

WT

Stručna revija za turizam

UGOSTITELJSTVO I TURIZAM

listopad 2019. / godina LXVII / ISSN 1330-6766



Naše je
vrijedno



UGOSTITELJSTVO I TURIZAM

Stručna revija za ugostiteljstvo i turizam

Izdavač:

UTM revija d.o.o.
Zagreb, Bosiljevska 32

Direktorica i glavna urednica:

Silvana Jakuš

Urednica:

Branka Dronjić

Lektura:

M&M

Grafički urednik:

Zvonimir Frank

Marketing:

Nevenka Luketić

Pretplata:

Maja Košpić

Tisak:

Tiskara Znanje d.o.o.

Redakcija i administracija:

UTM REVIJA d.o.o.
Bosiljevska 32, 10000 Zagreb
Tel: + 385 1 37 05 750
Fax: + 385 1 37 05 755
<http://www.utm.hr>
e-mail: ut@utm.hr

Godišnja pretplata za tuzemstvo 550 kn

MBS: 080884836
IBAN: HR 3623400091110621645
Privredna banka d.d.
SWIFT: PBZGHR2X

Revija izlazi mjesečno

Poštarina plaćena u pošti 10000 Zagreb

Potražite nas na:

www.utm.hr

Facebook UT časopis

4 INTERVJU

Marin Medak, vlasnik restorana RougeMarin i predsjednik Nezavisne udruge ugostitelja:

Naš cilj je da poslužujemo i promoviramo domaći proizvod

12 TRŽIŠTE

Turizam i hrana:

Blagodati i prokletstvo turizma;

60. obljetnica Instituta za turizam:

Znanje za turistički uspjeh;

Alex Pilepić:

Najviše koštaju pogreške

24 TURISTIČKI BAROMETAR

Kvaliteta jedino ima vrijednost

62 MINISTARSTVO TURIZMA

Gari Cappelli, ministar turizma:

Razvoj kontinentalnog turizma jedan je od naših prioriteta

64 HRVATSKA TURISTIČKA ZAJEDNICA

Kristjan Staničić, direktor HTZ-a:

Kontinentalni turizam i domaće tržište u našem su fokusu

76 FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Događaji i festivali:

Održivost potiče lokalni razvoj i atraktivnost destinacije

82 HRVATSKA UDRUGA TURIZMA

Bernard Zenzerović:

Bit ćemo u radu otvoreni, dostupni i učinkoviti

84 KAMPOVI

Ususret 13. Kongresu hrvatskog kampinga:

Gotovo svaki četvrti gost na odmoru u kampu



DOGAĐAJI I FESTIVALI

Održivost potiče lokalni razvoj i atraktivnost destinacije

Ovaj rad je financiralo Sveučilište u Rijeci projektom uniri-drustv-18-212 Održivi gradovi kao nositelji gospodarskog razvoja

Događaji i festivali poželjno utječu na lokalno gospodarstvo, ali nakon velikih okupljanja obično ostaju gomile otpada, a posljedice mogu biti nepovoljne, posebno u turističkim područjima koja popularnost duguju netaknutom okolišu. Kako bi kulturni, sportski događaji, festivali i manifestacije postali održivi i/ili s nula otpada, predlažu se glavni koraci za održivo upravljanje događajima. Ovaj rad pruža organizatorima praktičan alat koji olakšava organizaciju i praćenje događaja bez otpada.

Pišu: izv. prof. dr. sc. **Marinela KRSTINIĆ NIŽIĆ**, **Maša TRINAJSTIĆ**, mag. oec.

Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Primorska 42, 51410 Opatija

Utjecaj velikih okupljanja poput događanja i festivala je dvostruk. Prvo, događanja i festivali nude niz mogućnosti za zabavu lokalnim stanovnicima i turistima. S druge strane, događanja i festivali povećavaju potrošnju vode i energije kao i količine otpada od hrane, ali i raznih drugih materijala. Organizatori bi trebali umanjiti negativan utjecaj na okoliš prihvaćanjem „zelenih“ održivih akcija. Moraju dizajnirati priredbe i festivale te upravljati njima tako da količinu proizvedenog otpada svedu na najmanju moguću mjeru. Ekološko planiranje i organiziranje događaja pomaže minimizirati otpad koji odlazi na odlagališta, istovremeno povećavajući količinu biorazgradivog materijala ili onog koji se može reciklirati. Osim toga, održivi događaji na jadranskom području mogu pomoći destinacijama da unaprijede svoje gospodarstvo s ciljem uspješnijeg lokalnog razvoja.

Kako bi se navedene prednosti i ostvarile, organizatori bi trebali provoditi zajedničke korake koje propisuje metodologija planiranja gospodarstva otpadom. Bez obzira na to tko organizira događaj, profesionalna tvrtka, član javnosti, institucija, obrazovna ustanova, upravni odbor sportske organizacije, turističke zajednice, udruge, udruženja itd., zajedničkim ga koracima



Marinela Krstinić
Nižić, izv. prof. dr. sc.

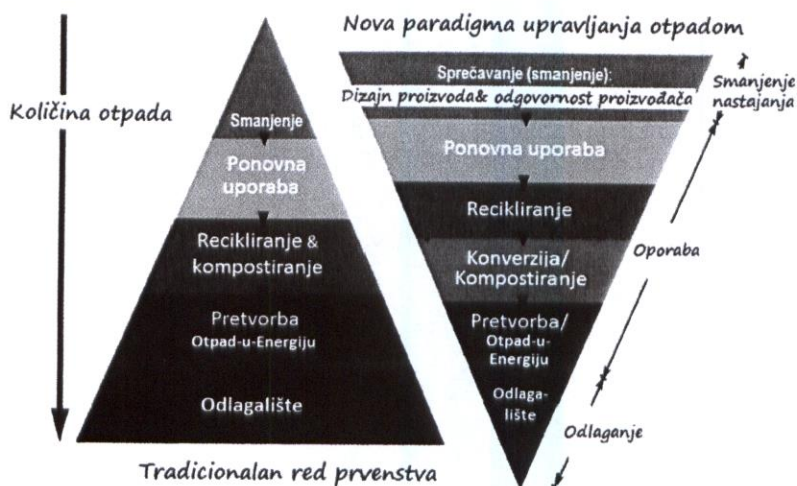


Maša Trinajstić,
mag. oec.

treba učiniti atraktivnim posjetiteljima, sudionicima, ali i sponzorima. Svi dionici trebaju pomoći u povećanju zaštite okoliša i podizanju ekološke svijesti te moraju stvoriti dobru volju među članovima tima koji organizira događaj. U nastavku se predlažu koraci za smanjenje otpada prilikom organizacije događaja, a sve u cilju održivog razvoja destinacije.

STVARANJE ODRŽIVOG DOGAĐAJA

Načela hijerarhije gospodarstva otpadom su: ekološki održiv razvoj, metode i standardi najbolje prakse i otvoreni dijalog s lokalnom upravom, industrijom i



Slika 1 Tradicionalni i novi red prvenstva gospodarenja otpadom

Izvor: Bikarac, odgovorno gospodarenje otpadom.

zajednicom. Kako bi se to postiglo, unaprijed treba promisliti o tome koji će se materijali koristiti na mjestu događaja i može li ih se eliminirati, smanjiti, ponovo upotrijebiti, reciklirati ili kompostirati. Protok materijala trebao bi slijediti logiku hijerarhije gospodarenja otpadom koja je u svijetu prepoznata kao aspirativni okvir za održivost (Slika 1).

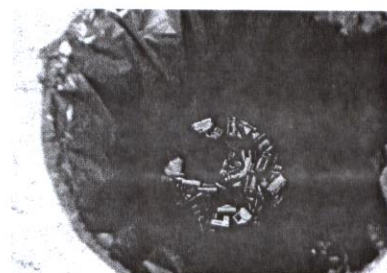
Treba izbjegavati tradicionalni red prvenstva i okrenuti se novoj paradigmi upravljanja otpadom. Tamo gdje se materijali ne uklapaju u jednu od tih kategorija treba istražiti alternativne materijale koji se mogu ponovo upotrijebiti, reciklirati ili kompostirati, a zatim raditi s dobavljačima kako bi se što bolje pripremili za događaj imajući na umu da treba spriječiti nastajanje otpada. Otpad koji se stvara na javnim događajima obično se može podijeliti u dvije kategorije – reciklabilni komunalni otpad i biorazgradivi. Reciklabilni komunalni otpad čine otpadna plastika, poput spremnika za piće, otpadni metal i otpadno staklo, a kada je to prikladno i druge vrste otpada koje su namijenjene recikliranju (npr. otpadni tekstil, otpadno drvo i sl.). Biorazgradivi komunalni otpad u okviru javne usluge je biootpad, otpadni papir i karton, odnosno onaj koji će

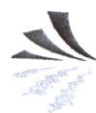
se razgraditi jer uključuje organske materijale kao što su ostaci hrane, papirnate čaše, pribor za jelo i tanjuri izrađeni od kukuruznog škroba ili slično. Također je potrebno razmotriti kako odlagati otpad koji se ne može reciklirati ili je za jednokratnu upotrebu (na primjer pelene za jednokratnu upotrebu, kukice za cigarete, tekući otpad). Ostali otpad (na primjer kablovske veze, plastične vrećice, slomljene stolice, komadi naponskih kabela) treba ukloniti i odložiti kao opći otpad.

SEDAM KLJUČNIH KORAKA

Važno je uzeti u obzir operativne komponente potrebne za uspješnu provedbu plana upravljanja otpadom. Drugim riječima, kako bi bio što održiviji, predlaže se sedam ključnih koraka za pokretanje uspješnog održivog događaja:

1. Obvezati se na politiku održivog gospodarenja otpadom
2. Angažirati ključne dionike
3. Utvrditi potencijalni otpad
4. Planirati tok otpada
5. Unaprijediti organizaciju događaja
6. Komunikacija i promocija
7. Praćenje, kontrola i poboljšanja.





KORAK 1:



Obvezati se na politiku održivog gospodarenja otpadom

Inicijatori i organizatori događaja moraju se čvrsto obvezati na stvaranje održivog događaja te osigurati potrebne ljudske i materijalne resurse. Obveza podrazumijeva potpisivanje svih dionika sporazuma ili memoranduma o razumijevanju i provođenju održivih „zelenih“ akcija u cilju sprečavanja nastanka otpada.

Preporuke:

- Razviti pisanu politiku gospodarenja otpadom (sporazum ili memorandum o razumijevanju održivog događaja).
 - Razviti ciljeve za smanjenje otpada za svoj događaj.
- Planiranje i minimalni zahtjevi za okolišnu organizaciju događaja trebaju biti napisani i moraju se provoditi sustavno.

KORAK 2:



Angažirati ključne dionike

Organiziranje održivog događaja zahtijeva suradnju svih koji će sudjelovati, od organizatora događanja, dobavljača i posjetitelja, do pružatelja usluga i komunalnih tvrtki. Kako bi se osigurala dugoročna stabilnost događaja ili festivala, organizator mora identificirati sve dionike koji su uključeni u događaj i njima upravljati. Nadalje, važno je u ranoj fazi komunicirati s ključnim dionicima i dodijeliti im odgovornost i specifične uloge kako bi se pokušalo spriječiti nastajanje otpada na samom događaju.

Preporuke:

- Identificirati sve relevantne dionike: organizatore, sponzore, medije, tvrtke koje se bave otpadom, tvrtke koje se bave reciklažom, komunalne tvrtke, dobavljače, zakupce štandova, osoblje / volontere, menadžere, hotelijere, lokalne stanovnike, ostale sudionike, predstavnike nacionalnih i županijskih tijela, lokalne vlasti, hitne službe, nevladine organizacije, udruge, nadležne organe za sigurnost itd.
- Kategorizirati dionike: razlikovati unutarnje i vanjske, primarne i sekundarne dionike i definirati njihovu ulogu (Imaju li moć odlučivanja? Hoće li komunicirati s vašim sudionicima?). Procijeniti područje utjecaja, važnost i trenutnu uključenost ili interes za održivost događaja kako biste u potpunosti iskoristili svoj potencijal.
- Obratiti se dionicima i istaknuti ciljeve održivog događaja. Dati dionicima vremena da se prilagode i bolje odgovore na zahtjeve i potrebe kako biste što je moguće više spriječili nastanak otpada. Potrebno je objasniti pozadinu ekoloških i društvenih pitanja kako bi se odluke bolje razumjele, pružajući dionicima osjećaj ponosa zbog sudjelovanja u organizaciji događaja.
- Uspostaviti formalnu suradnju postavljanjem zajedničkih ciljeva i korištenjem zajedničkih resursa kako biste zajednički stvorili održivi događaji.
- Planirati aktivnosti za podizanje svijesti i izgradnju kapaciteta, od jednostavnoga prenošenja informacija, do organiziranja sastanaka i obuke za one koji će imati važnu ulogu u događaju. Iskoristiti činjenicu da pitanja održivosti dobivaju više medijske pažnje nego ikad prije i koristiti praktične primjere i konkretne brojke kako bi se privukla pažnja šire javnosti.



Posebnu pozornost treba posvetiti dobavljačima hrane i pića, pružateljima usluga i dobavljačima autohtonih i ostalih proizvoda. Dobavljači bi trebali biti obaviješteni o očekivanju da na događaju prodaju ili upotrebljavaju samo proizvode koji se mogu reciklirati ili ponovo upotrijebiti ili koji su biorazgradivi (što treba biti navedeno u ugovorima s dobavljačima). Također, trebalo bi im prije događaja predati popis proizvoda prihvatljivih za upotrebu na događaju s kontaktnim podacima „zelenih“ dobavljača proizvoda te zaseban popis materijala koji nisu prihvatljivi i ne smiju se koristiti niti prodavati na



dogadaju. Ciljevi trebaju biti jasno definirani, a održivi zahtjevi ostvarivi i jasni, počevši od postupka nadmetanja pa do zaključenja ugovora i sporazuma. Prilikom raspisivanja natječaja za veliki događaj preporučljivo je od početka jasno navesti i utvrditi da se želi organizirati „održivi događaj“. Sve sljedeće faze ponude i kriteriji moraju se odnositi na događaj. Ako odabir nije moguć (npr. zato što mjesto ili lokaciju ima unaprijed odabrani ugostitelj), oni koji sudjeluju u nabavi robe i usluga trebaju biti obaviješteni o zahtjevima u pogledu održivosti događaja. Osoba zadužena za odabir dobavljača treba biti educirana u području održivog razvoja.

KORAK 3:



Odrediti potencijalni otpad

Količine i vrste otpada koji će nastati događajem prilično su promjenljive i ovisit će o nizu čimbenika, uključujući vrstu događaja, broj ljudi koji prisustvuju, trajanje događaja, vrstu unajmljenih štandova te vrste materijala koje je dopušteno unositi na/u prostor događaja. Vrste otpada prema materijalu uključuju papir, plastiku, metal, staklo, drvo, organski, tekstilni i drugi otpad. Ako se događaj ne organizira prvi put, prošla izdanja događaja ili neki drugi slični događaj mogu poslužiti kao primjer za planiranje količina otpada.

KORAK 4:



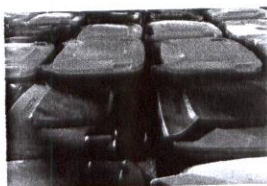
Planirati tok otpada

Od presudnog značenja za uspješan održivi događaj ili festival je pravilno prepoznavanje potencijalnih tokova otpada i pronalaženje načina na koji ga se može najbolje zbrinuti. Nakon što organizator shvati od čega se sastoji konačni tok otpada, može ukloniti materijale koje ne želi na lokaciji održavanja događaja i zamijeniti ih onima koji se mogu reciklirati ili kompostirati. Unaprijed treba odlučiti kako će se materijali razdvojiti i sakupljati.

Preporuke:

- Odlučiti u dogovoru s komunalnim tvrtkama kako i kada će se prikupljati otpad.
- Unaprijed dogovoriti tko će, kako i koji će se materijali zbrinuti.
- Izraditi i objaviti plan gospodarenja otpadom za vrijeme događaja.
- Procijeniti količine otpada koje se očekuju i osigurati dovoljno spremnika (kanti).
- Osigurati mjesto vršnih opterećenja (npr. tijekom obroka).
- Odlučiti se za vrste spremnika i natpisa koji će se koristiti za svako prikupljanje.

KORAK 5:



Unaprijediti organizaciju događaja

U slučaju da se broj posjetitelja razlikuje od predviđenog te premaši planirani broj, potrebno je osigurati mehanizme rezervnih kapaciteta kako bi se izbjegle neželjene posljedice.

Preporuke:

- Imenovati tehničkog voditelja koji poznaje sustav.
- Provjeriti koliko često je potrebno prazniti spremnike i odvoziti otpad.
- Odrediti koliko će osoblja biti potrebno.
- Dogovoriti unaprijed s osobljem rješavanje vršnih opterećenja.
- Koristiti volontere za edukaciju koji će utjecati i na ekološko ponašanje posjetitelja.
- Izdvojiti prostor za materijale ispražnjene iz spremnika koji se trebaju skladištiti i skladištiti ih prije nego što se prevezu na drugo mjesto za recikliranje, kompostiranje ili odlaganje.
- Osigurati da se otpad odveze s mjesta događaja u skladu s ugovorima.
- Ako su uspostavljeni dobri odnosi i svi dionici se pridržavaju uputa, količina otpada trebala bi biti minimalna.



KORAK 6:



Komunikacija i promocija

Organizatori će zasigurno biti ponosni ako organiziraju održivi događaj kojemu je prvenstveni cilj odmah na početku minimalizirati količinu otpada. Događaj s nula otpada (zero waste) privlači pažnju pokrovitelja, sponzora te medija.

Preporuke – Komunikacija prije, tijekom i nakon događaja:

- Podsjetiti dobavljače na sporazum ili ugovor o načinima gospodarenja otpadom.
- Uključiti sponzore i medije.
- Uključiti poznatog člana zajednice ili lokalne ugledne osobe koje će promovirati događaj i spominjati njegove okolišne prednosti.
- Promicati okolišne ciljeve koristeći usmenu predaju, volontere, multimedijske kanale uključujući društvene mreže i web stranice.
- Postaviti plakate s važnim informacijama na istaknuta mjesta – ulazima, štandovima s hranom itd.
- Dati poticaje posjetiteljima za ekološko ponašanje (npr. ako prilikom dolaska nisu koristili automobil nego su došli pješice ili javnim prijevozom).
- Širiti i izvještavati o uspjehu događaja (sponzorima, lokalnim ili nacionalnim medijima).
- Zatražiti povratne informacije od svih uključenih dionika.

Komunikacija i promocija bi trebale biti jednostavne, jasne, pozitivne i učestale. Sve komunikacijske aktivnosti mogu umanjiti negativne utjecaje i povećati podizanje svijesti svih uključenih dionika.

KORAK 7:



Praćenje, kontrola i poboljšanje

Potrebno je uspostaviti program praćenja i kontrole kako bi se izbjegli nedostaci, a cijeli događaj poboljšao. Važno je pratiti koliko su uključeni dionici dobro zajednički funkcionirali, a njihove povratne informacije pomažu organizatorima u stalnom poboljšavanju sustava.

Preporuke:

- Imenovati osobu odgovornu za mjerenje i bilježenje podataka vezanih za nastajanje otpada.
- Zabilježiti količinu materijala prikupljenog iz svakog toka otpada (prema masi ili zapremini).
- Spriječiti koliko je moguće nastanak otpada tijekom cijelog događaja.
- Obaviti reviziju otpada kako bi se utvrdilo gdje se sustavi mogu poboljšati i kako izbjeći otpad koji se ne može reciklirati.
- Zatražiti povratne informacije od svih uključenih dionika i javnosti.

Povratne informacije i podaci o provedenom događaju od velike su pomoći za buduću organizaciju događaja. U tom bi smislu odabir ključnih pokazatelja koje treba nadgledati mogao biti presudan.

ZAKLJUČAK

Događaji i festivali važna su prilika za promociju destinacije i povećanje turističkih tokova nudeći razne mogućnosti za zabavu lokalnim stanovnicima i turistima, uglavnom izvan glavne turističke sezone, što ima pozitivan utjecaj na lokalno gospodarstvo. Posljednjih godina prijedlozi događaja i festivala višestruko su se povećali, na primjer: kulturni i sportski događaji, festivali hrane i vina, glazbeni ili filmski događaji. Iako se festivali i događanja razlikuju po vrsti i obliku, organizacijska pitanja često su iznenađujuće slična. Stoga je definiranje i uspostavljanje jasnih ciljeva prvi korak u stvaranju održivog ili zero waste događaja. Predložili smo korake koji se odnose na upravljanje otpadom,

međutim, prilikom planiranja događaja organizatori ne smiju zanemariti druge dimenzije održivosti, uključujući spomenute okolišne, prometne, društvene, kulturne i ekonomske kriterije. Može se zaključiti da pokretanje koncepta zero waste (nula otpada) može koristiti lokalnom razvoju i atraktivnosti destinacije uključujući sljedeće: poboljšanje okoliša, povećanje ekološke svijesti i promjenu ponašanja posjetitelja, inovacije na tržištu stimuliraju rast novih proizvoda, financijske prednosti mogu se postići smanjenjem troškova za odlaganje i skupljanje otpada, a socijalne koristi za lokalnu zajednicu su dugoročne. Što je veći broj održivih događaja to će negativni učinci na okoliš u cjelini biti manji, a doprinos održivom razvoju veći. ■