sunt mult mai importante decât credem!”

Fiiți atenți la detalii. Deși pot părea neimportante la prima vedere, câteva lipsuri pot strica vacanța oaspeților. În schimb, dacă vă gândiți la toate din timp, satisfacția turiștilor este garantată (Chășovschi, 2010, p.23).

- Iluminatul insuficient este o problemă frecventă. Nu folosiți becuri „chioare”, care creează o atmosferă tristă, ci becuri suficient de puternice, cărora li se vor adăuga veiozele și eventual aplicile de perete.
- Asigurați-vă că broasca ușilor de la dormitoare este funcțională, astfel încât turiștii să-și poată încuia camera. Pentru a intra în camera lor trebuie să ciocăniți la ușă. Cei mai mulți își doresc intimitate - să nu intre altcineva în cameră pe perioada șederii lor decât pentru curățenie.
- Puneți la ferestre plase care să împiedice intrarea muștelor sau țânțarilor.
- Aveți grijă ca în fiecare cameră să fie măcar câteva cuiere de perete. Acolo turiștii își pot agăța câteva haine sau prosopul. Indicată este, de asemenea, ca umerășele din dulap să fie toate la fel.
- Sub oglindă în baie fixați o poliță pe perete astfel încât turiștii să-și poată pune trusa de toaletă.
- Un buchet de flori proaspete în vază, o sticlă de apă în camere sau o farfurie cu fructe de sezon sunt modalități care demonstrează că vă gândiți cu drag la oaspeți.
- Dragostea pentru detalii trebuie să se regăsească și în păstrarea arhitecturii sau în decorarea camerelor. Folosiți doar câteva elemente care pot da un aspect plăcut - o strachină sau o cană de ceramică tradițională, un instrument meșteșugăresc vechi din zonă, un ștergar brodat cu motive populare. Nu puneți mai mult de unul-două, deoarece riscați să creați în camere un fel de muzeu aglomerat de obiecte vechi, ceea ce nu mai este plăcut.

7.6. Costurile afacerii

Câți bani urmează să cereți pentru serviciile turistice pe care le furnizați? Aceasta este o întrebare legitimă deoarece încasările trebuie să vă permită să continuați afacerea și să vă ducă și un venit din care să trăiți.

Turiștii care caută locuri în pensiuni sunt dispuși să plătească un preț pe care de obicei îl compară cu cel plătit în alte regiuni sau în alte unități asemănătoare. Proprietarul trebuie să facă o ofertă cât mai atractivă, astfel încât vizitatorii să fie dispuși să plătească cel mai bun preț posibil pentru ceea ce vor primi. Există mai multe modalități de generare a veniturilor în turism.

Multe unități de cazare au doar camere de închiriat, în timp ce altele au și săli de întruniri, mici ateliere proprii, facilități de alimentație publică, servicii suplimentare (de ex. plimbări cu trăsura sau drumeții ghidate în zonă). Pentru a crește veniturile, fiecare proprietar trebuie să determine mai întâi produsele și serviciile pe care dorește să le vândă în cadrul unității. Serviciile diversificate, incluse în preț sau contra cost, pot fi o modalitate de a determina turiștii să rămână un timp mai îndelungat în pensiunea dumneavoastră.

Urmărirea informațiilor financiare vă va ajuta să știți dacă afacerea sa este profitabilă sau nu. Înregistrarea veniturilor generate și a cheltuielilor efectuate este foarte importantă.

Categorii de costuri

Costuri cu investiția inițială:

- reamenajarea spațiului (reabilitarea clădirii, adaptarea spațiilor la nevoi specifice ale turiștilor, amenajarea băilor);
- achiziția de echipamente și mobilier pentru dormitoare și spațiile comune;
- achiziția inventarului moale (așternuturi, prosoape, fețe de masă);
- marketing și promovare (tipărituri, pagina web, promovare prin asociații de turism etc).

Costuri curente de funcționare a pensiunii:

- personal angajat;
- electricitate și alte utilități
- costuri curente cu publicitatea și promovarea;
- contabilitate;
- reparații și întreținere;
- furnizori de alimente și băuturi;
- alte cheltuieli diverse (consumabile etc).

Încercați să estimați toate costurile, inclusiv pe cele care nu trebuie să le plătiți efectiv (de ex. salarii pentru membrii familiei). Doar așa veți vedea care sunt costurile reale.

Calcularea prețului camerei

Varianta 1. Prețul camerei stabilit în funcție de prețul concurenței

Verificați prețul altor pensiuni și stabiliți unul egal sau mai mic. Dacă optați pentru această alternativă, trebuie să verificați dacă toate costurile vă sunt acoperite. Această variantă ridică riscul de a nu identifica costurile ascunse și să vindeți sub costul real.

Varianta 2. Preț înnoptare = Costuri fixe + Costuri variabile + Profitul dorit

Etapa 1. Estimați costurile fixe (costuri administrative, de marketing, dobânzi la datorii, utilități, salarii cu personalul permanent angajat, aprovizionarea, cheltuieli de întreținere);

Etapa 2. Calculați care sunt costurile pentru o înnoptare. Se împarte totalul costurilor fixe la numărul de înnoptări estimate pentru un an (Nr. camere x Nr. zile x Ocupare medie de 40%). Aici se includ și amortizările mijloacelor fixe (exploatarea camerei, a mobilei etc);

Etapa 3. Determinare costurilor variabile pe înnoptare. Va trebui să împărțiți total costuri variabile (electricitate consumată, consum apă, servicii incluse, personal suplimentar angajat, pierderi medii cu perisabilități și consum nedeclarat, costul micului dejun) la numărul de înnoptări;

Etapa 4. La costurile anterioare (cost fix/cameră + cost variabil/cameră) adăugați profitul dorit.

(după Comen, Todd – Comen, 2005, p.31)

Țineți cont pentru certificarea Eco de:

Un plan de management sustenabil (A.1.1.a)

Asigurați-vă că planul de management sustenabil include un plan de acțiuni de dezvoltare a ecoturismului

- Dezvoltați un plan operațional (ce, când, cine este responsabil) pentru a putea implementa planul de management sustenabil
- Planul de management sustenabil as trebui să ia în calcul aspectele legate de mediu, socio-culturale, de calitate și de siguranță
- Implementați cel puțin 3 acțiuni pentru a comunica turistului prin planul de management și dezvoltarea ecoturismului. Folosiți comunicarea scrisă dacă va este greu să comunicați direct aceste aspecte, comunicarea scrisă este câteodată cel mai ușor mod pentru turiști să vă perceapă ideile dumneavoastră în număr cât mai mare.
- Angajați o persoană responsabilă pentru aceste sarcini - un manager sustenabil.

Politica de achiziții (D.1.1.)

- Cel puțin 80% din serviciile subcontractate (ghizi, personal, transport, bucătărie sau oricare alte servicii de achiziție) provin de la comunitatea locală;
- Cel puțin 80% din bunurile achiziționate (mâncare, produse organice, suveniruri, materiale de construcție, bunuri capital, consumabile și alte bunuri) sunt produse/ furnizate pe plan local sau sunt de regulă produse locale;
- Sunt preferate produsele certificate din zonă – produse organice (cel puțin 80% din produs);

- Politica de achiziții necesită bunuri refolosibile, reciclabile pentru cel puțin 80% din bunuri;
- Sunt folosite numai containere reutilizabile și reciclabile (de exemplu, sticlă). Articolele de unică folosință nu sunt folosite (ustensile și recipiente), cu excepția celor aflate sub circumstanțe speciale și nu mai des de 1 dată/ persoană/ ședere;
- Unul dintre criteriile de achiziție în selecția produselor se bazează pe numărul materialelor folosite la ambalare;
- Toate echipamentele achiziționate trebuie să fie în clasa A de energie ("eficiență energetică");
- Tot transportul, achiziționat sau sub-contractat, ar trebui să încerce să diminueze impactul asupra mediului. Atunci când este posibil, personalul și turiștii ar trebui să fie sfătuiți să meargă pe jos sau pe bicicletă, în loc să folosească alte mijloace de transport care afectează mediul;
- Atunci când alegeți și cumpărați vehicule, alegerea trebuie să fie eficientă în întregime. De exemplu, folosirea vehiculelor care nu necesită mai mult de 10 l combustibil / 100 km.

ANEXE

Anexa 1

Criteriile Internaționale de Turism Durabil

Vă rugăm să completați Criteriul D.

D. Maximizarea beneficiilor de mediu și reducerea la minim a impactului negativ.		
Bifați (dacă este aplicabil)	Descrierea criteriului	Exemplul dvs.
D.1.	Conservarea resurselor	
D.1.1	Politica de achiziții este în favoarea produselor ecologice (materiale de construcție, bunuri de capital, produse alimentare și consumabile).	
D.1.2	Achiziționarea de bunuri de unică folosință și consumabile este atent supravegheată, iar compania caută modalități de a reduce utilizarea lor.	
D.1.3	Consumul de energie ar trebui să fie măsurat, ar trebui să se identifice echipamentele consumatoare și să se întreprindă măsuri pentru a reduce consumul total, în timp ce se încurajarea utilizarea energiei regenerabile.	
D.1.4	Consumul de apă ar trebui să fie măsurat, sursele indicate, iar măsurile de reducere a consumului total să fie adoptate.	
D.2.	Reducerea poluării	
D.2.1	Compania controlează și măsoară gazele cu efect de seră din toate sursele, și implementează toate procedurile necesare pentru a le reduce și a le opri astfel încât să obțină stabilitate climatică.	
D.2.2	Apele reziduale, inclusiv apa gri, este tratată în mod eficient și refolosită în cazul în care este posibil.	
D.2.3	Cantitatea de deșeuri solide este măsurată, existând mecanisme de reducere a deșeurilor iar în cazul în care acest lucru nu este posibil produsele se pot refolosi sau recicla.	

D.2.4	Utilizarea de substanțe nocive, cum ar fi pesticidele, vopsele, dezinfectanți, precum și materiale de curățare este redusă la minimum sau înlocuite atunci când sunt disponibile produse inofensive; toate substanțele chimice sunt gestionate corespunzător.	
D.2.5	Compania pune în aplicare practici pentru a reduce poluarea de la zgomot, lumina, eroziune, compuși care distrug stratul de ozon, precum și contaminarea aerului și solului.	
D.3.	Conservarea biodiversității, ecosistemelor și peisajelor	
D.3.1	Speciile sălbatice sunt recoltate doar din natură, consumate, expuse, vândute sau comercializate pe plan internațional ca parte a unei activități reglementate care garantează faptul că utilizarea lor este durabilă.	
D.3.2	Nu sunt ținute în captivitate specii de animale sălbatice, cu excepția activităților reglementate în mod corespunzător, iar exemplarele de specii sălbatice protejate sunt deținute doar în cazul existenței unei autorizații și în locurile dotate corespunzător pentru a le găzdui și îngriji.	
D.3.3	Compania folosește specii native pentru amenajarea teritoriului și ia măsuri pentru a evita introducerea de specii invazive.	
D.3.4	Compania contribuie la susținerea conservării biodiversității, inclusiv sprijinirea ariilor naturale protejate și a zonelor cu biodiversitate ridicată.	
D.3.5	Interacțiunile cu viețuitoarele sălbatice, având în vedere impactul cumulativ, nu trebuie să producă efecte adverse asupra viabilității și comportamentului populațiilor sălbatice; orice perturbare a ecosistemelor naturale va fi redusă la minim, reabilitată și va exista o contribuție compensatorie pentru managementul de conservare.	

Vă rugăm să nu uitați: Criteriile A – C sunt opționale. Însă vă încurajăm să ne oferiți cât mai multe informații. E în interesul dumneavoastră să dezvoltați propriul dvs. studiu de caz cât mai detaliat.

A. Demonstrați că implementați un sistem de management durabil.		
Bifați (dacă se aplică)	Descrierea criteriului	Exemplul dvs.
A.1.	Compania a aplica o strategie de management durabil pe termen lung care este în concordanță cu realitățile și cu dimensiunea companiei, și care implică aspecte de mediu, socio-culturale, de calitate, sănătate și siguranță.	
A.2.	Compania respectă toate prevederile legislative internaționale și locale precum și reglementările în vigoare (incluzând, printre altele, sănătate, siguranță, aspecte legate de protecția muncii și a mediului.	
A.3.	Întreg personalul beneficiază de formare periodică cu privire la rolul lor în managementul de mediu, socio-culturale, de sănătate și siguranță.	
A.4.	Satisfacția clienților este măsurată și sunt întreprinse acțiuni corective după caz.	
A.5.	Materiale promoționale sunt corecte și complete și nu promit mai mult decât se poate oferi.	
A.6.	Proiectarea și amplasarea clădirilor și infrastructură.	
A.6.1.	Respectați zonarea locală și cerințele zonelor protejate și de patrimoniu;	
A.6.2.	Respectarea patrimoniului natural și cultural din împrejurimi prin amplasarea, proiectarea, evaluarea impactului, precum și drepturile de proprietate și achiziție;	
A.6.3.	Utilizați principii locale adecvate pentru construcțiile sustenabile;	
A.6.4.	Furnizarea de acces pentru persoanele cu nevoi speciale.	
A.7.	Informațiile și interpretarea mediului natural, cultura locală și a patrimoniului cultural sunt furnizate clienților, precum și explicarea comportamentului corespunzător în timpul vizitelor în zonele protejate, comunităților locale și site-urilor de patrimoniu cultural.	

B. Maximizarea beneficiilor sociale și economice pentru comunitatea locală și reduceți la minim impactul negativ.

B.1.	Compania sprijină activ inițiativele de dezvoltare a infrastructurii sociale și comunitare, inclusiv educație, sănătate, și salubritate.	
B.2.	Localnicii sunt angajați, inclusiv pe posturi de conducere. Instruirea este oferită dacă este necesar. Zonele rurale din Europa suferă de depopulare și de migrație internă spre zonele urbane.	
B.3.	Serviciile locale și bunurile sunt achiziționate și oferite de către firmă urmând principiile comerțului echitabil.	
B.4.	Compania oferă mijloace micilor antreprenori locali de a dezvolta și vinde produse sustenabile care se bazează pe caracterul natural, istoric și cultural al zonei (inclusiv mâncare și băutură, artizanat, artă, produse agricole etc.).	
B.5.	S-a dezvoltat un cod de conduita pentru activitățile din comunităților indigene și locale, cu acordul și în colaborare cu acestea.	
B.6.	Compania a pus în aplicare o politică împotriva exploatării comerciale, în special a copiilor și adolescenților, incluzand exploatarea sexuală.	
B.7.	Compania angajează în mod echitabil femeile și minoritățile locale, inclusiv în poziții de conducere, în timp ce restricționează munca copiilor.	
B.8.	Sunt respectate normele juridice de protecție națională sau internațională a angajaților, iar aceștia primesc un salariu echitabil.	
B.9.	Activitățile companiei nu pun în pericol furnizarea de servicii de bază, cum ar fi apă, energie, sau de salubritate, pentru a vecine comunități.	

C. Maximizarea beneficiilor pentru patrimonial cultural și reducerea la minim a impactului negative.

C.1.	Compania urmează un cod de comportament pentru vizitele la obiectivele culturale sau istorice, siturile sensibile, în scopul de a minimiza impactul vizitator și a maximiza experiențe vizitatorilor.	
C.2.	Artefactele istorice și arheologice nu sunt vândute, comercializate, sau expuse, cu excepția celor permise de lege.	
C.3.	Compania contribuie la protecția siturilor istorice, arheologice, culturale locale și a proprietăților spirituale importante și nu împiedică accesul localnicilor la acestea.	
C.4.	Compania utilizează elemente de artă, arhitectură sau patrimoniu cultural locale în design, decorațiuni, produse alimentare, sau magazine; respectând în același timp drepturile de proprietate intelectuală ale comunității locale.	

Sursă: Criteriile Internaționale de Turism Durabil (Global Sustainable Tourism Criteria) (2009),
Criteriile sunt disponibile la:

http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=58&Itemid=188

Anexa 2

ÎNTREBĂRI CADRU DE EVALUARE PENTRU ECOTURISM

1. În ce măsură a contribuit ecoturism la costul legat de protejarea și de gestionarea ariilor naturale / sau zona naturala în curs de revizuire?

- Total venituri prevăzute la sistemul de zone protejate ?
- Procentul alocat pentru conservarea în domenii specifice protejate sau natural?
- Procentul bugetului furnizat de ecoturism la totalul de sistemul de arii protejate sau natural?
- Procentul prevăzut către bugetul parcului sau arie naturală?

2. Care este impactul biofizic al turismului din zonele naturale?

- Are loc monitorizarea efectelor?
- Sunt datele de bază colectate?
- Ce categorii de impact biofizice sunt acolo?

a) faună; b) vegetație; c) calitatea apei; d) calitatea aerului; e) eroziune;

- Ce procent din suprafața naturală este afectată?
- Ce tehnici de management direct sunt utilizate?

a) zonare; b) ghiduri necesare; c) citații și amenzi; d) zona de camping; e) limitarea duratei de vizită; f) sisteme de rezervare; g) numărul limita al vizitatorilor;

- Ce tehnici de management indirect sunt utilizate?

a) semne; b) patrulă; c) concesiuni tur-operatori; d) discuții introductorii; e) ghiduri scrise; f) ecrane informative;

- Este un sistem de management al răspunsului prezent?

3. Există inițiative pentru gestionarea impactul ecoturism în zonele-tampon sau în zonele afectate de dezvoltarea ecoturismului?

- Sunt folosite următoarele strategii de management de creștere?

a) zonarea; b) limita de capacitate; c) planuri de turism; d) planuri de proiectare;

- Sunt utilizate următoarele mecanisme de reglementare?

a) autorizație de construire cu standarde de mediu; b) declarații de impact asupra mediului; c) standarde privind tratarea apelor reziduale; d) protecția bazinelor hidrografice;

- Ce capacități trebuie să pună în aplicare autorităților locale pentru a implementa aceste mecanisme?

4. Ce impact are turismului are asupra diversitatii biologice?

- Stabilirea bazei de date a cercetărilor privind zona unde turismul se dezvolta
- Dezvoltarea unei baze de date privind speciile indicatoare, floră și faună, 3-4 luni înainte de inițierea proiectului
- Atribuirea cercetătorii de teren cu expertiză în floră și faună pentru monitorizarea pe o perioadă

de 1 an. Ulterior se va efectua monitorizarea impacturilor în mod periodic.

- Dezvoltarea de programe paralele de cercetare asupra speciilor emblematice și alte subiecte importante de cercetare, care sunt specifice site-ului ce să continue timp de cel puțin un an și care sunt monitorizate în mod regulat de către proiect.

5. Ce impact are asupra ecoturismului dezvoltarea de politici guvernamentale care să sprijine dezvoltarea durabilă a turismului?

- Ce cadre legale există pentru a furniza stimulente pentru dezvoltarea turismului durabil?
- Există programe participative de planificare, care includ comunitățile rurale și indigene?
- Există un plan de ecoturism?
- Ce mecanisme bugetare sunt, ce să sprijine planurile de ecoturism?
- Ce programe de formare sunt implementate pentru a sprijini participarea comunității?
- Ce mecanisme de finanțare sunt în vigoare pentru întreprinderile mici?

6. Contribuie ecoturismul la o mai bună înțelegere a specificității de mediu și socială a site-ului / regiunii?

- Sunt activitățile interpretative bazate pe informații solide și prezentate într-un mod echilibrat?
- Există cooperare între zonele naturale și sectorul privat pentru a dezvolta programe de interpretare?
- Există un plan sau o strategie interpretativă pentru zonele naturale?
- Există instruire pentru personalul de interpretare?

7. Contribuie ecoturismul la extinderea afacerii la nivel local și posibilitatea de câștig?

- Ce formă de credit este disponibilă pentru microîntreprinderi și întreprinderile mici la nivel de comunitate?
- Ce fel de instruire este disponibilă pentru afaceri mici, la nivel de comunitate?
- Cum se compară salariile angajaților întreprinderilor comunitare cu alte întreprinderi din domeniu?
- Care sunt câștigurile populației locale și care este modul în care ecoturismul a afectat acest lucru?

8. Afacerile din ecoturism și oportunitățile de angajare se adresează unor noi segmente de populație?

- Care sunt oportunitățile pentru persoanele marginalizate sau cele care traiesc în mediul rural în ceea ce privește mediul de afaceri și alternativele de angajare?
- Femeile indigene sau cele în zona rurală săracă sunt în căutare de oportunități de afaceri sau de câștig?

9. Avantajele colective ale comunităților locale au fost îmbunătățite?

- Abilități, educație și sănătate?
- Drumuri, accesul la surse de apă, și alte elemente de infrastructură durabilă?
- Accesul la credit și venitul colectiv?
- Capitalul social și puterea organizațională a comunității?

- Informațiile cu privire la politicile locale, regionale și naționale sunt accesibile?
- Informațiile cu privire la alternativele de câștigare a existenței sunt disponibile?
- Expunerea la risc și exploatare?

10. Care este impactul social și cultural al ecoturismului?

- Respectul pentru valori, simboluri și modalități de exprimare culturală?
- Conservarea limbii, a tradițiilor și a obiceiurilor?
- Abilități organizatorice în comunitate?
- Asigură reprezentarea la nivel regional și național?
- Promovează utilizarea meseriilor tradiționale?
- Interesul în utilizarea prudentă a pământului pentru a se asigura că sistemele naturale sunt menținute sau îmbunătățite pentru generațiile viitoare?
- Conflict între membrii comunității (de obicei ascuns față de cei din afara comunității)?
- Criminalitatea și adoptarea comerțului ilegal?

11. Ecoturismul a îmbunătățit accesul la informații, cunoștințele tehnice și a permis participarea mai activă în societate?

- Numărul alianțelor strategice cu sectorul privat, ONG-uri, sau alte comunități?
- Mecanisme de comunicare obținute pentru informațiile tehnice?
- Nivelul de participare a comunității la reuniunile municipale și de stat?

12. Modele de dezvoltare a spiritului anteprenorial în ecoturism au fost atent analizate pentru a se asigura că sunt șanse considerabile pentru o afacere viabilă?

- Destinația este percepută de către piață ca fiind atractivă și sigură?
- Există oportunități pentru o viziune carismatică în ceea ce privește animalele și plantele sălbatice?
- Proiectul de ecoturism este distinctiv pe piață și poate concura în termeni de valoare?
- Există ghiduri și oportunități de a învăța într-un context interactiv sau activ, în aer liber, care să satisfacă sau să depășescă așteptările clienților exigenți?
- Cazare va fi confortabilă, și în același timp își va păstra caracterul rustic?
- Destinația va fi accesibilă prin intermediul unui program de zboruri zilnice, cu conexiuni de la un portal internațional?
- Destinația permite accesul la alte atracții interesante, situate la o distanță rezonabilă?
- Managementul are capacitatea de a identifica o piață de nișă și de a derula programe eficiente de marketing și analize de cost care să fie atractive pentru baza de clienți avută în vedere? Este baza de clienți țintă suficient de diversă?
- Managementul are capacitatea de a manipula sistemul financiar și operațional al afacerii?
- Este suficient capital disponibil pe termen lung, în condițiile în care investitorii au așteptări realiste în privința ratei de return?
- Datoria va rămâne relativ mică în relație cu fluxul de numerar?

Bibliografie

- Arlen, C. (1995, May 29). Ecotour, Hold the Eco. U.S. News & World Report, pp. 30-32.
- Ayala, H. (1996) Resort ecotourism: a paradigm for the 21st century. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 37, 46–53.
- AER (2009) – Criteriile pentru desemnarea destinațiilor ecoturistice, elaborate în cooperare cu MDRT, INCDT;
- Barbier, Edward B. et al. (2004): Economics and Ecology: new frontiers and sustainable development. London: Chapman & Hall.
- Belnap, J. 1998. Choosing indicators of natural resource condition: A case study in Arches National Park, Utah, USA. Environmental Management 22, 635–642.
- Black, R. (2007) Ecotourism series, Number 5: quality assurance and certification in ecotourism. Retrieved April 10, 2008 from UNLV Library Website: <http://site.ebrary.com/lib/unlv/Doc?id=10060509&ppg=264>
- Boo E., 1992: Tourism and the Environment : pitfalls and liabilities of eco-tourism development. WTO News 9 : 2-4.
- Bardi, J. (2010). Hotel Front Office Management. New York: John Wiley&Sons.
- Berger F, B. J. (2008). Organizational Behavior for the Hospitality Industry. New York: John Wiley & Sons.
- Butler R. W., 1974: Tourism as an agent of social change. Annals of Tourism Research 2 100 – 111.
- Butler R. W., 1980: The concept of a tourist area cycle of evolution : implications for management of resources. Canadian Geographer 24 : 5 – 12.
- Butler R. W., 1989: Alternative tourism ; pious hope or Trojan horse? World Leisure and Recreation 31 (4): 9 – 17.
- Butler, R.W., 1991: Tourism, environment, and sustainable development. Environmental Conservation, 18, 201-209.
- CAC [Consulting and Audit Canada]. 1995. What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism. Madrid: World Tourism Organization.
- Campbell, Lisa M. 1999. "Ecotourism in Rural Developing Communities." Annals of Tourism Research (26)3: 534-54.
- Cazacu, L. C. (2010). Primarii susțin conservarea satelor și promovează ofertele turistice. Suceava: Editura Universitatii Stefan cel Mare.
- Chășovschi, C. C. (2010). Turism la mine în sat. Cum să amenajezi o pensiune. Suceava: Editura Universitatii Stefan cel Mare.
- Chășovschi, C. ș. (2007). Manualul administratorului de pensiune turistică. București: Editura Didactică și Pedagogică.

- Chășovschi, C., & Năstase, C. (2011). Organizarea activității pensiunilor turistice. Iași: Editura Stef.
- Comen, T. (editat de Fundația Ecotop Oradea). (2005). Ghid de bună practică pentru proprietarii de pensiuni. Oradea.
- Crabtree, B., and N.G. Bayfield. 1998. Developing sustainability indicators for mountain ecosystems: A study of the Cairngorms, Scotland. *Journal of Environmental Management* 52:1, 1–14.
- Dale, V., and S.C. Beyeler. 2001. Challenges in the development and use of ecological indicators. *Ecological Indicators* 1, 3–10.
- Driver B L., Brown P.J., Stankey G. H., Gregoire T. G., 1987: The ROS planning system: evolution, basic concepts, and research needs. *Leisure Sciences* 9 : 201 - 212
- Ecodestinnet Network (2011) - The European Ecotourism Labeling Standard – EETLS
- Fancy, S. 2002. Monitoring natural resources in our national parks. On-line at www.nature.nps.gov/im/monitor/textindex.htm.
- Geoffrey R., C. I. (2003). Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Oxfordshire: CABI Publishing.
- Gross, J.E. 2003. Developing conceptual models for monitoring programs. On-line at http://science.nature.nps.gov/im/monitor/docs/Conceptual_Modelling.pdf.
- GYWVU [Greater Yellowstone Winter Visitor Use Management Working Group]. 1999. Winter Visitor Use Management: A Multi-Agency Assessment. Final Report of Information for Coordinating Winter Recreation in the Greater Yellowstone Area. Jackson, Wyo.: National Park Service.
- Hammit, W., and D.N. Cole. 1998. *Wildland Recreation: Ecology and Management*. 2nd ed. New York: John Wiley and Sons.
- Hansemark, O. C. & Albinson, M., 2004, Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual Employees, *Managing Service Quality*, 14 (1), pp. 40- 57
- Hawkes S., and Williams P (eds)., 1993: *The Greening of Tourism From Principles to Practice: A Casebook of Best Environmental Practice in Tourism*, Centre for Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, Burnaby, BC.
- Hokanson, S., January 2, 1995, The Deeper You Analyse, The More You Satisfy Customers, *Marketing News*, p. 16.
- Honey, Martha S. 1999. "Treading Lightly? Ecotourism's Impact on the Environment." *Environment* 41(5): 4-9.
- Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J., 2001, *Consumer Behaviour*. 2nd ed., Boston, Houghton Mifflin Company.
- Ingle, C.M., Y.-F. Leung, C. Monz, and H. Bauman. 2004. Monitoring visitor impacts in coastal national parks: A review of techniques. In *Protecting Our Diverse Heritage: The Role of Parks, Protected Areas, and Cultural Sites*. (Proceedings of the George Wright Society/National Park Service Joint Conference, April 14–18, 2003, San Diego, California.) D. Harmon, B.M. Kilgore, and G.E. Vietzke, eds. Hancock, Mich.: The George Wright Society, 228–233.

IUCN (World Conservation Union). 1998. "Population and Parks." PARKS Magazine 8(1). A selection of case studies acknowledging the need to establish partnerships and encourage cooperation with neighbors and other stakeholders, promote stewardship, and other instruments which support protected areas objectives. 1997. "Chapter 4.22 Ecotourism." In *Beyond Fences: Seeking Social Sustainability in Conservation*. Gland: IUCN. Volume 1 of this document presents guidelines for planning and implementing conservation activities, including ecotourism. The second volume is an extensive reference book.

IUCN-WCPA (World Commission on Protected Areas). 2000. *Protected Areas: Benefits beyond Boundaries - WCPA in Action*. Gland: IUCN.

Jackson, L.E., J.C. Kurtz, and W.S. Fisher, eds. 2000. *Evaluation Guidelines for Ecological Indicators*. Publication no. EPA/620/R-99/005. Research Triangle Park, N.C.: U.S. Environmental Protection Agency Office of Research and Development.

Kandampully, J. & Duddy, R., 1999, *Competitive Advantage through Anticipation, Innovation and Relationships*, *Management Decision*, 37 (1), pp. 51-56.

Kelley, R.E. (1979) Should you have an internal consultant? *Harvard Business Review* 57, 110–20.

Kotler, P., 2000, *Marketing Management*. 10th ed., New Jersey, Prentice-Hall.

Lawrence, K. (1992) Sustainable tourism development. Paper presented at IV World Congress on National Parks and Protected Areas, 10–21 February, Caracas, Venezuela.

Lea, John P. 2000. "Ecotourism in the Less Developed Countries." *Annals of Tourism Research* 27(1): 248-9.

Leung, Y-F. and Marion, J.L. (1999) Spatial strategies for managing visitor impacts in National Parks. *Journal of Park and Recreation Administration* 17 (4), 20–38.

Leung, Y.-F., and J.L. Marion. 2000. Recreation impacts and management in wilderness: A state-of-knowledge review. In *Wilderness Science in a Time of Change Conference— Volume 5: Wilderness Ecosystems, Threats and Management*. Proceedings RMRS-P-15- Vol-5.D.N. Cole, S.F. McCool, W.T. Borrie, and J. O'Loughlan, comps. Ogden, Utah: U.S. Department of Agriculture—Forest Service, Rocky Mountain Research Station, 23–48.

Lindberg, K. and McCool, S.F. (1998) A critique of environmental carrying capacity as a means of managing the effects of tourism development. *Environmental Conservation* 25 (4), 291–92.

Lindberg, K., McCool, S.F. and Stankey, G. (1997) Rethinking carrying capacity. *Annals of Tourism Research* 24 (2), 461–5.

Loomis, L. and Graefe, A.R. (1992) Overview of NPCA's visitor impact management process. Paper presented at IV World Congress on National Parks and Protected Areas, 10–21 February, Caracas, Venezuela.

Mancini, M. (2009). *Selling Destinations*. Stamford, Connecticut: Cengage.

Manning, R.E. (1986) *Studies in Outdoor Recreation: Search and Research for Satisfaction*. Corvallis, OR: Oregon State University Press.

Marion, J.L. (1991) Developing a natural resource inventory and monitoring program for visitor

- impacts on recreation sites: A procedural manual. Report no. NPS/NRVT/ NRR91/06. Denver, CO: USDI National Park Service, Denver Service Center.
- Marion, J.L. and Farrell, T.A. (1998) Managing ecotourism visitation in protected areas. In K. Lindberg and D. Englestrom (eds) *Ecotourism Planning and Management* (pp. 155–82). North Bennington, VT: Ecotourism Society.
- Marion, J.L. and Leung, Y-F. (2001) Trail resource impacts and an examination of alternative assessment techniques. *Journal of Park and Recreation Administration* 19 (3), 17–37.
- McCool, S.F. (1994) Planning for sustainable nature dependent tourism development: The Limits of Acceptable Change system. *Tourism Recreation Research* 19 (2), 51–5.
- McCool, S.F. and Christiansen, N.A. (1996) Alleviating congestion in parks and recreation areas through direct management of visitor behaviour. In D.W. Lime (ed.) *Crowding and Congestion in the National Park System: Guidelines for Management and Research* (MAES Miscellaneous Pub. 86-1996) (pp. 67–83). St Paul, MN: Department of Forest Resources and Minnesota Agricultural Experiment Station, University of Minnesota.
- McCool, S.F. and Cole, D.N. (1997) Experiencing Limits of Acceptable Change: Some thoughts after a decade of implementation. In S.F. McCool and D.N. Cole (eds) *Proceedings – Limits of Acceptable Change and Related Planning Processes: Progress and Future Directions* (General Technical Report INT-371) (pp. 72–78). Ogden, UT: USDA Forest Service, Intermountain Research Station.
- McCool, S.F. and Stankey, G.H. (1992) Managing for the sustainable use of protected wildlands: The Limits of Acceptable Change framework. Paper presented at IV World Congress on National Parks and Protected Areas, 10–21 February, Caracas, Venezuela.
- McCoy, L.K., Krumpe, E.E. and Allen, S. (1995) Limits of Acceptable Change planning. *International Journal of Wilderness* 1 (2), 18–22.
- Nepal, S. K. (1999). Tourism-induced environmental changes in the Nepalese Himalaya: A comparative analysis of the Everest, Annapurna, and Mustang regions. Ph.D. Dissertation submitted to the Faculty of Natural Sciences, University of Bern, Switzerland.
- Notarius B., S. B. (2001). *Open Your Own Bed & Breakfast*, 4th Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Nyaupane G. P., Devlin P. J., Simmons D. G., 1998: Ecotourism : a comparative study in the Annapurna Conservation Area, Nepal. *Proceedings of the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference*, Lincoln University, December.
- Pang Shaojing, *Environment Problems and Countermeasures in Development of Eco-tourism in China*, *Environment Protection*, 2004, (9):25-30.
- Pearson S., 1997: An eco-tourism strategy for New Zealand. Unpublished project (RESM 665), Dept of Resource Management, Lincoln University
- Phillips, Adrian (ed.). 2002. *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. Gland: IUCN.
- Proyecto PRA (2000) Ecoturismo: una alternativa para el desarrollo. Proyecto PRA Boletín November, Lima, Peru. <http://www.chemonicspe.com/boletin2/Ecoturismo/ecoturismo.html>

- Promperú (2000) KILCA, PERU TRAVEL NEWS of November 2000, No 15. Quoting: Nivel de satisfacción de los turistas extranjeros. Promperú Intelligence Unit, Peru.
- Promperú (2000) KILCA, PERU TRAVEL NEWS of November 2000, No 15. Quoting INRENA (2000).
- Reingold, Lester (1993) "Identifying the Elusive Ecotourist." *Going Green: A Supplement to Tour & Travel News*, October 25: 36-37.
- Ryan B., 1998: Eco-tourism : what's in a name. Paper presented to the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference, Lincoln University, December.
- Ross, S., & Wall, G. (1999). Evaluating ecotourism: The case of North Sulawesi, Indonesia. *Tourism Management* in press.
- South African Tourism Board (1998) International Market Survey Statistics. South African Tourism Board (unpublished), South Africa
- Tujan A. 1995. The Political Economy of Tourism, Paper presented at the Asia Pacific Consultation of Tourism, Indigenous Peoples and Land Rights at Sagada, Mountain Province, the Philippines 25 February – 9 March 1995. (Mimeo)
- The International Ecotourism Society (2007) – Oslo Statement on Ecotourism, Washington, DC 20010, www.ecotourism.org
- United Nations Environment Programme and World Tourist Organization (UNEP-WTO), "Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers", 2005, Available at: www.unep-tie.org/pc/tourism/library/A%20Guide%20for%20Policy%20Makers.htm.
- Wade L., Wendy H., Pickering, M., (2012), Linking Visitor Impact Research to Visitor Impact Monitoring in Protected Areas, *Journal of Ecotourism*: <http://www.tandfonline.com/loi/reco20> , Routledge, UK.
- Wall, G. (1996). Ecotourism: Change, impacts and opportunities. In: E. Malek-Zadeh (Ed.), *The ecotourism equation: Measuring the impact*. (pp. 206-216). Bulletin Series 99, New Haven: Yale School of Forestry and Environmental Studies.
- Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable? *Environmental management*, 21(4), 483-491.
- Weaver D. B., 1998: Eco-tourism in less Developed Countries. CAB International, Wallingford.
- World Tourist Organization, Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, 2004. Available at: www.worldtourism.org.
- World Tourist Organization, Voluntary Initiatives in Sustainable Tourism: Worldwide inventory and comparative analysis of 104 eco labels, awards, and self-commitments, 2001, www.world-tourism.org.
- World Tourism Organization, "Recommendations to governments for supporting or establishing national certification systems for sustainable tourism", 2003. Available at: <http://www.worldtourism.org/sustainable/doc/certification-gov-recomm.pdf> CESD:
- Ziffer, A., 1989: Ecotourism: The Uneasy Alliance. Washington DC: Conservation International,
- Zhu Guangyao, Enhancing Sustainable Development of Tourism by strengthening Ecological Environment Protection, *Environment Protection*, 2002, (9):3-7.