

climalptour



**Podnebne spremembe in njihov
vpliv na turizem v Alpah**

ClimAlpTour – Podnebne spremembe in njihov vpliv na turizem v Alpah



ZALOŽBA
Z R C

LJUBLJANA 2011

ClimAlpTour – Podnebne spremembe in njihov vpliv na turizem v Alpah

Projekt je sofinanciral Evropski sklad za regionalni razvoj, Evropsko teritorialno sodelovanje, Program Območje Alp.

© 2011, Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU in ClimAlpTour

ClimAlpTour konzorcij:

Dissegna M, Pasutto I¹ (vodilni partner), Angelini P² (odgovoren za delovni paket 3), Rutter S³ (odgovorna za delovni paket 4), Kolbeck F⁴ (odgovoren za delovni paket 5), Elmi M, Herntrei M⁵ (odgovorna za delovni paket 6), Urbanc M⁶ (odgovorna za delovni paket 7), Bausch T⁷, Clivaz C⁸, Doctor M⁹, Fosson JP¹⁰, Furlani R¹¹, Landi E¹², Luthe T¹⁸, Mignone N¹³, Muti S¹⁰, Pedrana MG¹⁴, Sandei P¹⁵, Schuckert M¹⁸, Siegrist D¹⁶, Strobl A¹⁷, Wyss R¹⁸, Brusegan L, Gover L (tehnični sekretariat)¹⁹

¹Regione Veneto, Unità di Progetto Foreste e Parchi, ²Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del Mare, ³Université de Savoie, EDYTEM/Institut de la Montagne, ⁴Hochschule München, Fakultät für Tourismus, ⁵European Academy Bolzano, ⁶Znanstveno raziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Geografski inštitut Antona Melika, ⁷Alpenforschungsinstitut GmbH, ⁸Institut Universitaire Kurt Bösch, ⁹Haute école spécialisée de Suisse occidentale Valais, Institut Economie & Tourisme, ¹⁰Regione Autonoma Valle d'Aosta, Direzione Ambiente, Fondazione Montagna Sicura, ¹¹World Wide Fund for Nature, Italy, ¹²Regione Autonoma Valle d'Aosta, Direzione Turismo, ¹³Unione Nazionale Comuni Comunità Enti Montani, ¹⁴ERSAF – Ente Regionale per i Servizi all'Agricoltura e alle Foreste, ¹⁵United Nations Environment Programme in Vienna, ¹⁶Hochschule für Technik Rapperswil, Institut für Landschaft und Freiraum, ¹⁷Universität Innsbruck, Institut für strategisches Management, Marketing und Tourismus, ¹⁸HTW Chur, Institut für Tourismus- und Freizeitforschung, ¹⁹Informest & Starter.

Avtorji: Alber K, Allamandola MA, Balbi S, Bausch T, Benati A, Bonzanigo L, Cetara L, Chaix C, Clivaz C, Colson A, Cremer I, Dissegna M, Doctor M, Dutto E, Elmi M, Fosson JP, Frigo B, Furlani R, Gallée H, Garbellini L, Gessner S, Giupponi C, Herntrei M, Kolbeck F, Luthe T, Macchiavelli A, Matasci C, Mignone N, Moretto D, Muti S, Pasquettaz C, Pasutto I, Peters M, Peyrache-Gadeau V, Pipan P, Pozzi A, Rosset T, Rutter S, Scheibel C, Schuckert M, Siegrist D, Strobl A, Urbanc M, Venuta, ML, Wyss R

Prevodi: Branka Klemenc, Deks d. o. o.

Kartografija in kartografski viri: Fridl J, Volk M, ZRC SAZU, www.zamg.ac.at/histalp, EEA Report

Fotografije: Andreis A, Camisasca D, Chaix L, Diotri F, Ehn W, Erhartič B, Fossati M, Garbellini L, Joly N, Lenarčič M, Luthe T, Pavšek M, Schönegger M, Urbanc M, Valjavec I, Agence Nuts, Alpenregion Bludenz, ClimAlpTour archives, Comune di Entracque, Consorzio Turistico Alta Pusteria, Dolomiti Turismo, Fondazione Montagna sicura, Foto Fux, Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU, LTO Sotočje, Pizolbahnen AG, Regione Autonoma Valle d'Aosta, Office de Tourisme des Gets, Office de Tourisme des Sept Laux, Office de Tourisme de Val d'Isère, TVB Stubai Tirol, TVB Wilder Kaiser, World Wide Fund for Nature, Italija.

Urednika: Mimi Urbanc, Pri mož Pipan

Oblikovanje: Jernej Kropelj

Izdajatelj: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU

Za izdajatelja: Drago Perko

Založnik: Založba ZRC

Za založnika: Oto Luthar

Glavni urednik: Aleš Pogačnik

Računalniški prelom: SYNCOMP d. o. o.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

551.588.7:338.48(234.3)(0.034.2)

338.48-31"324"(234.3):551.588.7(0.034.2)

CLIMALPTOUR [Elektronski vir] : podnebne spremembe in njihov vpliv na turizem v Alpah / [avtorji Alber K. ... [et al.] ; urednika Mimi Urbanc, Primož Pipan ; prevodi Branka Klemenc [in] Deks ; kartografija in kartografski viri Fridl J. ... [et al.] ; fotografije Andreis A. ... et al.]. - El. knjiga. - Ljubljana : Založba ZRC, 2013

ISBN 978-961-254-577-2 (pdf)

<https://doi.org/10.3986/9789612545772>

1. Alber, Kathrin 2. Urbanc, Mimi
269549824



*V spomin Lisi Garbellini,
kolegici, raziskovalki in veliki
ljubiteljici gora.*

VSEBINA

1 UVOD	9
1.1 Izhodišče projekta • VP	10
1.2 Cilji projekta • VP	10
1.3 Mednarodno partnerstvo in organizacija projekta • VP	10
1.4 Projektne dejavnosti • VP	11
2 SPLOŠNI PREGLED	13
2.1 Pregled pilotnih lokacij • InstMont	14
2.2 Podnebne spremembe • InstMont	20
2.3 Prilagajanje turizma podnebnim spremembam: rezultati raziskave z metodo delfi na celotnem območju Alp • HSR	24
2.4 Oblikovanje nabora turističnih proizvodov • HM	28
2.5 Splošna strategija za celotno alpsko regijo • ERSAF	34
3 PILOTNE DEJAVNOSTI	39
3.1 Auronzo di Cadore • VP, HM	40
3.2 Presolana-Monte Pora • ERSAF, HM	44
3.3 Renon/Ritten • EURAC, HM	48
3.4 Valgrisenche • RAVA, HM	52
3.5 Zgornje Posočje • ZRC SAZU, HM	56
3.6 Zugspitze-Karwendel • AFI	60
3.7 Comunità Montana Alto Tanaro Cebano Monregalese • UNCEM, HM	63
3.8 Entracque • UNCEM, HM	67
3.9 Heidiland/Pizolbahnen • HSR	71
3.10 Alta Pusteria/Hochpustertal • EURAC, HM	74

3.11 Kranjska Gora • ZRC SAZU, HM	78
3.12 Surselva • HTW Chur	82
3.13 Wilder Kaiser • UIBK	85
3.14 Aletsch • HES-SO, IUKB	88
3.15 Brandnertal • UIBK	91
3.16 Les Gets • InstMont, HM	93
3.17 Les Sept Laux • InstMont, HM	97
3.18 Monterosa • RAVA, HM	101
3.19 Stubai Tirol • UIBK, HM	105
3.20 Val d'Isère • InstMont, HM	108
4 STRATEGIJE, VIZIJE IN STRATEŠKI RAZVOJ	113
4.1 Splošne prilagoditvene strategije glede na sezonsko strukturo ClimAlpTour-ovih pilotnih lokacij • ZRC SAZU	114
4.2 Priporočila za oblikovanje politik: skupne ugotovitve na podlagi pilotnih lokacij • ZRC SAZU	115
4.3 Strateški razvoj alpskega turizma v času podnebnih sprememb – celostni pogled • HM	117
5 SKLEPI	121
5.1 V smeri trajnostnega razvoja turizma • VP	122
5.2 Nadaljnji ukrepi • VP	123
6 VIRI IN LITERATURA	124



climalptour

M. Pavšek, Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU



1

UVOD

1.1 Izhodišče projekta

Turizem ima v Alpah pomembno gospodarsko in družbeno vlogo. Po podatkih Svetovne turistične organizacije Alpe vsako leto obiše več kot 100 milijonov ljudi oziroma približno 12 % vseh svetovnih turistov. V več alpskih regijah so zimski športi še vedno glavna turistična zanimivost in tudi pomemben vir prihodkov.

Tudi podatki Evropske agencije za okolje (EEA 2005) kažejo, da zimski turizem prispeva pomemben delež h gospodarstvu alpskih držav: turizem ustvarja skoraj 50 milijard evrov letnega prometa in zagotavlja 10 do 12 % delovnih mest na tem območju.

Zgodovinsko gledano je okoljska, kulturna in gospodarska raznolikost Alpam prinesla širok nabor turističnih dejavnosti. Na nekatere izmed njih bodo verjetno vplivale povišane temperature, kar velja zlasti za zimski turizem, in podnebne spremembe bodo verjetno zahtevale prilagajanje vseh turističnih dejavnosti v Alpah. Navsezadnje je gorski turizem dejavnost, ki je odvisna od podnebja; to velja zlasti za zimske športe, pri katerih je razpoložljivost snega nujen pogoj za razvoj turistične ponudbe.

Čeprav obstajajo določene regionalne razlike, so se temperature v Alpah na splošno zvišale dvakrat toliko kot drugod po svetu. Posledično se lahko zgodi, da bo veliko smučarskih središč propadlo, zimske športne aktivnosti pa bodo mogoče samo še v visokogorskih središčih nad 1500 metri nadmorske višine. To pa bi

lahko močno vplivalo na gospodarstvo v posameznih regijah (OECD 2007).

V Alpah se s podnebnimi spremembami spopadajo z uvajanjem različnih prilagoditvenih strategij in ukrepov. Le njihovo dobro poznavanje vodi k njihovi večji učinkovitosti. Če se bo segrevanje nadaljevalo, umetno zasneževanje in drugi tehnični ukrepi, ki so bili do sedaj uspešni, ne bodo več zadostovali za zagotavljanje zadostne količine snega. Zato se bo morda treba preusmeriti na dejavnosti, ki niso odvisne od snega.

Projekt ClimAlpTour je bil zasnovan z namenom pridobivanja znanja in izkušenj, ki bi se lahko uporabili za razvoj prihodnjih strategij in ozaveščanje na različnih ravneh.

1.2 Cilji projekta

Na podlagi obstoječega znanja, novih raziskav in terenskih dejavnosti je cilj projekta ClimAlpTour – Podnebne spremembe in njihov vpliv na turizem v Alpah izboljšati zmožnost alpskih območij, ljudi in ekonomskih sistemov, da se ustrezno odzovejo na izzive podnebnih sprememb.

Namesto na običajno obravnavo tesne povezave med temperaturami in turizmom v Alpah ter na zgodovinsko dokazano odvisnost zimskega turizma od količine zapadlega snega, se ta projekt osredotoča na mednarodno pomembno vprašanje vplivov podnebnih spre-

memb na turizem v Alpah, pri čemer ne obravnava zgolj zimskega turizma in športa, temveč zajema turizem skozi vse leto.

Turizem v Alpah zahteva nov razmislek: tako javne ustanove kot zasebni deležniki morajo sprejeti izziv novega koncepta turizma, ki presega tradicionalno enačenje z zimskimi športi in drugimi značilnimi alpskimi turističnimi dejavnostmi.

V tem pogledu je glavni cilj projekta ovrednotiti, potencial alpskih turističnih središč, preseči tradicionalni pogled, ki v njih omalovažujoče vidi le območja, kjer so zimski športi edina razpoložljiva dejavnost, ter nakazati možnosti za razvoj celoletne turistične ponudbe.

1.3 Mednarodno partnerstvo in organizacija projekta

Partnerstvo pri projektu ClimAlpTour pokriva skoraj celotno alpsko območje. Z medsebojnim sodelovanjem strokovnjaki iz Avstrije, Francije, Nemčije, Italije, Slovenije in Švice zagotavljajo široko obravnavo vprašanja alpskega turizma, pri čemer upoštevajo pomembne razlike med posameznimi območji v alpskem loku. Partnerstvo zajema veliko različnih ustanov, od univerz in raziskovalnih inštitutov do nacionalnih javnih uprav. Regionalni organi so prav tako dobro zastopani, kot tudi lokalne uprave (npr. gorske občine), ki

v projektu sodelujejo prek drugih teritorialnih partnerjev s celotnega območja, zajetega v projektu. V projektu sodelujejo tako javna kot zasebna združenja. Poleg tega se je projektu pridružila tudi mednarodna organizacija, ki si prizadeva, da rezultati projekta poleg alpskega prostora dosežejo tudi druge gorske pokrajine po svetu, ki se trenutno soočajo s podobnimi problemi.

Partnerji:

- Regione Veneto, Unità di Progetto Foreste e Parchi (IT); vodilni partner (VP)
- European Academy Bolzano (IT); (EURAC)
- Alpenforschungsinstitut GmbH (DE); (AFI)
- ERSAF – Ente Regionale per i Servizi all’Agricoltura e alle Foreste (IT); (ERSAF)
- Haute école spécialisée de Suisse occidentale Valais, Institut Economie & Tourisme (CH); (HES-SO)
- Hochschule für Technik Rapperswil, Institut für Landschaft und Freiraum (CH); (HSR)
- HTW Chur, Institut für Tourismus- und Freizeitforschung (CH); (HTW)
- Hochschule München, Fakultät für Tourismus (DE); (HM)
- Institut Universitaire Kurt Bösch (CH); (IUKB)
- Ministero dell’Ambiente e della tutela del territorio e del Mare (IT); (MATTM)
- Regione Autonoma Valle d’Aosta, Direzione Ambiente (IT); (RAVA Env)

- Regione Autonoma Valle d’Aosta, Direzione Turismo (IT); (RAVA Tour)
- Unione Nazionale Comuni Comunità Enti Montani (IT); UNCEM
- United Nations Environment Programme in Vienna (AT); (UNEP)
- Universität Innsbruck, Institut für strategisches Management, Marketing und Tourismus (AT); (UIBK)
- Université de Savoie, EDYTEM/Institut de la Montagne (FR); (InstMont)
- World Wide Fund for Nature (IT); (WWF)
- Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Geografski inštitut Antona Melika (SI); (ZRC SAZU).

Tehnični sekretariat:

- Informest (IT)
- Starter (IT).

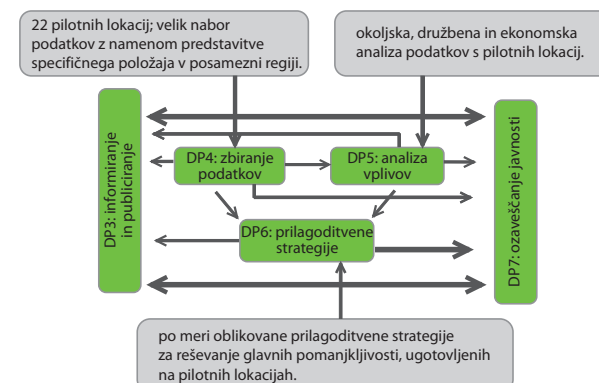
1.4 Projektne dejavnosti

Projekt je razdeljen na sedem delovnih sklopov, od katerih je pet tematskih. Partnerji, zadolženi za posamezen sklop, so s sodelovanjem prišli do oprijemljivih rezultatov, ki nudijo ustrezno podporo za doseganje projektne ciljev.

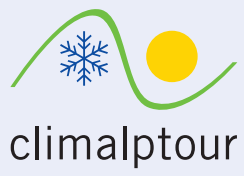


ClimAlpTour arhiv

Slika 1.1.1: Sestanek partnerjev v Ljubljani.



Slika 1.1.2: Delovni paketi v projektu ClimAlpTour.

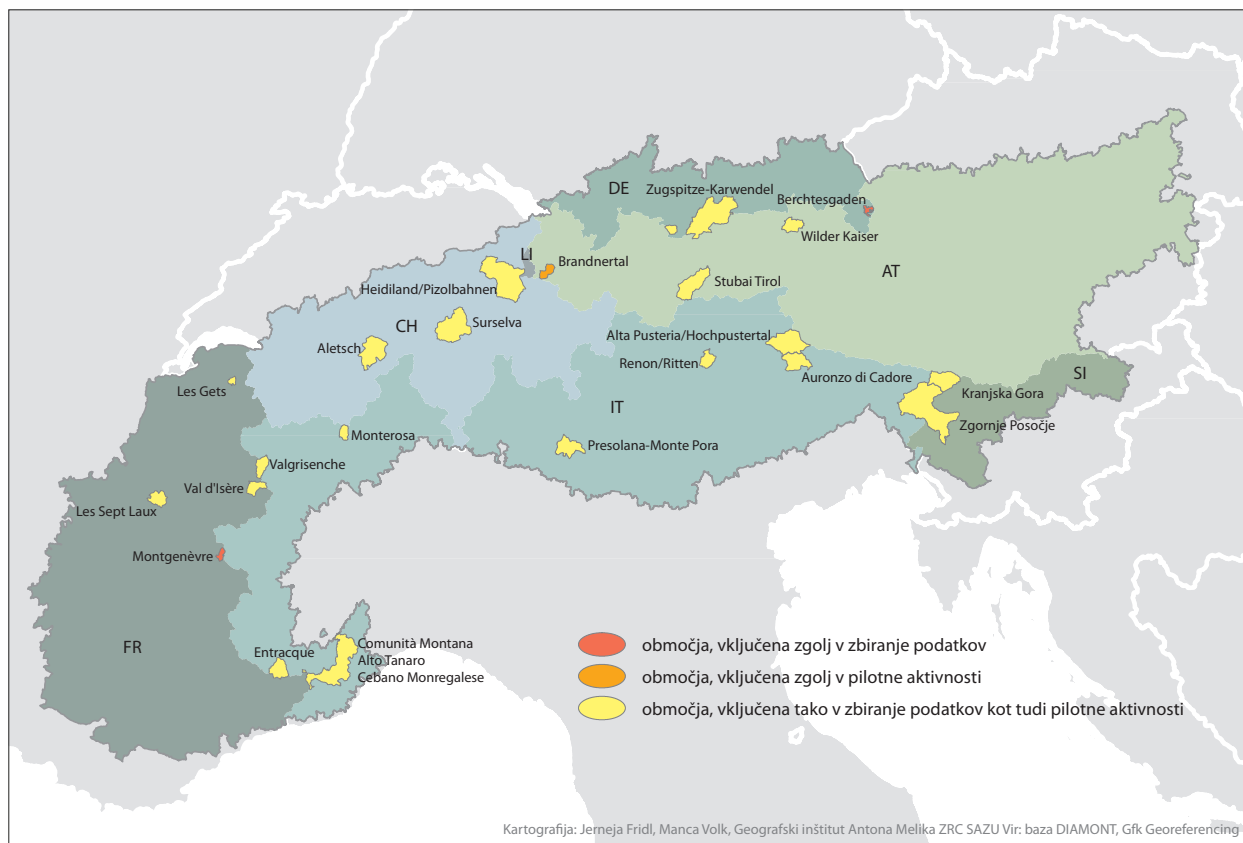


World Wide Fund for Nature, Itaja



2

SPLOŠNI PREGLED



Slika 2.1.1: Pilotne lokacije v projektu ClimAlpTour.

¹ Med prejšnjimi različicami grafov in končnimi različicami pod točko 2.1 lahko obstajajo manjše razlike, ker smo nepravilnosti popravili v sodelovanju s pilotnimi lokacijami. Ti dokončni grafi nadomeščajo vse prejšnje različice.

2.1 Pregled pilotnih lokacij

V projekt ClimAlpTour je bilo vključenih 22 pilotnih lokacij, od katerih jih je 21 sodelovalo pri zbiranju in obdelavi podatkov v sklopu četrtega delovnega paketa. Za teh 21 območij so bili med oktobrom 2009 in marcem 2010 zbrani sekundarni podatki (zbirka obstoječih statističnih in drugih podatkov) in primarni podatki (izvedena je bila nova raziskava z uporabo spletnega vprašalnika za deležnike in obiskovalce) za družbenogospodarske, okoljske, meteorološke in turistične kazalnike. Podatki so bili zbrani za referenčno leto 2008. Izbira pilotnih lokacij je bila prepuščena posameznim partnerjem in je bila povečini neomejena. Zato so izbrane pilotne lokacije izredno raznolike glede na velikost, nadmorsko višino, dejavnosti itd., kot to prikazuje analiza v nadaljevanju.¹

Občine, ki sestavljajo posamezna pilotne lokacije:

Avstrija

- Brandnertal: Brand, Bürserberg, Bürs
- Stubai Tirol: Fulpmes, Mieders, Neustift, Schönberg, Telfes
- Wilder Kaiser: Ellmau, Going, Scheffau, Söll

Francija

- Les Gets: Les Gets
- Les Sept Laux: La Ferrière, Les Adrets, Theys
- Montgenèvre: Montgenèvre
- Val d'Isère: Val d'Isère

Nemčija

- Berchtesgaden: Berchtesgaden

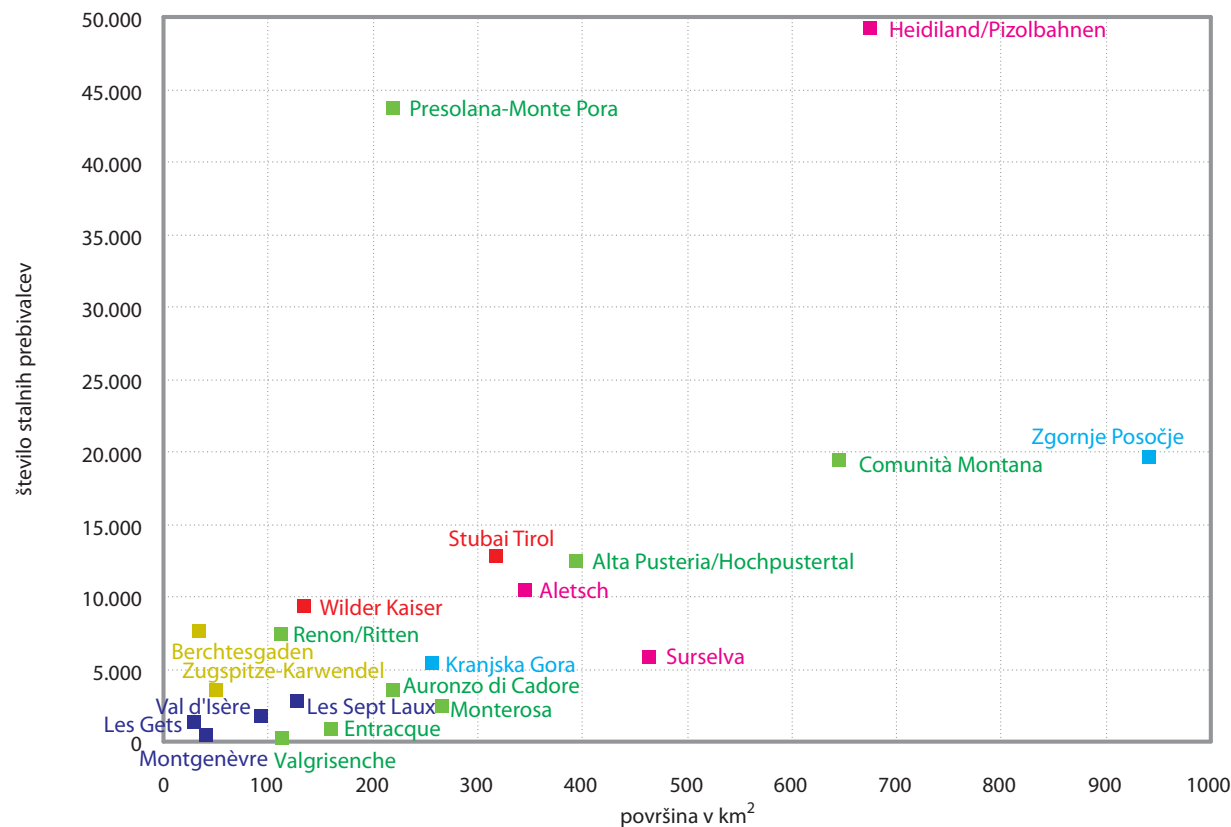
- Zugspitze-Karwendel: subproject Grainau: Grainau; subproject Karwendel: Mittenwald, Krün, Wallgau, Kochel a. See, Jachenau, Lenggries

Italija

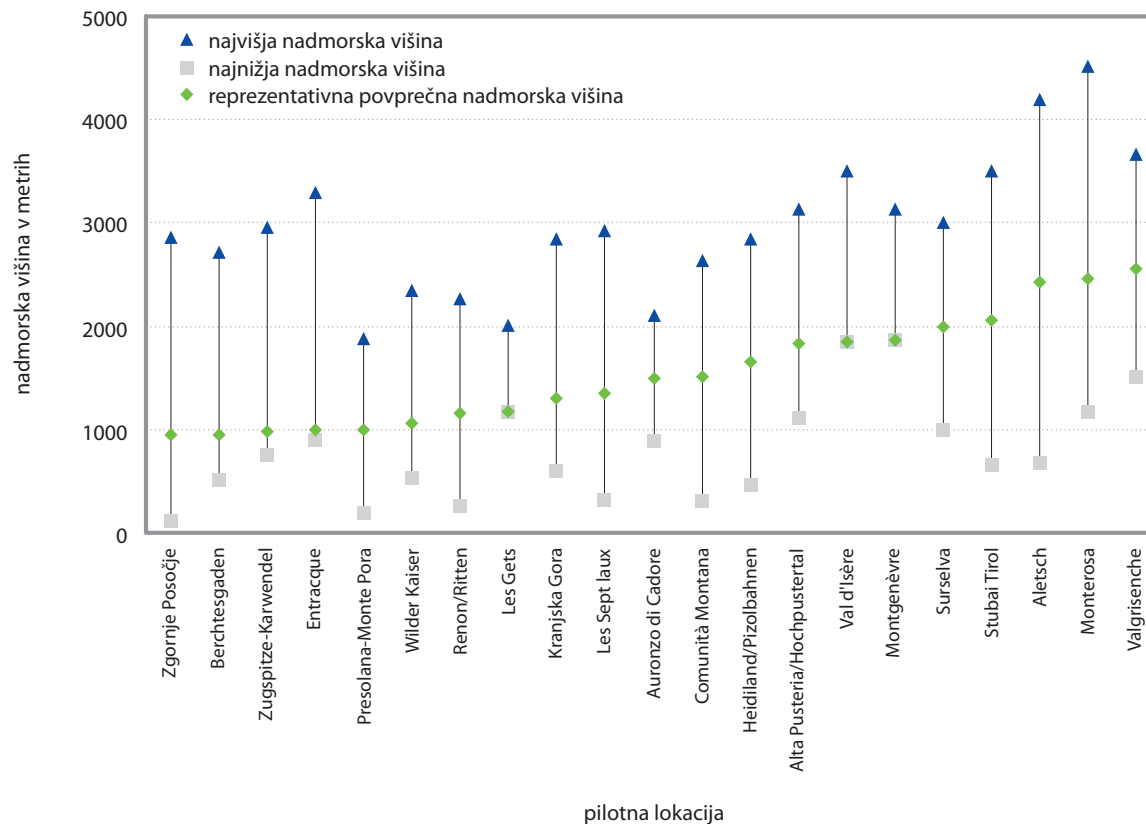
- Auronzo di Cadore: Auronzo di Cadore
- Comunità Montana Alto Tanaro Cebano Monregalese (v nadaljevanju: Comunità Montana): Alto, Bagnasco, Battifollo, Briga Alta, Caprauna, Castellino Tanaro, Castelnuovo di Ceva, Ceva, Cigliè, Garesio, Igliano, Lesegno, Lisio, Marsaglia, Mombasiglio, Montezemolo, Nucetto, Ormea, Perlo, Priola, Paroldo, Priero, Roascio, Rocca Cigliè, Sale Langhe, Sale San Giovanni, Scagnello, Torresina, Viola
- Entracque: Entracque
- Alta Pusteria/Hochpustertal: Sesto/Sexten, San Candido/Innichen, Dobbiaco/Toblach, Villabassa/Niederdorf Braies/Prags
- Monterosa: Ayas, Gressoney La Trinité, Gressoney Saint-Jean
- Presolana-Monte Pora: Angolo Terme, Bossico, Castione della Presolana, Cerete, Costa Volpino, Darfo Boario Terme, Fino del Monte, Onore, Rovetta, Rogno, Songavazzo
- Renon/Ritten: Renon/Ritten
- Valgrisenche: Valgrisenche

Slovenija

- Kranjska Gora: Kranjska Gora
- Zgornje Posočje: Bovec, Kobarid, Tolmin



Slika 2.1.2: Velikost pilotnih lokacij glede na število prebivalcev (2008) in površino.



Slika 2.1.3: Nadmorska višina pilotnih lokacij.

Švica

- Aletsch: Bellwald, Betten-Bettmeralp, Fieschertal, Fiesch, Naters, Riederalp
- Heidiland/Pizolbahnen: Amden, Bad Ragaz, Pfäfers, Flums, Glarus Nord, Mels, Quarten, Sargans, Walenstadt, Wartau, Weesen, Vilters-Wangs
- Surselva: Disentis/Mustér, Tujetsch, Medel (Lucmagn), Sumvitg

2.1.1 Velikost in nadmorska višina pilotnih lokacij

Površina večine pilotnih lokacij je manjša od 300 km² in na njih stalno živi manj kot 10.000 prebivalcev. Opredelimo lahko še drugo skupino, pri kateri se površine gibljejo med 300 in 500 km², prebivalcev pa je manj od 15.000. Preostale štiri pilotne lokacije so občutno večje. Po površini je Zgornje Posočje z 941,5 km² največja lokacija, Heidiland/Pizolbahnen pa ima največje število stalnih prebivalcev (49.161).

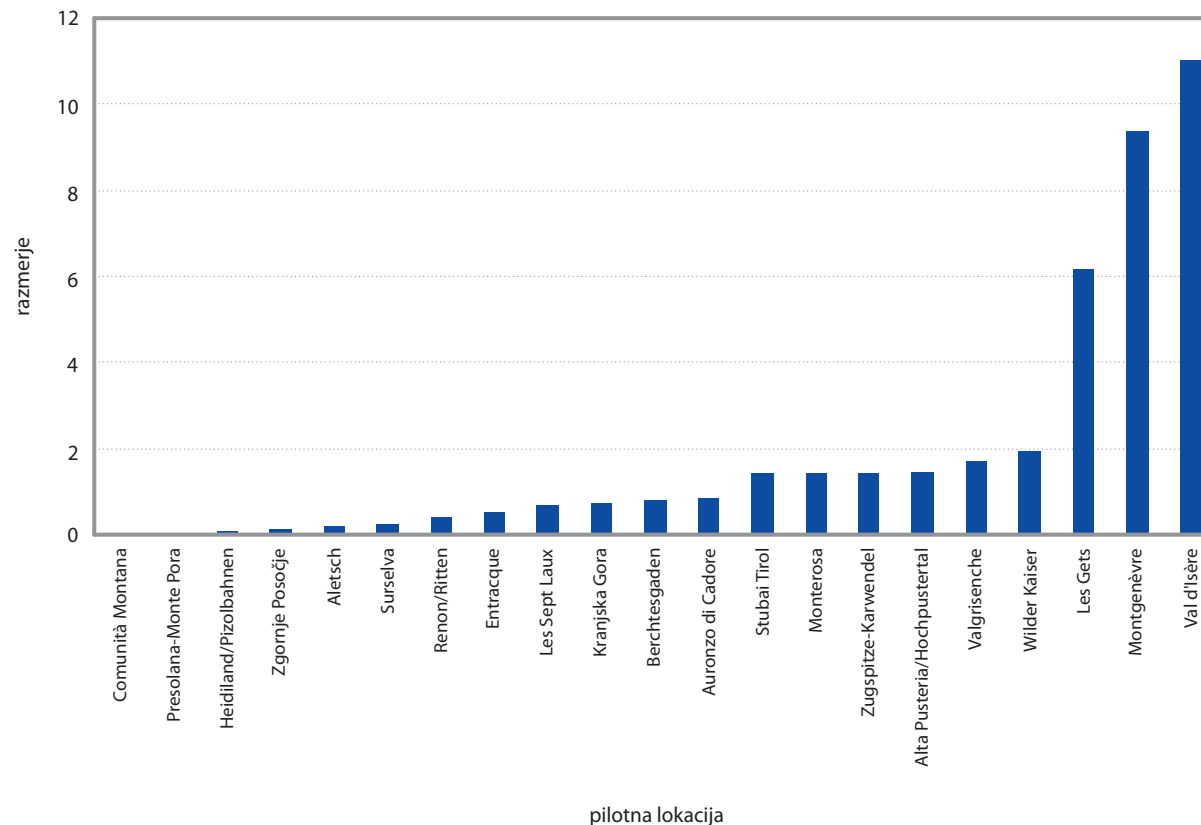
»Reprezentativno povprečno nadmorsko višino« so partnerji izračunali z eno izmed treh možnih metod: z izračunom, ki temelji na digitalnem modelu višin; z uporabo ene oziroma več glavnih turističnih lokacij, ki služijo kot reprezentativne lokacije za večino tega območja oziroma kot najpomembnejša turistična območja; ali z izračunom aritmetične sredine najvišje in najnižje točke na pilotni lokaciji.

Za podrobnosti o uporabljeni metodi si oglejte projektno spletno stran (www.climalptour.eu).

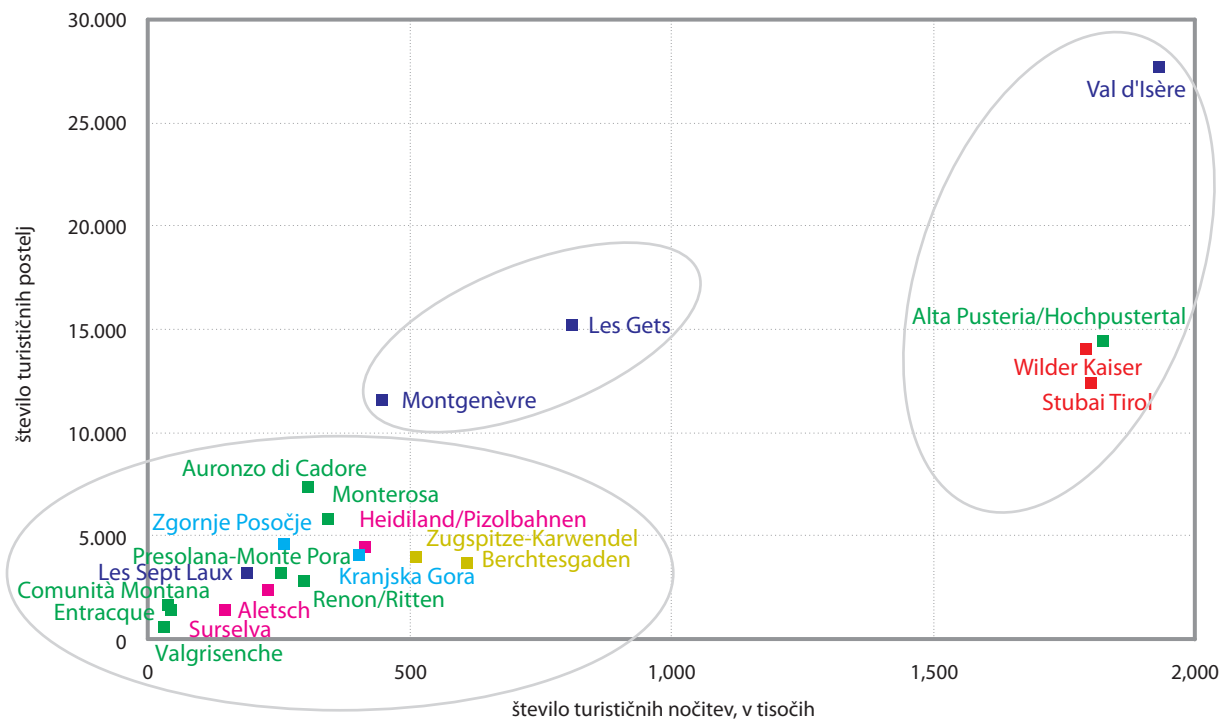
Glede na reprezentativno povprečno nadmorsko višino je Zgornje Posočje z 948 metri najnižja izmed pilotnih lokacij, čeprav je njena najvišja točka na 2858 m. Valgrisenche ima z 2556 m najvišjo povprečno nadmorsko višino. Razpon med nadmorskimi višinami na pilotnih lokacijah se prav tako močno razlikuje; npr. Les Gets se nahaja na nadmorskih višinah z razponom 830 m, Aletsch pa 3527 m. Te različne nadmorske višine in njihovi razponi vplivajo na meteorološke razmere na pilotnih lokacijah, na njihove gospodarske in turistične dejavnosti ter na kulturo in običaje.

2.1.2 Pomen turizma

Slika »Intenzivnost turizma« primerja letno število turističnih nočitev s številom stalnih prebivalcev. Ocena »intenzivnosti turizma«, ki je večja od 1, kaže, da je turizem prevladujoča industrija na pilotni lokaciji. Raznolikost med pilotnimi lokacijami je ponovno izjemno velika. Oceni »intenzivnosti turizma« v Val d'Isère in Montgenèvre, ki znašata 11,03 in 9,38, kažeta izjemno prevlado turizma na teh dveh pilotnih lokacijah. Obe pilotni lokaciji sta dobro znani visoko ležeči smučarski središči, katerih gospodarstvo skoraj v celoti temelji na zimskem športnem turizmu, in ki imata zelo nizko število prebivalcev, ki tam živijo celo leto. Na drugem koncu lestvice pa sta Comunità Montana in Presolana-Monte Pora, katerih oceni »intenzivnosti turizma« znašata 0,02 in 0,06. Comunità Montana



Slika 2.1.4: Intenzivnost turizma (2008).



Slika 2.1.5: Primerjava števila postelj in števila turističnih nočitev (2008).

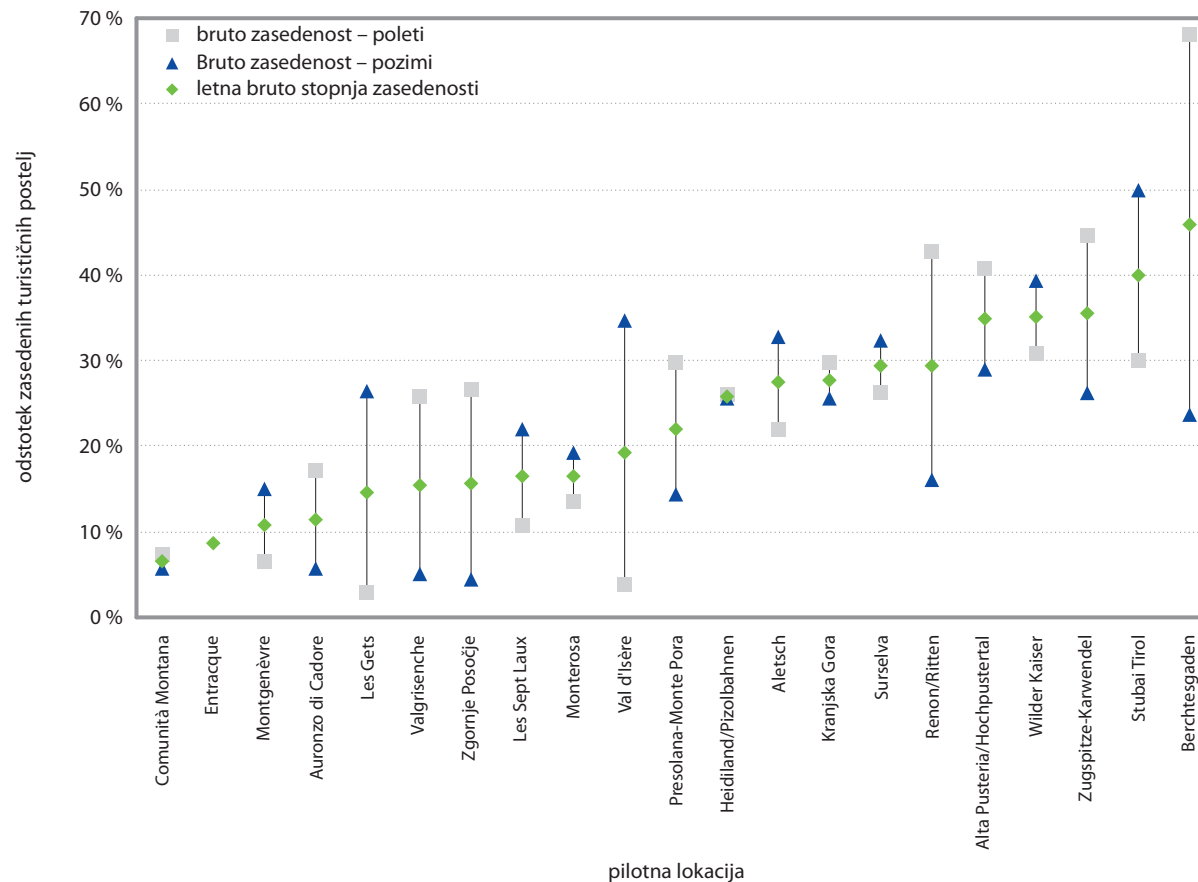
ima v primerjavi z drugimi pilotnimi lokacijami nizko število turističnih nočitev, medtem ko je Presolana-Monte Pora ena izmed lokacij z največjim številom prebivalcev. Nizka ocena zato pomeni, da je turizem le ena izmed mnogih gospodarskih dejavnosti na teh dveh pilotnih lokacijah.

Podatki za večino pilotnih lokacij kažejo manj kot 10.000 turističnih postelj in manj kot 500.000 turističnih nočitev leta 2008. Val d'Isère ima z več kot 27.500 posteljami največje število turističnih postelj, čeprav je imel podobno število turističnih nočitev kot Alta Pusteria/Hochpustertal, Wilder Kaiser in Stubai Tirol, ki imajo občutno manj turističnih postelj. Les Gets, Les Sept Laux ter Montgenèvre imajo podobno število turističnih postelj kot te lokacije, vendar so leta 2008 imele občutno manj turističnih nočitev. To pomeni, da imajo Alta Pusteria/Hochpustertal, Wilder Kaiser in Stubai Tirol večjo stopnjo zasedenosti kot francoske pilotne lokacije.

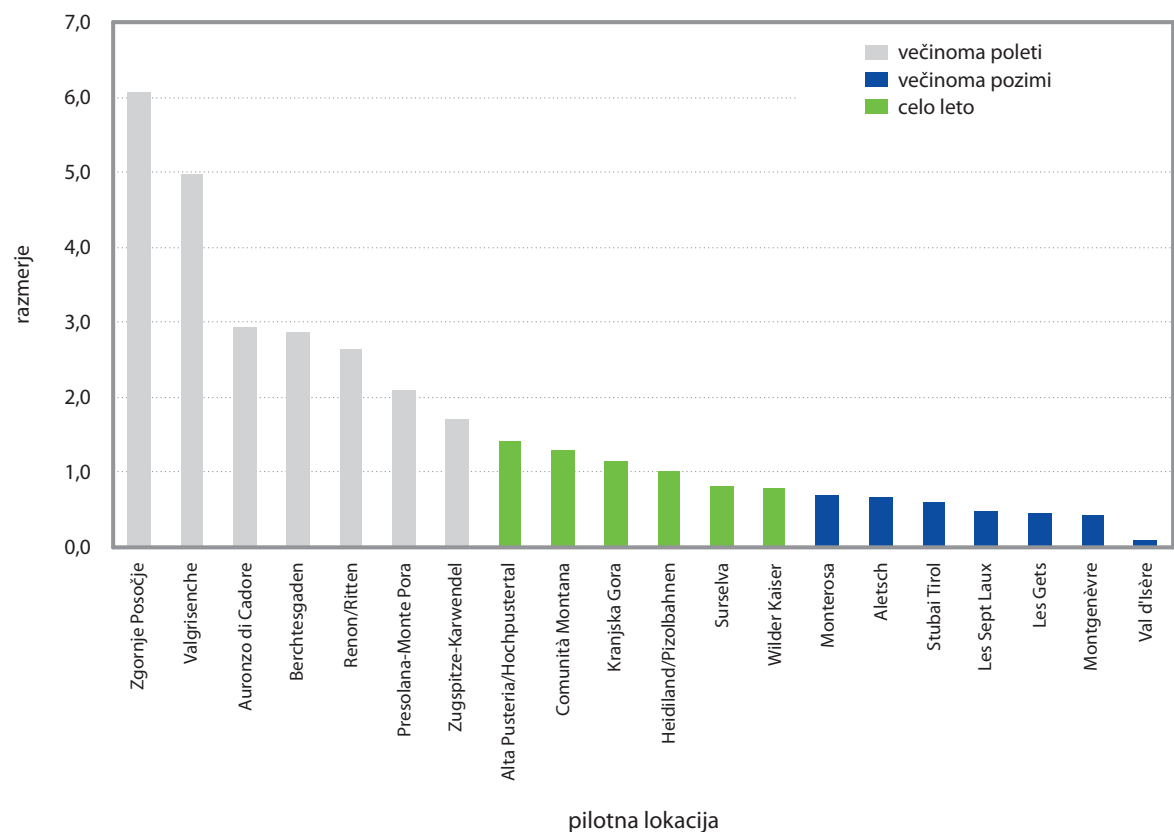
Letna bruto stopnja zasedenosti je pogost dejavnik, ki ga merijo skoraj vsa turistična središča. Letne stopnje s pilotnih lokacij so bile izračunane s pomočjo njihove lastne definicije števila dni v turistični sezoni, kar pa je onemogočilo čisto primerjavo pilotnih lokacij (ang. *like-for-like comparison*). Da smo lahko lokacije primerjali, smo izračunali letno stopnjo, in sicer tako, da smo število turističnih nočitev leta 2008 delili s številom turističnih postelj \times 365 dni. Podoben izračun

je bil opravljen za poletno in zimsko sezono, uporabili pa smo 182,5 dni (6 mesecev za vsako sezono). Bruto stopnje zasedenosti posameznih pilotnih lokacij, ki jih dobimo kot rezultat te metode, so ponavadi manjše od izračunov lokalnih turističnih organizacij. Vseeno pa se uporabljajo za prikaz potenciala, ki ga imajo pilotne lokacije za zapolnitev turističnih postelj v drugih obdobjih v letu. Eden izmed ciljev projekta ClimAlpTour je oblikovati strategije, ki bi turistični industriji pomagale unovčiti ta potencial v prihodnosti.

Pomen poletnega in zimskega turizma lahko primerjamo tako, da število poletnih turističnih nočitev delimo s številom zimskih turističnih nočitev. Število, večje od 1,5, pomeni, da je na pilotni lokaciji poletna sezona pomembnejša, število, manjše od 0,75, pa pomeni, da prevladuje zimski turizem. Razmerje okoli 1 (0,75–1,5) pomeni, da sta poletni in zimski turizem približno enako pomembna, kar je označeno kot »obe sezoni«. (Pragovi so bili določeni tako, da so omogočili enakomerno porazdelitev pilotnih lokacij.) Ponovno so zelo jasne razlike med pilotnimi lokacijami, saj se nekatere (Zgornje Posočje in Valgrisenche) močno osredotočajo na poletni turizem, medtem ko na drugih lokacijah, na primer francoskih lokacijah Val d'Isère, Montgenèvre in Les Gets, prevladuje zimski turizem.



Slika 2.1.6: Bruto stopnja zasedenosti (2008).



Slika 2.1.7: Razmerje med poletnimi turističnimi nočitvami in zimskimi turističnimi nočitvami.

² Pilotne dejavnosti niso bile izvedene, zato Berchtesgaden ni vključen v poglavje 3.

³ Na pilotni lokaciji Zugspitze-Karwendel se dejavnosti izvajajo v dveh podprojektitih:

- Razvoj in uvedba alpskega naravnega doživljajskega parka (*Naturelebnispark*) v občini Grainau, ki se nahaja ob vznožju gore Zugspitze, in tako predstavlja prvi del imena pilotne lokacije (tj. *Zugspitze*). Podatki so bili zbrani samo za Grainau.
- Postopna ureditev naravnega parka na območju Karwendel, ki predstavlja drugi del imena pilotne lokacije.

⁴ Podatki niso bili zbrani, zato Brandnertal ni vključen na slikah in rezultatih, predstavljenih pod točko 2.1. Razmerje med poletnim in zimskim turizmom je bilo izračunano zato, da smo lahko pilotno lokacijo uvrstili v ustrezno skupino.

⁵ Pilotne dejavnosti niso bile izvedene, zato Montgenèvre ni vključen v poglavje 3.

Na osnovi analize pomembnosti poletnih turističnih nočitev v primerjavi z zimskimi turističnimi nočitvami, se pilotne lokacije delijo na tri skupine.

Lokacije s prevladujočim poletnim turizmom:

Auronzo di Cadore, Berchtesgaden², Presolana-Monte Pora, Renon/Ritten, Valgrisenche, Zgornje Posočje, Zugspitze-Karwendel³.

Lokacije s celoletnim turizmom:

Comunità Montana, Entracque (temelji na oceni), Heidiland/Pizolbahnen, Alta Pusteria/Hochpustertal, Kranjska Gora, Surselva, Wilder Kaiser.

Lokacije s prevladujočim zimskim turizmom:

Aletsch, Brandnertal⁴, Les Gets, Les Sept Laux, Monterosa, Montgenèvre⁵, Stubai Tirol, Val d'Isère.

2.2 Podnebne spremembe

2.2.1 Pregled raziskav podnebnih sprememb

V poročilu *Podnebne spremembe v Alpah* (Gallée 2010) so predstavljeni nekateri novi izsledki raziskav podnebnih sprememb po objavi poročila IPCC AR4 (Solomon idr. 2007). Upošteva dolgotrajno segrevanje zaradi izpustov toplogrednih plinov in naravne dejavnike, ki vplivajo na podnebni sistem in notranjo podnebno spremenljivost. Podnebje v Alpah je tesno povezano s podnebjem v Evropi. Težava pa je, da na evropsko podnebje razmeroma enako močno vplivajo naslednji dejavniki:

- antropogeni dejavniki (izpusti aerosolov in toplogrednih plinov);
- naravni dejavniki (kolebanje sončnega sevanja, vulkanski izbruhi); in
- notranja spremenljivost (spremembe atmosferskega kroženja nad Atlantskim oceanom).

S pomočjo globalnih podnebnih modelov, kot sta kombinirani splošni model kroženja atmosfere in oceanov ter model kroženja ogljika, lahko dovolj natančno ponazorimo spreminjanje temperatur na globalni ravni in ravni celin ter tako določimo vplive antropogenih in naravnih dejavnikov na nedavne podnebne spremembe. Natančneje, ugotovitve kažejo, da je globalno segrevanje posledica porasta toplogrednih plinov v atmosferi (glej npr. sliko TS.29 v poročilu IPCC AR4; Solomon idr. 2007). Naslednji zaključek nedavnih raziskav je ta, da spremembe v atmosferskem kroženju pomembno vplivajo na spremembe evropskega podnebja. Spremembe severnoatlantskega nihanja vplivajo na zimske ekstreme, kot sta najnižja temperatura in minimalna količina padavin, vlažnostni primanjkljaj v prsti pa poveča verjetnost poletnih vročinskih valov.

Nov pojav je nepričakovano slabljenje Sončevega ciklusa. Odkar so se antropogene podnebne spremembe pospešile, se solarni in antropogeni trendi prvič gibljejo v nasprotnih smereh. Možno je, da upad Sončeve aktivnosti vpliva na atmosfersko kroženje, kar lahko povzroči ohlajanje evropskega podnebja pozimi in

posledično odpravi vplive globalnega segrevanja, čeprav samo začasno in po posameznih regijah.

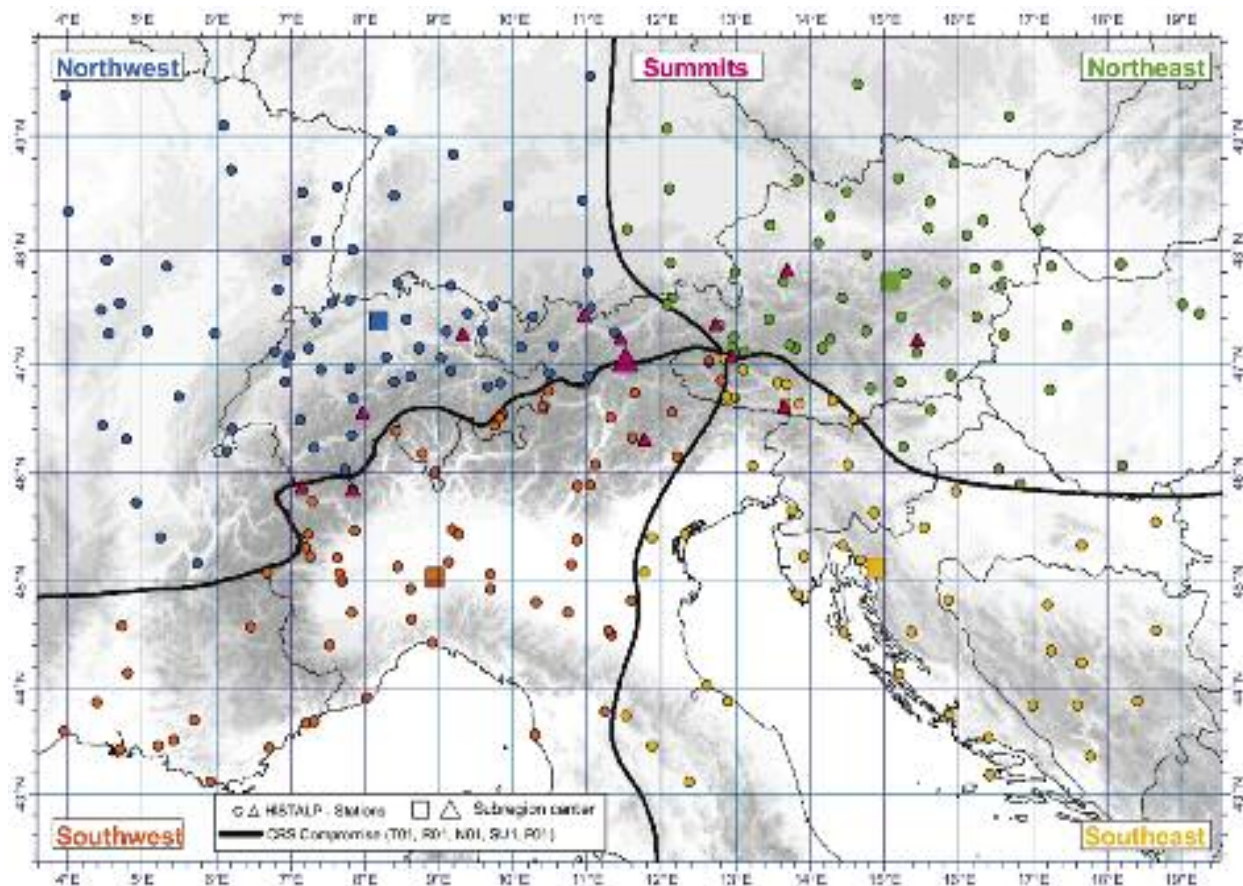
2.2.2. Podnebne spremembe in turizem v Alpah

Raziskava *Podnebne spremembe in turizem v Alpah* (Chaix 2010) analizira morebitne vplive podnebnih sprememb na različne turistične dejavnosti in pilotne lokacije projekta ClimAlpTour. Za lokalne organe odločanja in deležnike je izhodišče za oblikovanje prilagoditvenih strategij v turizmu. Ta analiza pa vzbuja precejšnjo negotovost, zlasti v povezavi z meteorološkimi podatki za vsako pilotno lokacijo (meteorološke merilne postaje so pogosto nekoliko oddaljene od same lokacije, imajo drugačne meteorološke razmere in razmeroma kratke serije zbiranja podatkov), s poznavanjem specifičnih značilnosti posameznih pilotnih lokacij (njihovih podrobnih topografij in morebitnih mikroklimatskih razmer) in s poznavanjem posebnih značilnosti turističnih dejavnosti na posamezni lokaciji. Pilotne lokacije morajo analizo uporabljati kot izhodišče za reševanje vprašanj s strokovnjaki, ki poznajo lokalno območje ter izzive in morebitne vplive podnebnih sprememb na lokalni ravni (univerzitetni raziskovalci, razna združenja ipd.)

Dolgoročni nizi podatkov o podnebjju (temperaturi, količini dežja in snega) se uporabljajo za ugotavljanje podnebnih sprememb, ki so se zgodile v preteklosti. Raziskava podatkovnih nizov o alpskem podnebjju

	1850/2007	1850/1975	1975/2007
SZ	+1,71 °C	+0,84 °C	+1,63 °C
SV	+1,52 °C	+0,77 °C	+1,5 °C
JZ	+1,51 °C	+0,75 °C	+1,53 °C
JV	+1,37 °C	+0,725 °C	+1,62 °C

Preglednica 2.2.1: Dvig temperatur v posameznem obdobju (linearni trend). Vir: podatki projekta Histalp, <http://www.zamg.ac.at/histalp>



Slika 2.2.1: Zemljevid lokacij merilnih postaj pri projektu Histalp. Razdelitev Alp v štiri podnebno enotne podregije (SZ, JZ, SV in JV).
Vir: <http://www.zamg.ac.at/histalp>

Histalp je pokazala, da so bile na štirih alpskih območjih temperaturne spremembe praktično enake kot leta 1850 (glej sliko 2.2.1).

Podatki kažejo, da so se od konca devetnajstega stoletja pa vse do konca osemdesetih let prejšnjega stoletja temperature postopoma dvignile za približno $0,75\text{ }^{\circ}\text{C}$, takrat pa so začele strmo naraščati (glej preglednico 2.2.1).

Pri količini zapadlega dežja je razmeroma težko določiti splošno smernico. Na sliki 2.2.2 pa lahko vidimo, da v južnih in vzhodnih Alpah količina dežja od šestdesetih let prejšnjega stoletja pada; pojav so potrdili tudi podatki, zbrani v okviru projekta Histalp.

Podnebni modeli, kot na primer tisti, ki so bili razviti znotraj projekta Evropske unije *Prudence*, in nekateri modeli IPCC, ki se osredotočajo na Evropo, ponujajo verodostojne možnosti za določitev značilnosti alpskega okolja, pri čemer nakazujejo tudi morebitne razlike med različnimi alpskimi regijami.

V splošnem so možne posledice podnebnih sprememb v Alpah naslednje:

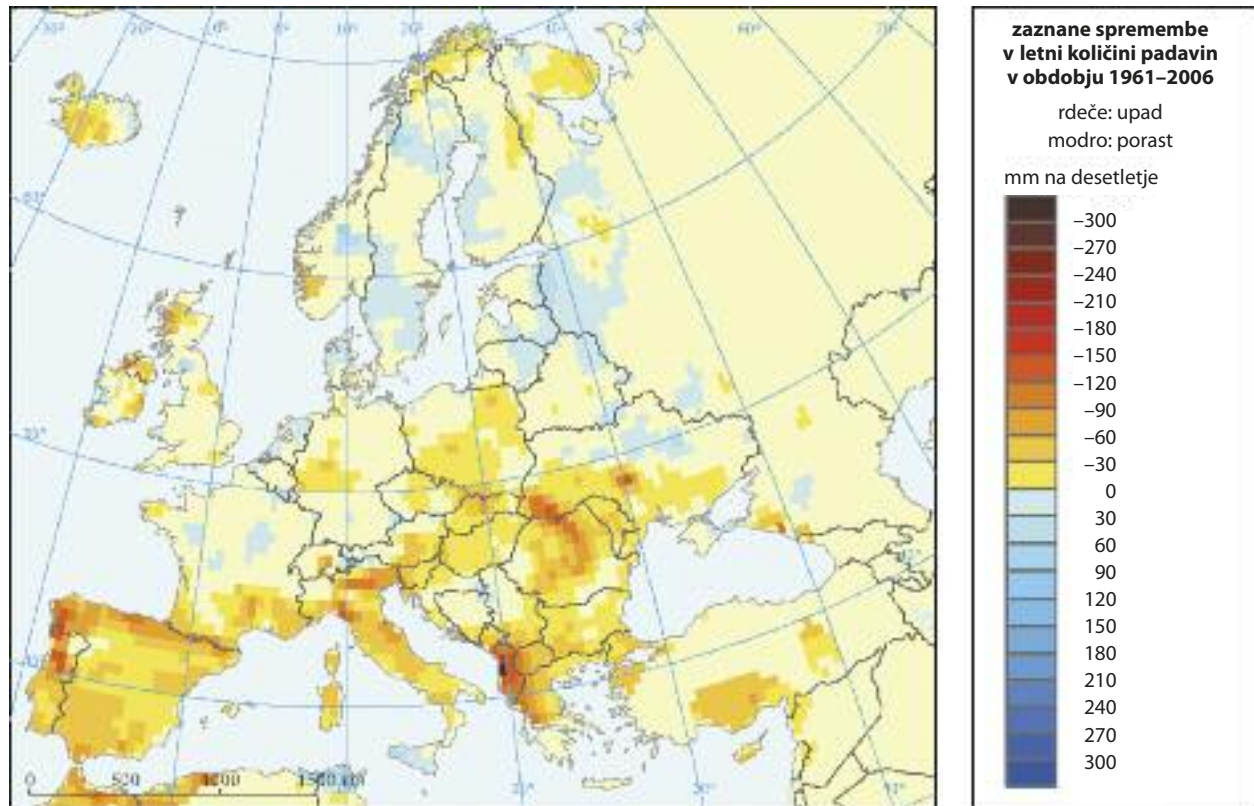
- dvig temperature;
- spremembe vzorcev količine dežja s pogostejšimi sušami poleti;
- manj zapadlega snega;
- spremembe režimov vodotokov z več presahlimi vodotoki poleti;
- upad vodnih virov;

- spremembe kmetijskih praks, biotske raznovrstnosti in s tem pokrajini;
- večja nevarnost naravnih nesreč: skalnih podorov, zemeljskih plazov, podiranja ledeniških serakov in poplav.

Vse te posledice lahko posredno ali neposredno na več načinov vplivajo na turistične dejavnosti.

Vpliv podnebnih sprememb na poletni turizem

- Pohodništvo, gornišstvo in dejavnosti v visokogorju najbolj ogroža povečana nevarnost naravnih nesreč, kot so snežni plazovi in podiranje ledeniških serakov zaradi taljenja ledenikov, zemeljski plazovi zaradi vse pogostejših nalivov ter blatni plazovi in skalni podori zaradi taljenja večnega ledu.
- Gorsko kolesarstvo bi lahko ogrozila večja nevarnost naravnih nesreč, sicer pa podnebne spremembe nanj ne bi smele vplivati.
- Dejavnosti na divjih vodah, kot je soteskanje, so odvisne od stanja vodotokov. Zaradi podnebnih sprememb lahko pričakujemo veliko obremenitev vodnih virov, pri čemer bo poleti količina vode občutno manjša in bo tako obstajala nevarnost, da reke presahnejo, četudi bo taljenje ledenika (če ledenik sploh obstaja) kratkoročno nadomestilo vodni primanjkljaj. Pomembno je, da se upravljavci voda in javni organi skrbno posvetijo problemu vodnih virov, saj predstavlja voda temelj gorskega turizma.



Slika 2.2.2: Ugotovljene spremembe v letni količini padavin med letoma 1961 in 2006. Poročilo EEA, Vplivi spreminjajočega se podnebja v Evropi, ocena iz leta 2008, opravljena na podlagi kazalnikov.

- S povišanjem temperatur lahko pričakujemo tudi povečano priljubljenost plavanja (v jezerih in bazenih), kar pa ima lahko tudi škodljive posledice za okolje.
- Obenem pa bo lahko zaradi povišanih temperatur poleti v Alpe začelo prihajati več turistov, saj se bodo želeli izogniti višjim temperaturam v nižjih legah.

Vpliv podnebnih sprememb na zimski turizem

- Tek na smučeh ogroža pomanjkanje snega v posameznih letih, kar lahko to dejavnost popolnoma onemogoči, čeprav so proge običajno urejene na nižji nadmorski višini in je snežna odeja pogosto manj izpostavljena soncu, saj vodijo proge skozi gozdove ali ob vznožju vzpetin, poleg tega pa se uporabljajo tudi učinkovite metode teptanja snega in načrtovanja prog. Na območjih, ki se že spopadajo s pomanjkanjem snega in se ne morejo razširiti v višje lege, bo tek na smučeh vse bolj ogrožen.
- Alpsko smučanje je turistična dejavnost, ki je najbolj občutljiva na podnebne spremembe. Od osemdesetih let prejšnjega stoletja so se povprečne zimske temperature (od decembra do februarja) povišale za 1 °C, povečalo pa se je tudi letno nihanje temperatur: zime brez snega (kot je bilo v sezoni 2006/07) se izmenjujejo z zimami z veliko snega (kot je bilo v sezoni 2008/09). Vplivi podnebnih sprememb na zimsko sezono so vse prej kot linearni, vodstvo zimskih turističnih središč pa skrbijo predvsem sezono, v katerih snega primanjkuje. Če se bodo tempera-

ture še naprej zviševale, bo to povzročilo pomembne spremembe v snežni odeji; glavna posledica bo dvig snežne meje in hitrejša taljenje snežne odeje v anticiklonskem vremenu oziroma na začetku in ob koncu zime. Poleg tega tehnične prilagoditvene rešitve (umetni sneg ipd.) ne bodo mogle nadomestiti pomanjkanja naravnega snega, razen če ne bo prišlo do izjemnega napredka.

Za oceno zanesljivosti snežne odeje na pilotnih lokacijah ClimAlpTour smo uporabili metodo, ki jo je razvila OECD in temelji na pravilu stotih dni in višinski meji zanesljivosti naravne snežne odeje. Ta meja je v Alpah precej razgibana, saj se podnebje po posameznih alpskih območjih lahko močno razlikuje. Več podrobnosti in podatkov lahko najdete v raziskavi OECD (*Climate Change in the European Alps: Adapting Winter Tourism and Natural Hazards Management*, OECD 2007).

Upoštevati je treba tudi vplive globalnega segrevanja na mejo zanesljivosti naravne snežne odeje. Po podatkih se v toplejšem podnebnju snežna meja, in s tem tudi meja zanesljivosti naravne snežne odeje, z vsako stopinjo Celzija dvigne za 150 m (Föhn 1990; Haberli in Beniston 1998). Posledično lahko podnebne spremembe povzročijo, da se tudi meja zanesljivosti naravne snežne odeje dvigne za 150, 300 ali 600 m, če pride do povišanja temperatur za 1, 2 oziroma 4 °C. Z uporabo podnebnih modelov in upoštevanjem pri-

čakovanega zvišanja temperatur lahko določimo časovni okvir teh sprememb.

Pri določanju dejanskih značilnosti podnebja, topografije in rabe smo upoštevali tudi dodatne lokalne dejavnike. Lega in naklon pobočij pomembno vplivata na zanesljivost snežne odeje na kateremkoli smučišču; lega pobočij na določenem smučišču vpliva na splošno zanesljivost snega na tem smučišču. Za več podatkov o analizi zanesljivosti snežne odeje na posamezni lokaciji glej raziskavo *Climate Change and Tourism in the Alps* (Chaix 2010).

2.3 Prilagajanje turizma podnebnim spremembam: rezultati raziskave z metodo delfi na celotnem območju Alp

2.3.1 Uvod

Učinki podnebnih sprememb so zelo pomembni za prihodnost alpskega turizma. Ranljiv alpski prostor je še zlasti ranljiv zaradi svoje posebne lege. Na alpski turizem bodo še posebno vplivale pričakovane podnebne spremembe. Poleg ublažitve podnebnih sprememb je bil zastavljen cilj razvoja in uporabe ustreznih prilagoditvenih strategij za destinacije alpskega turizma (Abegg idr. 2007; CIPRA 2006; IPCC 2007).

Nemogoče je strogo ločevati med dimenzijami prilaganja in blaženja, toda strategiji za prilaganje in ublažitev sta dve plati iste medalje.

V okviru projekta ClimAlpTour je bila izvedena raziskava z metodo delfi s ciljem preučitve prilagoditvenih strategij za zimski in poletni alpski turizem. Namen raziskave je bil poiskati odgovore na vprašanje, kako se gostje odzivajo na učinke podnebnih sprememb. Analizirane so bile različne vrste prilagoditvenih strategij in vloge posameznih akterjev v postopku prilaganja.

2.3.2 Metoda in pristop

Raziskava z metodo delfi uporablja pristop kvalitativnega družboslovnega raziskovanja. V sklopu večstopenjskega postopka se anketira skupina strokovnjakov z namenom oblikovanja sistematične zbirke strokovnih mnenj.

V našem primeru je raziskava z metodo delfi vključevala večje število raziskovalcev, turističnih delavcev, javnih uslužbencev in članov nevladnih organizacij.⁶

Jedro raziskave so tvorila naslednja vprašanja:

- Kako podnebne spremembe vplivajo na turistično povpraševanje in vedenje turistov, še zlasti v zvezi z izbiro destinacije in dejavnosti?

- Katere strategije za prilagoditev vplivom podnebnih sprememb obstajajo za destinacije z alpskim turizmom?
- Kateri so najpomembnejši dejavniki oziroma skupine dejavnikov? Kakšno vlogo igrajo v procesu prilaganja?

Mnenja strokovnjakov so bila pridobljena v dveh fazah med marcem 2009 in oktobrom 2010⁷. Odgovori iz prve faze so bili ocenjeni s kvalitativnimi merili. Na podlagi teh rezultatov so strokovnjaki ponovno odgovarjali na bolj poglobljena vprašanja v drugi fazi.

2.3.3 Rezultati

Vedenje gostov, izbira destinacije, dejavnosti gostov

Po mnenju strokovnjakov večina gostov priznava obstoj problematike podnebnih sprememb, vendar jih večina ni pripravljena spremeniti svojih lastnih navad, povezanih s preživljanjem dopusta. Prav tako se je le peščica pripravljena spopasti s podnebnimi spremembami v vsakdanjem življenju in na dopustu, in še to le brez večjih osebnih omejitev.

V prihodnosti se bo večina gostov odločala za tradicionalne počitniške destinacije. Zahtevnejšim ciljnim skupinam so vse bolj všeč izvirne počitniške destinacije. Povpraševanje po izvirnih počitniških destinacijah

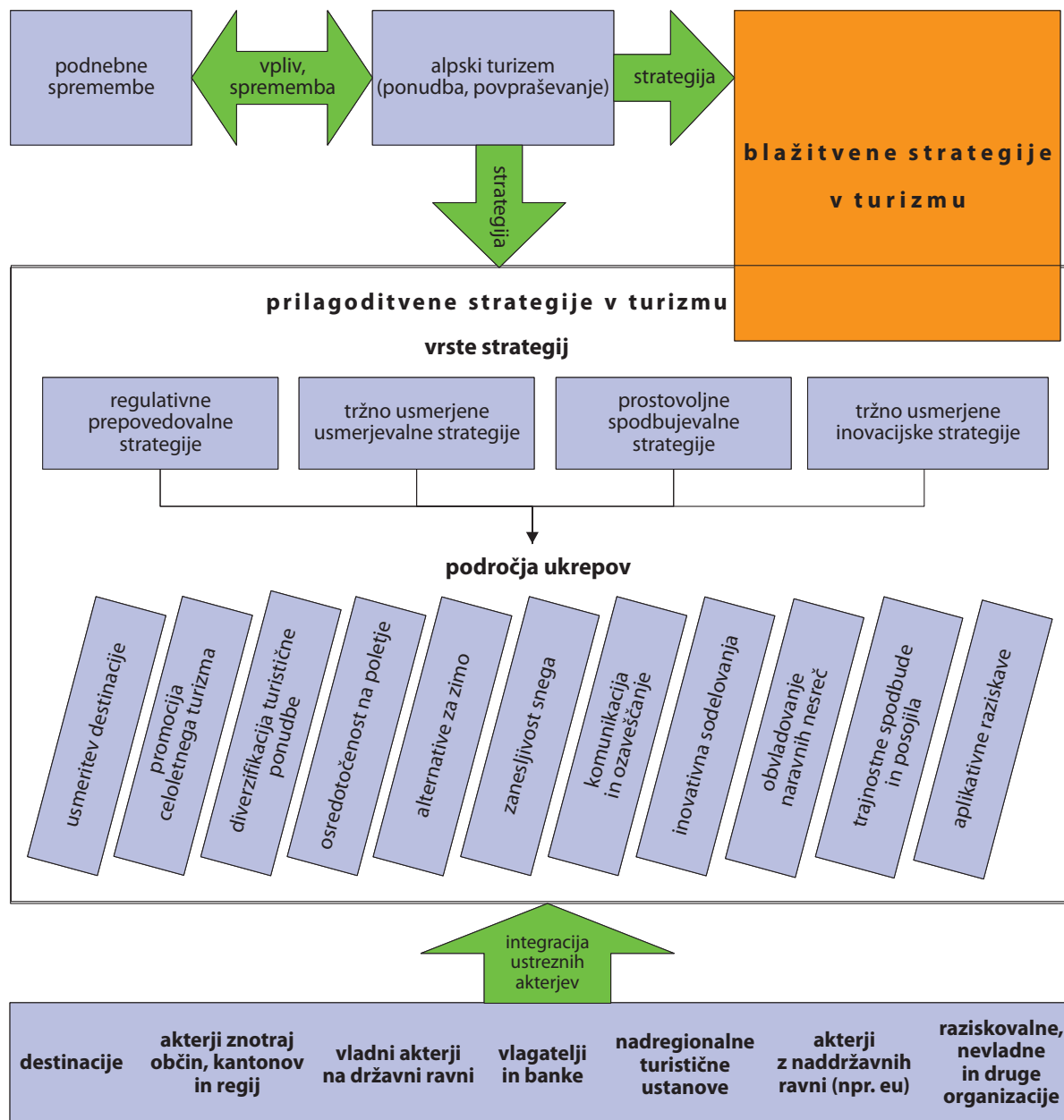
bo torej v prihodnosti naraščalo, toda kljub temu ne bo prekašalo povpraševanja po konvencionalnih turističnih storitvah.

Kar zadeva poletni čas, bodo imele alpske destinacije zaradi zmernih poletnih temperatur konkurenčno prednost v primerjavi z nekaterimi drugimi destinacijami (npr. sredozemskim prostorom). Lahko se zgodi, da se bo pozimi vse več turistov izogibalo nekaterim alpskim destinacijam zaradi pomanjkanja naravnega snega. Do določene mere lahko privlačne ponudbe, ki niso odvisne od snega, delujejo proti temu trendu. Pogosta strategija je ciljno usmerjena izdelava umetnega snega, vendar je to domnevno razmeroma drago in dodatno obremenjuje naravne vire.

Veliko gostov bo vse pogosteje obiskovalo smučarska središča na višjih legah, ki bodo zagotovo imela sneg, in se bodo tako lahko ukvarjali s tradicionalnimi zimskimi aktivnostmi. Nekateri gostje se bodo vse pogosteje ukvarjali z drugimi zimskimi aktivnostmi, kot so zimsko pohodništvo, drugi zimski športi v naravi in aktivnosti, ki niso odvisne od snega. (npr. wellness, zabava). Aktivnosti, ki niso odvisne od snega, bodo poleg aktivnosti, ki so odvisne od snega, vse pomembnejše, še zlasti na smučarskih območjih na nižjih legah.

⁶ Izbiro strokovnjakov so prijazno podprli partnerji projekta ClimAlpTour, da bi tako našli strokovnjake z različnih področij ter iz različnih oddelkov in držav, kot tudi z enakovredno zastopanostjo različnih jezikov. V prvi fazi anketiranja je sodelovalo 39 strokovnjakov iz šestih alpskih dežel, v drugi fazi pa osemnajst strokovnjakov.

⁷ Raziskava je bila izvedena s spletnim ocenjevalnim orodjem »Q-Feedback« Univerze uporabnih znanosti v Rapperswilu. Vprašalnik je bil na voljo v nemščini, francoščini, italijanščini in slovenščini, vključeval pa je vprašanja odprtega in zaprtega tipa ter polja za komentarje.



Prilagoditvene strategije in skupine akterjev

Strokovnjaki, vključeni v anketo, so prepoznali večje število možnih prilagoditvenih strategij in jih pripisali različnim skupinam akterjev. Te strategije lahko razvrstimo v enajst glavnih področij ukrepov in razdelimo v štiri različne vrste. Povezave med posameznimi vrstami strategij, področji ukrepov in skupinami akterjev so prikazane na sliki 2.3.1.

Štiri vrste strategij imajo različen pomen za različna področja ukrepov:

- »Regulativne prepovedovalne strategije« se osredotočajo na okvirne pogoje gospodarskih dejavnosti. Prvenstveno zadevajo področja ukrepov v povezavi z varovanjem narave, pokrajine in okolja (npr. v zvezi z varovanjem pred naravnimi nesrečami, umetnim zasneževanjem ali širjenjem smučarskih območij na višjih legah). Po mnenju strokovnjakov so prepovedovalne strategije manjšega pomena.
- »Tržno usmerjene usmerjevalne strategije« ponavadi vplivajo na gospodarske procese s pomočjo finančne stimulacije. Osredotočajo se na okvirne pogoje gospodarstva in družbe in s tem zlasti na blažitev podnebnih sprememb (npr. z uravnavanjem porabe energije s pomočjo cen energetskega virov).

Slika 2.3.1: Področja ukrepov, vrste strategij in najpomembnejši akterji.

- »Prostovoljne spodbujevalne strategije« s pomočjo spodbujanja, ozaveščanja in izmenjave izkušenj stimulirajo akterje v turizmu, da prostovoljno spremenijo svoje vedenje. Po mnenju strokovnjakov je to izredno pomembno in se lahko uporablja na skora vseh navedenih področjih ukrepov (npr. pri preusmeritvi in razširitvi ponudbe destinacij).
- »Tržno usmerjene inovacijske strategije« so sestavljene iz inovativnih turističnih proizvodov in storitev, za katere je prilagajanje osrednja poslovna dejavnost destinacij in zato običajno vplivajo na turistični trg in povpraševanje gostov. To vključuje vsa področja ukrepov in razvoj novih turističnih priložnosti. Strokovnjaki menijo, da so te strategije zelo pomembne. Posamezne skupine akterjev imajo različen pomen in točno določene funkcije v procesu prilagajanja.
- Občine, kantoni oziroma regije in nacionalne vlade so največjega pomena. Poleg izvajanja zakonodaje je njihova vloga ozaveščanje na turističnih destinacijah in med akterji ter ustvarjanje ugodnih razmer, ki spodbujajo prilagajanje.
- Turistične destinacije in njihovi akterji so temelj turističnega gospodarstva in zato ključni dejavniki za izvajanje ukrepov. Vseeno pa naj bi bil njihov pomen manjši kot pomen vladnih akterjev.
- Srednji pomen se pripisuje nadregionalnim turističnim institucijam (npr. lobiranju, informacijam ter ozaveščanju), akterjem na naddržavnih ravneh (npr.

ustvarjanje in koordiniranje pravnega okvirja za prilagajanje) ter akterjem iz raziskovalnih, nevladnih in drugih organizacij (npr. strokovno in kritično nadziranje, ozaveščanje).

- Najmanjši pomen se pripisuje vlagateljem in bankam (npr. financiranje, posojanje). Toda predvideva se, da obstajajo velike razlike med državami.

Različne skupine akterjev imajo različen pomen glede na vrsto strategije. Regulativne prepovedovalne strategije so predvsem dolžnost vladnih delovnih skupin na različnih ravneh. Prostovoljne in tržno usmerjene strategije pa so bolj odgovornost turističnih skupin akterjev.

2.3.4 Sklep

Kljub občutnim podnebnim spremembam bo tradicionalni zimski turizem kratkoročno in srednjeročno ohranil svojo funkcijo. Večje spremembe se pričakujejo na srednji in dolgi rok. Pojavlja se vprašanje, ali bodo lahko alternativne dejavnosti, ki niso odvisne od snega, nadomestile gospodarski pomen tradicionalnega smučarskega turizma.

Odziv alpskega turističnega trga je poleg podnebnih sprememb prav tako močno odvisen od prihodnjih trendov in preferenc različnih segmentov gostov. Zdi se, da večina gostov ni navdušena nad tem, da se mora prostovoljno prilagajati na vplive podnebnih sprememb. Veliko gostov se odzove tako, da si izbere drugo destinacijo (npr. območja, ki bodo zagotovo imela sneg dlje časa).

Medtem ko je zimski turizem pod povečanim pritiskom, ki ga povzroča vpliv podnebnih sprememb, lahko podnebne spremembe alpskemu poletnemu turizmu dejansko prinašajo dobiček zaradi konkurenčne prednosti Alp. Vseeno pa se predvideva, da povečano število obiskov poleti ne more nadomestiti pričakovanega upada pozimi.

Strokovnjaki najbolj odobravajo prostovoljne vrste strategij, na regulativne strategije pa gledajo skeptično. Tovrstne strategije bi morali izbrati le takrat, ko prostovoljne in tržno usmerjene strategije ne delujejo. Zunanje pobude in prilagajanje različnim ravnam so velikega pomena. Čeprav so turistične destinacije in njihovi akterji ključnega pomena za doseganje sprememb, so vladni akterji velikega pomena pri ozaveščanju in ustvarjanju okvirnih pogojev.

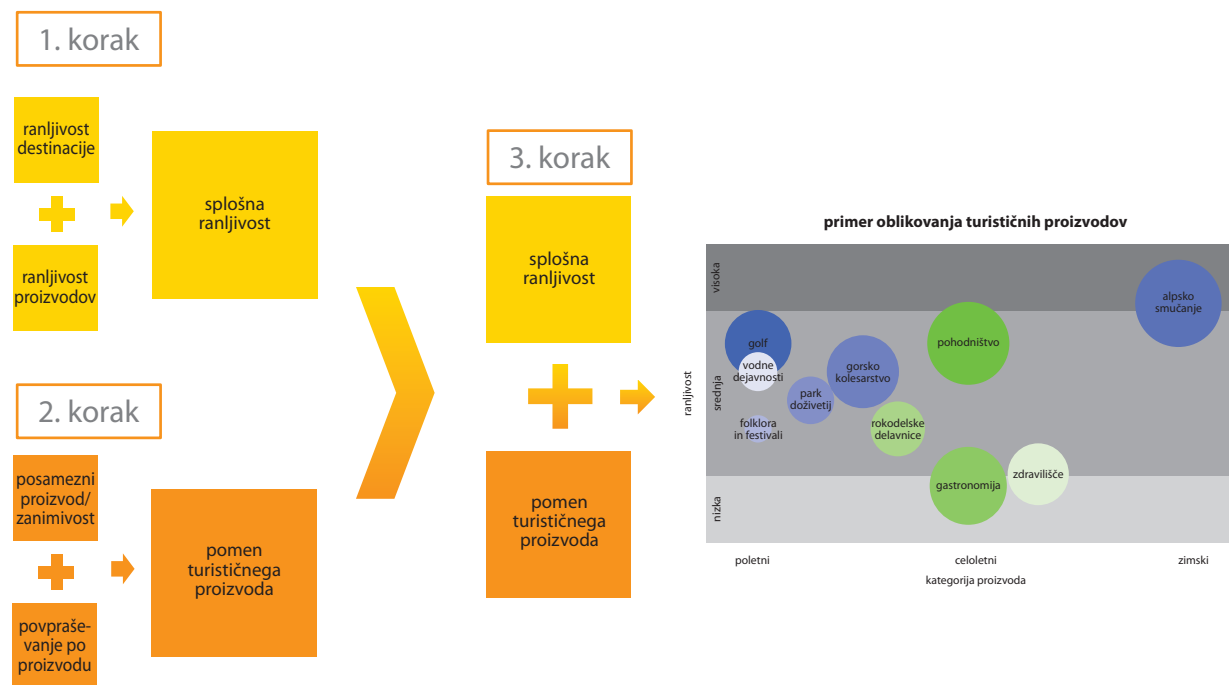
Postalo je očitno, da bi morale biti strategije, ki jih destinacije uporabljajo za prilagoditev podnebnim spremembam, sestavni del razvojnih strategij destinacij in se ne bi smele obravnavati ločeno. Kar zadeva izbiro strategij, je treba upoštevati, da Alpe niso homogeno območje. Med naravnimi razmerami, pokrajino in družbenoekonomskimi vidiki obstajajo velike regionalne razlike. Proces prilagajanja turizma ima pomembno nadnacionalno dimenzijo, ki velja za celotno območje Alp, na primer v povezavi z uveljavljanjem standardov obvladovanja vplivov podnebnih sprememb na celotnem območju Alp.

2.4 Oblikovanje nabora turističnih proizvodov

2.4.1. Osnovni pristop in uporaba nabora turističnih proizvodov pri strateškem načrtovanju razvoja destinacij

Metoda nabora turističnih proizvodov je dobro znana analitična in vizualizacijska metoda na področju poslovnega upravljanja. Njen glavni namen je podpreti procese strateškega načrtovanja in upravljanja sprememb v zapletenih okoljih. S prenosom te metode na področje regionalnega načrtovanja in upravljanja destinacij projekt ClimAlpTour so nove možnosti za procese prilagajanja na podnebne spremembe:

- dati prednosti prilagoditvenim potrebam in možnostim predvsem z analizo gospodarskih posledic različnih sprememb turističnih dejavnosti, ki jih ponuja posamezna destinacija;
- zagotoviti, da so prihodnje lokalne prilagoditvene strategije brez težav izvedljive v posamezni regiji;
- vizualizirati prihodnje scenarije na podlagi sedanjih naborov turističnih proizvodov z uporabo iste tehnike;
- izpeljati sistematične profile in prikaz turističnih prednosti in slabosti destinacije;
- oblikovati osnove za razprave v različnih kontekstih oblikovanja strategij in odločanja (lokalne delavnice in nadregionalne ustanove).



Slika 2.4.1: Koraki oblikovanja naborov turističnih proizvodov na pilotni lokaciji.

Nabori turistično usmerjenih proizvodov kažejo trenutno zgradbo turistične ponudbe na posamezni destinaciji in njeno ranljivost v prihodnjih pogojih podnebnih sprememb.

Metoda nabora turističnih proizvodov se močno osredotoča na gospodarski vidik, saj gre za analizo regionalnega turizma. Poleg tega pa upošteva tudi ekološke in družbene vplive podnebnih sprememb (kot uveljavljen postopek, uporabljen v projektu ClimAlpTour).

2.4.2 Koraki oblikovanja nabora turističnih proizvodov

Oblikovanje nabora turističnih proizvodov je zahteven proces, saj je za izdelavo izčrpnega nabora treba upoštevati, izmeriti, analizirati in združiti več parametrov. V sklopu projekta ClimAlpTour so bili nabori izdelani z namenom predstavitve najpomembnejših turističnih proizvodov glede na stopnje njihove ranljivosti na posamezni destinaciji. Nabori turističnih proizvodov so bili izdelani v treh korakih.

1. korak: najprej smo določili splošno ranljivost vsake pilotne lokacije, ki jo sestavljata ranljivost destinacije in ranljivost proizvodov. V grafu je splošna ranljivost prikazana v treh razredih (visoka, srednja in nizka) na osi y.

2. korak: nato smo določili najpomembnejše turistične proizvode pilotnih lokacij in jih razvrstili v poletne, zimске in celoletne turistične proizvode. To je

prikazano na osi x. Pomen teh proizvodov za posamezno pilotno lokacijo smo določili z metodo preproste razporeditve ali pa s pomočjo podatkov o prometu. Na grafu je to prikazano z velikostjo mehurčka.

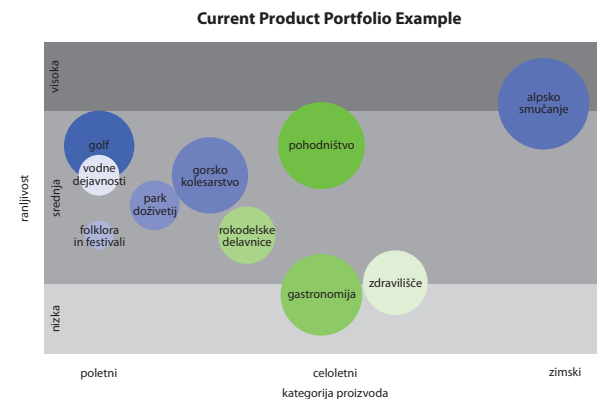
3. korak: na koncu smo v grafu združili splošno ranljivost in pomen turističnega proizvoda (glede na sezono). Na tej podlagi smo lahko za vsako pilotno lokacijo izdelali nabor turističnih proizvodov (glej sliko 2.4.2). Bolj kot je mehurček v temno sivem polju, ranljivejši je proizvod.

Proces oblikovanja naborov turističnih proizvodov (vsi trije koraki) je podrobneje razložen v nadaljevanju.

2.4.3 Določitev ranljivosti

Velik izziv je predstavljalo določanje ranljivosti destinacije in turističnih proizvodov.

V strokovni literaturi težko najdemo dosledne opise ranljivosti. To, kar ranljivost opisuje, kateri dejavniki jo sestavljajo in kako jo lahko merimo, ni pojasnjeno v neki splošni razlagi. Opredelitve ranljivosti se razlikujejo glede na kontekst (ekonomski, okoljski ali družbeni), v katerem se opazuje. Kljub temu pa lahko razlikujemo med dvema osnovnima pristopoma: »pristop tveganja oziroma nevarnosti naravnih nesreč« z vidika narave ali podnebja in »vidik družbene ranljivosti« z vidika družbe in ekonomije. Prvi opisuje ranljivost kot stopnjo izpostavljenosti, pri čemer zunanji dogodek določa stopnjo ranljivosti, drugi pristop pa



Slika 2.4.2: Vzorčni graf za oblikovanje nabora turističnih proizvodov.

upoštevata predvsem družbenoekonomske in strukturne parametre, pri čemer ni nujno, da obstaja zunanji dogodek. Celostni pristop mora upoštevati tako odločujoči vpliv zunanjega dogodka kot družbenoekonomske dejavnike (Dietz 2006). Zaradi te družbenoekonomske sestavine je za merjenje ranljivosti treba zbrati različne podatke iz različnih virov. Podatki o podnebjju so lahko na razpolago za določene točke v posamezni pokrajini, družbenoekonomski in demografski podatki pa so pogosto na razpolago samo na geopolitičnih ravneh (na državni ali lokalni ravni). Zato je treba

podatke zbrati na različnih ravneh in v različnih oblikah (na primer kvantitativni in kvalitativni podatki). Preston (2008) pravi, da »med glavne izzive, ki se pojavijo pri opredeljevanju ranljivosti, spada opredelitev ustreznih podatkov in kazalnikov za določanje biofizične in družbene/ekološke ranljivosti ter način združevanja podatkov.« Ranljivost lahko razdelimo na ekonomsko ranljivost določene države ali podjetja, okoljsko ranljivost regije ali ekosistema in družbeno ranljivost posamezne skupine prebivalstva. Vendar pa meje med ekonomsko, okoljsko in družbeno ranljivostjo niso jasno opredeljene.

Za preučitev ranljivosti turistične industrije in turističnih proizvodov na pilotnih lokacijah projekta ClimAlpTour je razložen pristop za oblikovanje naborov turističnih proizvodov in opisana trenutna situacija na preučevanih destinacijah. Predstavljeni so tudi dejanski nabori proizvodov pilotnih lokacij ClimAlpTour (na podlagi razpoložljivih podatkov in posredovanih podatkih o prometu). Ti nabori se lahko uporabijo za to, da se sprožijo razprave na pilotnih lokacijah ali pa posredujejo pomembne napotke za morebitne prilagoditvene strategije za posamezne proizvode in samo destinacijo.

Določitev (ekonomske, okoljske in družbene)

ranljivosti destinacije

Kot je bilo omenjeno že zgoraj, moramo pri določanju ranljivosti posamezne države, regije ali skupnosti upoštevati tri vidike:

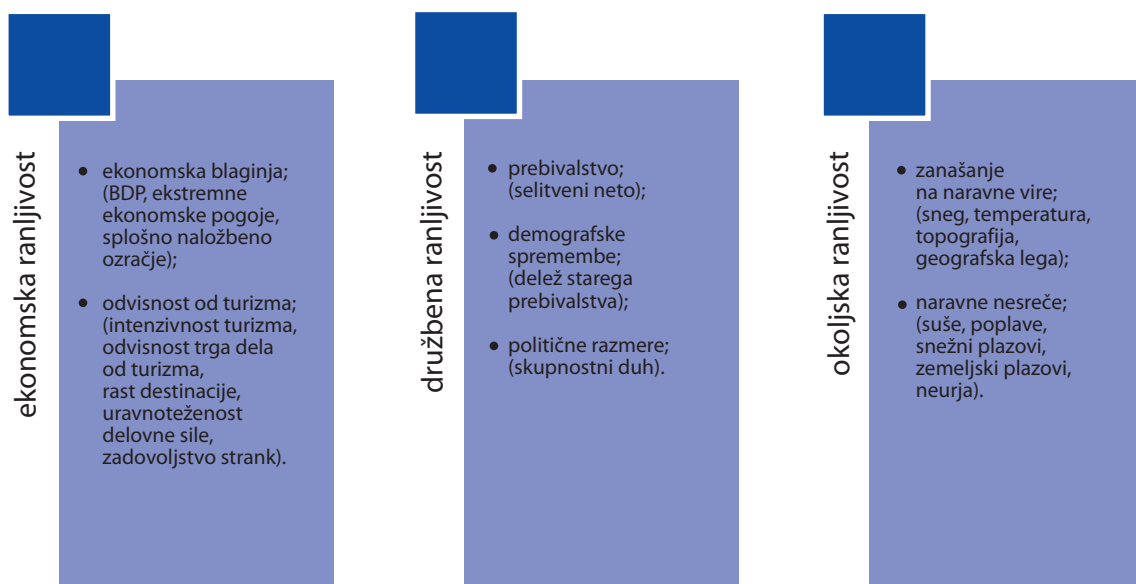
- ekonomsko ranljivost,
- okoljsko ranljivost in
- družbeno ranljivost.

V okviru teh izredno heterogenih parametrov lahko turizem deluje kot premostitveni vmesnik.

Ekonomska ranljivost

V prvem koraku smo ocenili ekonomski položaj vsake pilotne lokacije ter obravnavali in analizirali naslednje kazalnike ekonomske blaginje in odvisnosti od turizma:

- BDP: eden ključnih kazalnikov merjenja ekonomske blaginje;⁸



Slika 2.4.3: Trije stebri merjenja ranljivosti.

Ranljivost destinacije je sestavljena iz kombinacije ekonomske, družbene in okoljske ranljivosti (parametri iz primarnega in sekundarnega zbiranja podatkov). Vsak parameter je ponderiran in vsakemu se pripiše ocena ranljivosti od 1 do 5. Vsi parametri se seštejejo, na koncu pa se izračuna ponderirana ranljivost destinacije.

»smer«: – znižuje ranljivost in + jo zvišuje

»splošna«: glede na opredelitev HM

»relevantnost«: upoštevana samo, če so obstajali ustrezni podatki

»standardizirana«: standardizirana na 100

ocena HM glede na podatke za posamezno pilotno območje

izračunana: pomembnost x ocena ranljivosti

ranljivost destinacije	parameter	vsebina parametra	številka kazalnika	zbiranje podatkov	smer vpliva	pomembnost/tehtana (splošna)	pomembnost/tehtana (relevantna)	pomembnost/tehtana (relevantna standardizirana)	pilotna lokacija	ocena ranljivosti pilotne lokacije	ocena ranljivosti pilotne lokacije (tehtana)
ekonomska ranljivost	splošen gospodarski razvoj	realna rast BDP; delež rasti BDP v zadnjih petih letih (trend 2002–2008)	A1	sekundarni	–	10%	10%	13%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	ekstremne gospodarske razmere	število izrednih gospodarskih dogodkov v destinaciji, kot so bankroti in finančni škandali se je v zadnjih petih letih povečalo. Število izrednih gospodarskih dogodkov, kot so bankroti in finančni škandali se bo v naslednjih petih letih povečalo.	A11i, A11ii	primarni	+	2%	2%	3%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	splošno naložbeno ozračje	razmere za vlaganja v nove okoljevarstvene projekte so bili v zadnjih petih letih razmeroma ugodni. Splošno naložbeno razpoloženje je bilo v zadnjih petih letih razmeroma ugodno.	A4i, A4ii	primarni	–	4%			št. iz nabora podatkov		izračunano
	intenzivnost turizma	delež: turistične nočitve / (stalno prebivalstvo* 100) => interpretacija: TI>1: v destinaciji prevladuje turistična industrija	D30	sekundarni	+	14%	14%	18%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	odvisnost trga dela od turizma	delež: (število zaposlenih - davčni zavezanci v trgovini, gostinstvu in prometu + število turističnih nočitev / 500) / 2 / skupno število zaposlenih – davčni zavezanci	A3	sekundarni	+	10%	10%	13%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	rast destinacije	število razpoložljivih turističnih ležišč v zadnjih osmih letih (2000–2008)	D9	sekundarni	+	7%	7%	9%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	uravnoteženost delovne sile (priseljeni delavci / lokalni delavci)	delež delovne sile v destinaciji, ki izvira zunaj države destinacije – poletje. Delež delovne sile v destinaciji, ki izvira zunaj države destinacije – zima.	A7i, A7ii	primarni	+	5%	5%	6%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	zadovoljstvo strank	kako zadovoljni ste bili z bivanjem v turistični destinaciji? obstoječe ali nove raziskave in intervjuvanje obiskovalcev	D37	primarni in sekundarni	–	9%			št. iz nabora podatkov		izračunano
družbena ranljivost	selitveni saldo	selitveni saldo (priseljeni prebivalci / izseljeni prebivalci) 2002–2008	A12	sekundarni	–	7%	7%	9%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	indeks starosti	demografske spremembe (staranje / pomlajevanje družbe) 2008	A13a	sekundarni	+	8%			št. iz nabora podatkov		izračunano
	skupnostni duh	destinacija ima močan skupnostni duh; stalni prebivalci med seboj sodelujejo in se med seboj podpirajo.	A5i	primarni	–	4%	4%	5%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
okoljska ranljivost	okoljska ranljivost	povprečna količina zapadlega snega, minimalna količina zapadlega snega, zimske temperature, nadmorske višine najnižjega dela destinacije, povprečne nadmorske višine smučišča, lege pobočij, topografija, geografska lega.	analiza delovnega paketa 4	sekundarni	+	14%	14%	18%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
	naravne nesreče	pojavnost ekstremnih naravnih nesreč	C14	sekundarni	+	6%	6%	8%	št. iz nabora podatkov	1–5	izračunano
skupaj:						100%	79%	100%			

Preglednica 2.4.1: Splošna preglednica za merjenje ranljivosti destinacije.

ocene ranljivosti (glede na kategorije ranljivosti, ki jih je določil Chaix (2010)
5 = visoka, 4 = zmerno visoka, 3 = srednje, 2 = nizka, 1 = ni

- ekstremni ekonomski pogoji: kažejo splošno ekonomsko situacijo;
- splošno naložbeno ozračje: kaže zanimanje vlagateljev za določeno regijo;
- intenzivnost turizma:⁹ kaže ekonomski pomen turizma v regiji;
- odvisnost trga dela od turizma:¹⁰ kaže pomen turistične industrije za trg dela;
- rast destinacije: kaže razvoj regije v zadnjih nekaj letih;
- uravnoveženost delovne sile: kaže odvisnost destinacije od delavcev migrantov;
- zadovoljstvo strank: kaže, kako gosti dojemajo destinacijo.

Družbena ranljivost

Drugi steber merjenja ranljivosti destinacije se nanaša na družbeni vidik. Upoštevali in analizirali smo naslednje kazalnike:

- selitveni neto: kaže, ali prebivalstvo narašča ali upada;
- delež starega prebivalstva: kaže demografske spremembe;
- skupnostni duh: kaže sodelovanje in podpore lokalne skupnosti.

Okoljska ranljivost

Okoljski vidik je tretje področje zanimanja pri obravnavi ranljivosti destinacije. Upoštevali smo dve merili:

- okoljska ranljivost: izračunana na podlagi povprečne količine zapadlega snega, minimalne količine zapadlega snega, zimskih temperatur, nadmorske višine najnižjega dela turističnega kraja, povprečne nadmorske višine smučišča, lege pobočij, topografije in geografske lege;¹¹
- naravne nesreče: kažejo pogostost/pojavnost ekstremnih naravnih nesreč.

Določitev ranljivosti proizvodov

Potem ko ocenimo ekonomsko, družbeno in okoljsko ranljivost pilotnih lokacij, je treba to znanje prenesti še na raven posameznih proizvodov. Čeprav so v preteklosti razprave o podnebnih spremembah ločevale zgolj med zimskim in poletnim turizmom, to danes ni več smiselno. Ker je podnebna ranljivost v skupini poletnih turističnih proizvodov izredno razvejana, je treba podrobneje preučiti same proizvode. Zato oblikovanje naborov turističnih proizvodov ne temelji zgolj na splošnem razumevanju ranljivosti, ampak upošteva tudi ranljivost posameznih turističnih proi-

Pri določanju ranljivosti destinacije smo upoštevali vse zgoraj našete parametre. Vzeli smo jih iz primarnih in sekundarnih podatkov, ki smo jih zbrali. Vsak parameter smo ponderirali in ocenili z vrednostjo od 1 do 5 (uporabili smo enako lestvico, kot jo uporablja Chaix (2010) pri ocenah ranljivost smučarskih območij zaradi podnebnih sprememb – glej 2.2.2). Vse parametre smo nato sešteli in izračunali ponderirano ranljivost destinacije.

zvodov. Ta ranljivost je nato povezana s splošnimi kazalniki ranljivosti specifične destinacije. V ta namen smo uporabili podoben pristop kot v avstrijskem projektu StartClim (Fleischhacker in Formayer (2006) in ga prilagodili posebnim potrebam projekta ClimAlpTour. Sestavili smo seznam turističnih proizvodov, ki smo jih razdelili v zimske, poletne in letošnje proizvode. Nato smo vsak proizvod ocenili glede na njegovo vremensko občutljivost in potrebe po naravnih virih.¹² Poleg tega smo upoštevali tudi stroškovno strukturo (stalni stroški, variabilni stroški in donosnost naložbe). Za določanje ranljivosti teh parametrov smo

⁸ Za mnoge projektne partnerje ni bilo mogoče pridobiti točnih podatkov o BDP za tako posebne teritorialne enote, kot so pilotne lokacije projekta ClimAlpTour. Zato smo morali narediti približne ocene; na primer, tako da smo upoštevali BDP na ravni NUTS 2 in ga ustrezno spremenili za posamezno pilotno lokacijo. To pomeni, da so navedene vrednosti samo približki. (stran 30)

⁹ Turistična intenzivnost je količnik med turističnimi nočitvami in številom prebivalcev krat 100. $TI > 1$ pomeni veliko odvisnost od turizma oziroma da je turizem prevladujoča panoga v regiji. Prim. Bausch (2009, 36) ter Harrer in Scherr (2002).

¹⁰ Odvisnost trga dela od turizma: hipoteza: 500 turističnih nočitev ustvari eno zaposlitev, povezano s turizmom (v trgovini, hotelski dejavnosti, gostinstvu ali prometu). Razmerje: $(\text{št. zaposlenih, odvisnih od turizma, ki plačujejo davek na dohodek} + \text{število nočitev}/500)/2/\text{skupno št. zaposlenih, ki plačujejo davek na dohodek}$. Prim. Bausch (2009, 36) ter Harrer in Scherr (2002). Vrednost pa moramo obravnavati previdno, saj jo zlahka precenimo (na destinacijah z malo hoteli, a veliko sekundarnih ali zasebno najetih domov) ali podcenimo (na destinacijah z veliko hoteli in malo sekundarnih ali zasebno najetih domov).

¹¹ Okoljska ranljivost, kot jo meri in razvršča Chaix (2010): 5 = visoka, 4 = razmeroma visoka, 3 = srednja, 2 = nizka, 1 = je ni.

uporabili enako lestvico, kot jo je za analizo okoljske ranljivosti uporabil Chaix (2010). Na glavo smo morali obrniti le lestvico donosnosti naložbe, saj je smer vpliva ravno obratna. Nato smo te parametre ponderirali (na podlagi izračunov projektnega partnerja HM), jih sešteli in tako dobili ranljivost posameznega proizvoda; na podlagi tega smo lahko ugotovili, ali nas proizvod stane preveč ali pa se ga lahko ponudi brez prevelikega finančnega tveganja in odvisnosti od vremenskih razmer.

Določitev splošne ranljivosti

Splošna ranljivost je sestavljena iz ranljivosti **destinacije** in ranljivosti **proizvodov** (glej poglavje 2.4.3), pri čemer sta obe enako ponderirani (50 %, 50 %) (slika 2.4.4).

2.4.4 Določitev pomena turističnega proizvoda

V drugem koraku smo izračunali pomen glavnih turističnih proizvodov. Vsako pilotno lokacijo smo zaprosili, naj našteje deset glavnih proizvodov na svoji destinaciji in posreduje podatke o prometu za vsak posamezni proizvod oziroma zanimivost. Če teh podatkov nismo prejeli, smo uporabili metodo preproste razporeditve, ki je temeljila na ocenah same destinacije. Ker smo želeli vključiti še dodaten vidik, je pro-

proizvod	vremenska občutljivost, potrebe po naravnih virih* zelo visoka = 5 visoka = 4 srednja = 3 nizka = 2 brez = 1	struktura stroškov/investicije			ocena ranljivosti proizvoda ∅
		Stalni stroški zelo visoki = 5 visoki = 4 srednji = 3 nizki = 2 brez = 1	Variabilni stroški zelo visoki = 5 visoki = 4 srednji = 3 nizki = 2 brez = 1	Donosnost nal. brez/nepomembna = 5 majhna = 4 srednji = 3 visoka = 2 zelo visoka = 1	
1					
2					
3					
4...					
Ponder**	40 %	20 %	20 %	20 %	

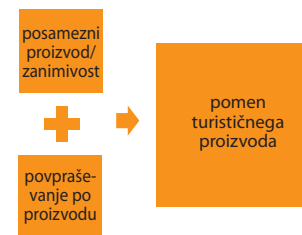
* na podlagi projekta StartClim (2006, 19), a prilagojeno kategorijam ranljivosti, kot jih je uporabil InstMont: 5 = visoka, 4 = razmeroma visoka, 3 = srednja, 2 = nizka, 1 = brez
** na podlagi izračuna HM

Preglednica 2.4.2: Ocena ranljivosti proizvoda.

jektni partner v delovnem paketu 5 HM opravil še spletno analizo, da bi ugotovil, kateri proizvodi ali dejavnosti se najbolj oglašujejo.¹³ Nato je te podatke primerjal s podatki, zbranimi na pilotnih lokacijah. Za prikaz pomena določenega proizvoda za posamezno regijo smo uporabili mehurčke različnih velikosti; največji mehurček pomeni najpomembnejši proizvod, najmanjši pa najmanj pomemben proizvod v sklopu glavnih turističnih dejavnosti, ki so na voljo.



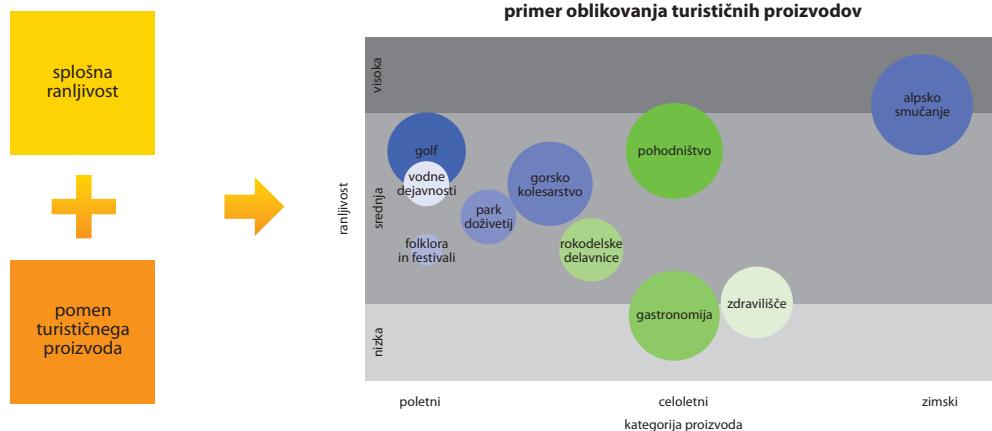
Slika 2.4.4: Določitev splošne ranljivosti.



Slika 2.4.5: Določitev pomena turističnega proizvoda.

¹² Na lestvici od 1 (ni potreb) do 5 (zelo velike potrebe). (stran 32)

¹³ Spletni vir; marec 2010.



Slika 2.4.6: Oblikovanje nabora turističnih proizvodov za pilotne lokacije.

2.4.5 Oblikovanje naborov turističnih proizvodov za pilotne lokacije

Za oblikovanje nabora turističnih proizvodov smo turistične proizvode povezali z ravno njihove ranljivosti na specifični destinaciji, s sezono, v kateri jih ponujajo, in njihovim pomenom. Pomen proizvoda je prikazan v obliki mehurčkov različnih velikosti, splošna ranljivost proizvoda pa s položajem mehurčka na grafu. Bolj kot je mehurček temno sivem polju, ranljivejši je proizvod.

2.5. Splošna strategija za celotno alpsko regijo

2.5.1 Zimski turizem v Alpah: bistveni dejavniki in izzivi

V zadnjih nekaj desetletjih se je v turizmu zmanjšalo zanimanje za alpske destinacije, znatno pa se je zmanjšalo tudi povprečno trajanje obiskov. Mnogo destinacij je doseglo svojo najvišjo možno stopnjo razvoja in trg je zdaj nasičen (ONT 2009). Od leta 1990 do 2006 se je naraščanje števila nočitev v hotelih skoraj povsod umirilo, kar potrjuje zgoraj opisani trend, šele pred kratkim pa je ponovno prišlo do porasta (BAK 2007; astat 2010).

Ta kriza očitno ni posledica recesije, čeprav je gospodarska kriza v letih 2008 in 2009 močno vplivala na turistični sektor; prej je strukturnega izvora (Keller 2005). Trg se spreminja: z globalizacijo je prišlo do vsesplošnega porasta v številu konkurentov, vedno bolj zahtevni turisti spodbujajo doseganje kakovostnih standardov v turizmu, informacijska in komunikacijska tehnologija pa je omogočila določeno raven preglednosti na trgu ter spremenila strategije trženja v zvezi s promocijo in trgovanjem, s čimer je poudarjena potreba po inovacijah v tem sektorju.

Na alpskih območjih se poleg teh sprememb na trgu pojavljajo še strukturne težave, kot so pomanjkanje prostora, omejen obseg delovanja za izboljšanje turistične ponudbe, težaven dostop in podnebne spremembe (Macciavelli 2006a; Swiss Confederation 2010).

Zdi se, da še zlasti podnebne spremembe igrajo ključno vlogo: v zadnjih nekaj zimskih sezonah se je izkazalo, da so dobre snežne razmere predpogoj za dobro obratovanje omrežij vlečnic in sedežnic ter smučarskih središč. To dokazuje tudi močan porast števila smučarskih dni in prodanih smučarskih kart v preteklih nekaj zimskih sezonah v primerjavi s prejšnjimi, v katerih je zapadlo le malo snega.¹⁴ Te spremembe so imele negativen učinek še zlasti v smučarskih središčih na nižjih in srednjih nadmorskih višinah (Vanat 2009).

¹⁴ Vanat vsako leto zbira statistične podatke za švicarska, avstrijska, francoska, ameriška in kanadska smučarska središča.

Ker so zimski športi najpomembnejši vir zaslužka za veliko alpskih območij, je zajamčena prisotnost snega postala eden izmed ključnih elementov njihove ponudbe. Toda strokovnjaki s področja turizma so vedno zanemarjali podnebne spremembe, ker bodo njihove posledice večinoma postale očitne šele na dolgi rok. Prav tako pa je velika količina zapadlega snega v zadnjih nekaj zimskih sezonah gotovo prispevala k temu, da je bila ta problematika potisnjena še bolj v ozadje. Podnebni modeli pa vseeno kažejo, da je segrevanje alpskih predelov večje od svetovnega povprečja ter da bo tako tudi ostalo (IPCC 2007; EEA 2009). V tem primeru je zelo verjetno, da se bo naravna snežna meja premaknila navzgor kot neposredna posledica višjih temperatur in sprememb, povezanih s snežnimi razmerami in pogostostjo sneženja (EEA 2009; OECD 2007). Poleg tega podnebne spremembe povzročajo vedno bolj intenzivne pojave, ki sicer lahko prinesejo veliko snega ob nizkih temperaturah, kot se je to zgodilo v preteklih nekaj sezonah, vendar lahko prav tako povzročijo taljenje snega ob višjih temperaturah. To resno ogroža alpski turizem, še zlasti v zimskem času, saj bo to imelo dolgotrajne posledice za zadevna turistična središča. Ni pa nujno, da se na vse to gleda kot nekaj

izključno negativnega za ta sektor, temveč se ob ustreznem predvidevanju lahko jemlje tudi kot priložnost.

2.5.2 Strategije za alpske destinacije

Turistična funkcija nekega območja ni nikoli edina možnost, temveč je ena izmed več možnih funkcij. Da se izognemo notranji konkurenci med različnimi funkcijami, morajo biti te funkcije usklajene. Integracija in uskladitev različnih funkcij sta nujni, in sicer še zlasti kjer je prostor omejen, kot je to v alpskih dolinah. Za turizem so ohranjanje nedotaknjenosti pokrajine ter pravilen razvoj proizvodnih ter stanovanjskih sosesk, še zlasti kar zadeva počitniške domove, izzivi, ki se lahko obravnavajo s pravilnim načrtovanjem mest in podeželja.¹⁵ Takšno načrtovanje mora postati del vodenja turističnih destinacij ter na splošno upravljanja javnih in zasebnih subjektov, ki na njih delujejo. Prvič, upravljanje destinacij zahteva ustvarjanje omrežij. Integrirano upravljanje tako destinacij kot ozemlja omogoča uresničevanje dveh ciljev: integracijo razlik med destinacijami, s čimer se odpravi težnja k homogenizaciji dejavnosti, ki so na voljo turistom, ter povečanje prepoznavnosti obrobni območij. Posledica tega je lahko spodbujanje razvoja ne samo lokalnih

identitet in kulturne dediščine, temveč tudi katerega koli potencialnega vidika v ponudbi turističnih dejavnosti (šport, okolje, prosti čas, itd.) v različnih počitniških krajih. Drugič, osredotočanje na promocijo najbolj znanih počitniških krajev bo pomagalo povečati zanimanje za druge, manj znane kraje. Izmenjava virov med različnimi destinacijami znotraj enega geografskega območja lahko torej pospeši delokalizacijo turističnih tokov, kar pozitivno vpliva na trajnostni razvoj najbolj znanih destinacij in spodbuja poznavanje naravne in kulturne dediščine ter povečuje povprečno dolžino obiskov turistov (Viganò in Mottironi 2010).

Zaradi potrebe po premagovanju smučarske »monokulture« in večje raznolikosti razpoložljivih virov na gorskih območjih s promocijo še nerazvitih virov se lahko oblikujejo strateški pristopi, ki bi lahko zamenjali, integrirali ali dopolnili smučarsko dejavnost, odvisno od nadmorske višine različnih destinacij. Nadmorska višina predstavlja razlikovalni element tako z vidika relevantnosti turizma kot tudi občutljivosti na podnebne spremembe: najbolj znane turistične destinacije v Alpah so na najvišjih nadmorskih višinah, imajo najpomembnejše smučarske komplekse ter so manj občutljive na podnebne spremembe.¹⁶

¹⁵ Npr. tirolski program za žičnice in smučarska območja (*Tiroler Seilbahn- und Skigebietsprogramm*) je desetletni integrirani načrtovalski program za uskladitev različnih politik načrtovanja (za mesta in podeželje), izkoriščanje alpskih območij ter spodbudo razvoja in transporta (CIPRA 1998).

¹⁶ Podobne strategije se trenutno uporabljajo v Franciji, kjer vlada spodbuja večjo razvejanost turističnih znamenitosti na različnih teritorialnih ravneh, odvisno od nadmorske višine počitniških krajev, in sicer s *Contrats de Plan Etat Région* (regija Rona-Alpe), *Plan de Tourisme de Savoie 2007–2013* (departma Savoja) ter *Contrats de Développement Diversifié* (departma Isère).

Počitniški kraji na nižjih nadmorskih višinah: alternative smučanju

Konec vlaganj v smučanje. Očitna ovira pri konkurenčnosti manjših alpskih destinacij se pojavlja tako zaradi strukturnih dejavnikov, kot sta manjša raznolikost in kakovost razpoložljivih storitev, kot tudi zaradi situacijskih dejavnikov, kot je večja občutljivost na podnebne spremembe (Bieger 2006). Ti elementi bi morali voditi k razvoju alternativnih srednje- ali dolgoročnih strategij, za katere smučanje ni primarni vir zaslužka na teh območjih. To ne pomeni, da je treba smučanje popolnoma opustiti, saj je v veliko primerih še vedno glavna dejavnost, vendar bi se moralo število naložb in dejavnosti, povezanih s tem športom, v prihodnosti zmanjšati. Da bi bile naložbe trajnostne z vidika ekonomičnosti, ne bi smele biti usmerjene h krepitvi smučarskih priložnosti, temveč bi se morale osredotočati na izboljševanje obstoječe infrastrukture oziroma izgradnjo novih vlečnic in sedežnic, ki se bodo lahko uporabljale tudi poleti; npr. za prevoz pohodnikov ali gorskih kolesarjev. Uporaba takšne infrastrukture v dveh sezonah (zimski in poletni) bi povečala privlačnost destinacije tudi v poletnem času, kar bi zmanjšalo njeno odvisnost od zimskega turizma.

Določitev značilnosti in specifičnosti. Ker ti počitniški kraji z vidika raznolikosti ponudbe ne morejo biti konkurenčni, lahko značilnosti svoje ponudbe določijo na način, ki bi jim omogočal, da se razlikujejo od drugih in s tem privabijo turiste.¹⁷ Trženje v turizmu se mora osredotočati predvsem na ta določeni razlikovalni element ter mora biti usmerjeno k potencialnim strankam, da vzbudi njihovo zanimanje.

Izgradnja mreže počitniških krajev na visokih nadmorskih višinah. Sodelovanje med počitniškimi kraji na nižjih in višjih nadmorskih višinah bo imelo prednosti za obe skupini krajev: prva skupina bi se lahko usmerila na širše segmente trga in ponujala dejavnosti in storitve, ki dopolnjujejo smučanje, in cenejše nastanitvene možnosti, druga skupina pa lahko s pomočjo sodelovanja z manj znanimi počitniškimi kraji (za katere je pogosto značilna bogatejša kulturna identiteta) razširi in dopolni svojo ponudbo.

Počitniški kraji na srednjih nadmorskih višinah: dopolnilne dejavnosti k smučanju

Fleksibilna strategija. Strategije za gorske destinacije na srednjih nadmorskih višinah so veliko bolj zapletene. Nekatere tovrstne destinacije imajo mednarodno sloves, pri čemer njihov prestiž temelji na smučanju.

Zato je nepredstavljivo, da bi znatno zmanjšali ali ukinili smučanje; veliko boljše bi bilo razviti fleksibilno strategijo, ki se lahko pregleda in dopolni na srednji rok in prilagodi na kakršne koli podnebne spremembe. Z vidika uvajanja dopolnilnih dejavnosti pa bi smučanje postalo eden izmed elementov, ki turiste skupaj z drugimi viri privabljajo na te destinacije.¹⁸

Upoštevanje novih virov. Širjenje obsega zimskih pristočasnih dejavnosti se lahko izkaže za uporabno tako ob predvidenem zvišanju temperatur kot tudi zato, da bi se destinacije prilagodile spreminjajočemu se trgu. V tem pogledu je treba opredeliti potencialne vire v turizmu, kot so kulturna in naravna dediščina ali segment wellnessa, in jih uspešno uporabiti. Na številnih destinacijah obstaja potreba po večjem osredotočanju na lokalne vire (lokalne proizvode in tradicije, naravne vire, itd.), ki so dragoceni tako za turiste kot za lokalne deležnike.

Notranja in navzven usmerjena integracija. Integrirano upravljanje destinacij bo uporabno za povezovanje različnih sestavin lokalnih turističnih dejavnosti. Hkrati pa bo treba razviti nove zunanje povezave in izmenjati vire: pravzaprav se lahko ponudbo razširi tudi z integracijo ponudbe bolj poznanih destinacij

¹⁷ Območje Achantal v Nemčiji se je na primer odločilo za naložbo v trajnostni turizem s posebnim poudarkom na naravnem okolju, s čimer so zaustavili razvoj smučarske infrastrukture (CIPRAInfo, julij 2006).

¹⁸ Avstrijski počitniški kraj Kitzbühel na primer povečuje in razvija svoje dejavnosti na višjih nadmorskih višinah kljub nizkim nadmorskim viščinam, kjer se nahajajo smučišča, hkrati pa širi tudi ponudbo dejavnosti, ki so na voljo v zimskem času, pri čemer se osredotoča zlasti na wellness (Zimmerl 2001).

s ponudbo manj znanih destinacij, s čimer se ustvari sinergija, ki zadovolji raznovrstne potrebe turistov.

Počitniški kraji na višjih nadmorskih višinah: razvoj smučanja, širitev dejavnosti in integracija

Krepitev dejavnosti. Osrednje turistične dejavnosti na destinacijah na višjih nadmorskih višinah so povezane s smučanjem. To ima dvojno konkurenčno prednost: višje nadmorske višine tem destinacijam omogočajo ne le, da so manj občutljive na podnebne spremembe, temveč tudi, da imajo korist od omejitve dejavnosti in morebitnega zaprtja smučišč na nižjih nadmorskih višinah. Za ohranitev te konkurenčne prednosti je treba primarne vire izboljšati s krepitvijo smučarske infrastrukture, ki ostaja najbolj privlačen element, ter z dopolnjevanjem ponudbe z drugimi dejavnostmi na snegu, torej z združevanjem alpskega smučanja z drugimi dejavnostmi.¹⁹

Navzven usmerjena integracija. Vedno večja izbira se lahko doseže ne le z uvajanjem novih dejavnosti na destinaciji (čeprav je to omejeno, saj je povezano z viri na tem območju), temveč še zlasti s sodelovanjem z drugimi destinacijami s pristopom, ki spodbuja integracijo. Posledično imajo korist vsi: počitniški kraji na višjih nadmorskih višinah bodo razširili svojo ponud-

¹⁹ Serfaus (Tirolska), eno izmed najpomembnejših avstrijskih smučarskih središč, ter veliko drugih središč je svoje s smučanjem povezane dejavnosti dopolnilo s ponudbo za otroke (vključno z igrišči in drugimi območji, namenjenimi otrokom). Po drugi strani pa se je St. Moritz (Švica) osredotočil na kulturno dediščino, ko je območje Albula/Bernina predlagal za vključitev na Unescov seznam svetovne dediščine.

bo dejavnosti in znamenitosti, destinacije na nižjih nadmorskih višinah pa bodo imele korist od privlačnosti trga, ki jo ustvarjajo slednji.

Podnebne spremembe kot spodbuda za obnovo

Sicer bodo podnebne spremembe res imele negativen učinek na zimski turizem na srednji oziroma dolgi rok, toda spremembe naravnega okolja in vremenskih razmer lahko jemljemo tudi kot priložnost za hitrejšo

uvedbo strukturnih sprememb, potrebnih za spopadanje s trenutno krizo v turističnem sektorju. Preživetje smučarske industrije ni vprašljivo, vprašljivo je »enostransko izkoriščanje« gorskih območij. Takšen proces lahko načrtujemo in upravljamo vnaprej, če ne pozabimo, da se podnebje, čeprav lahko doživi trajne spremembe, ne bo kar nenadoma spremenilo (Macchiavelli 2006a).



Slika 2.5.1: Zimska pravljica.

B. Erhartič



3

PILOTNE DEJAVNOSTI

3.1 Auronzo di Cadore



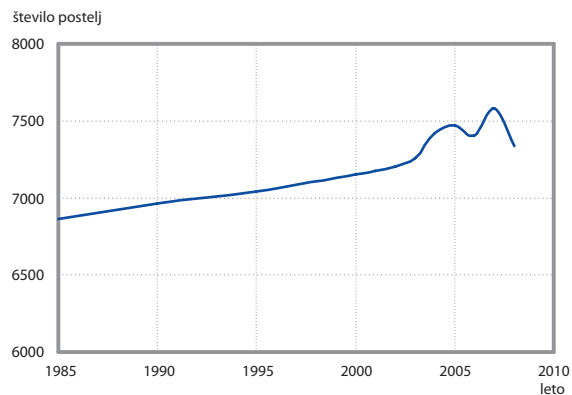
Lokacija: Italija
 NUTS 2: ITD3 Veneto
 NUTS 3: ITD3 Belluno

Površina: 220 km²
 Število prebivalcev: 3584 (leta 2008)
 Število prebivalcev na km²: 16,2
 Najnižja in najvišja nadmorska višina: 800 m/2999 m
 Upravno središče in njegova nadmorska višina: Auronzo di Cadore (864 m)

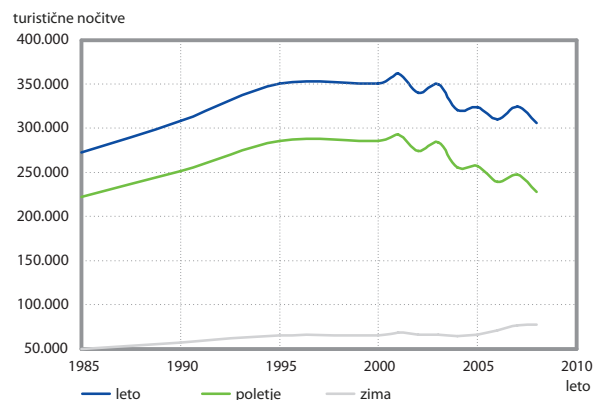
Najbližji dostop na avtocesto: Longarone (47 km)
 Najbližja železniška postaja: Calalzo di Cadore (20 km)
 Najbližji mednarodni letališči: Treviso (118 km), Benetke (138 km)

Dolomiti turizmo

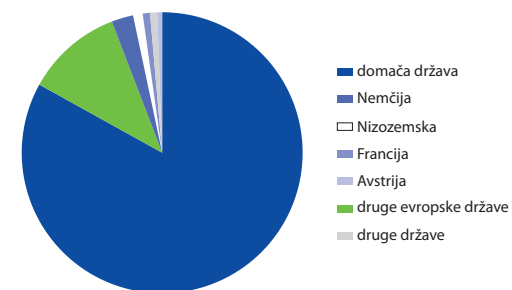
Slika 3.1.1: Pogled na mesto Auronzo di Cadore, v ozadju največja značilnost občine, Tre Cime di Lavaredo.



Slika 3.1.2: Razvoj destinacije glede na število postelj v letih od 1985 do 2008 – Auronzo di Cadore.



Slika 3.1.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1985 do 2008 – Auronzo di Cadore.



Slika 3.1.4: Poreklo poletnih gostov leta 2008 – Auronzo di Cadore.

3.1.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lepota in edinstvenost lokacije: uvrščena na Unescov seznam svetovne dediščine, 85 % površja je opredeljena kot »naravno površje« ali »gozd«, 65 % površja pa spada pod okoljevarstveno območje; • razpolaganje z vodo za izdelavo umetnega snega; • porast zimskega turizma; • lokalni običaji, povezani s turizmom (od 1930); • dobre priložnosti za poletni turizem (treking, pohodništvo, gorsko kolesarjenje, jezera, itd.); • konkurenčne cene (hoteli, restavracije, smučarske karte). 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zmerno naraščajoč negativni selitveni saldo; • starejše prebivalstvo; • nizka tehnološka kakovost; • pomanjkljiv javni prevoz znotraj občine ter v občino; • nizkokakovostni hoteli; • razmeroma dobro razvito smučišče na nižji nadmorski višini ter slabo razvito smučišče na višjih legah; • kratka poletna in zimska turistična sezona; • pomanjkanje skupnega načrtovanja.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potencialne povezave s sosednjimi smučišči (Cortina d'Ampezzo, Super Ski Dolomiti); • razmeroma lahek dostop; • naraščajoče turistično povpraševanje; • lahko se promovirajo najraznovrstnejše dejavnosti in novi športi; • okolju prijazne pobude. 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Številni veliko razvitejši sosednji konkurenti; • v veljavi so zelo strogi okoljski predpisi; • podnebne in demografske spremembe; • svetovna gospodarska kriza: veliko tveganje za finančne naložbe; • vplivi nove infrastrukture na okolje in pokrajino; • počasno prilagajanje novemu turističnemu povpraševanju.

Preglednica 3.1.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Auronzo di Cadore.

3.1.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Auronzo di Cadore 2,51²⁰, kar pomeni, da je dokaj nizka, stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 2,46 (gorsko kolesarjenje)

in 3,06 (tek na smučeh/turno smučanje).²¹ Nabor turističnih proizvodov za Auronzo di Cadore se izrazito osredotoča na športne dejavnosti in obsega tako dejavnosti, povezane z alpskimi poletnimi športi, kot tudi tradicionalne zimske športe. Ranljivi so različni turistični proi-

zvodi, toda pri zimskih športnih aktivnostih so opazne najvišje ravni ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti.

Gospodarski parametri kažejo stabilen razvoj, najbolj ranljivi parametri pa so tisti, povezani z družbenimi in okoljskimi vidiki. Na območju Auronzo di Cadore je indeks starosti 170,53 %, kar pomeni, da se tamkajšnja družba hitro stara. Stopnja okoljske ranljivosti v višini 4,5 pomeni, da je treba ponovno razmisliti o odvisnosti od naravnih virov (še zlasti pri zimskih športih).

Auronzo di Cadore ima srednjo prilagoditveno prožnost (3,25).²² Kljub temu pa je zavedanje nevarnosti zaradi podnebnih sprememb dokaj slabo. Če bi se sprejeli ukrepi za bolj alternativne turistične dejavnosti (ki niso odvisne od snega), obiskovalci zatrjujejo, da bi celo sprejeli višje cene. Strokovnjaki s področja turizma v tej regiji niso enakega mnenja, saj se bojijo, da bo število gostov zaradi tega upadlo. Gastronomija (z lokalnimi proizvodi), upravljanje mineralnih/termalnih voda, zimsko in poletno pohodništvo (krpljanje) ter jezdenje so bili predlagani kot ustrezne alternative za diverzifikacijo ponudbe. Poleg tega bi se lahko uredili prostori za kampiranje za mlade. Omenjena je bila tudi izboljšana promocija same destinacije (propagiranje njenega potenciala v zvezi z naravo in pokrajino).

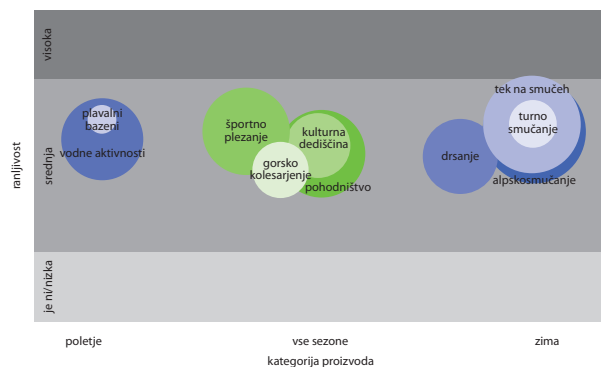
²⁰ Za vse pilotne lokacije v tretjem poglavju velja lestvica za oceno ranljivosti Chaix (2010): 1 = neobstoječa, 2 = nizka, 3 = srednja, 4 = razmeroma visoka, 5 = visoka stopnja ranljivosti.

²¹ Na voljo je bil izčrpen niz podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 13 od 13 parametrov.

²² Zaradi doslednosti je bila uporabljena ista lestvica kot za oceno ranljivosti v tretjem poglavju: 1 = neobstoječa, 2 = nizka, 3 = srednja, 4 = razmeroma visoka, 5 = visoka prilagoditvena prožnost.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Tek na smučeh	Alpski zimski športi	2,51	3,60	3,06	9
Turno smučanje	Alpski zimski športi	2,51	3,60	3,06	2
Plavalni bazeni	Splošni športi na prostem	2,51	3,60	3,06	1
Alpsko smučanje	Alpski zimski športi	2,51	3,40	2,96	10
Plezanje	Alpski poletni športi	2,51	3,40	2,96	7
Vodne aktivnosti	Splošni športi na prostem	2,51	3,20	2,86	6
Kulturna dediščina	Umetnost in kultura	2,51	3,00	2,76	4
Pohodništvo	Pohodništvo/sprehajanje	2,51	2,80	2,66	8
Drsanje	Alpski zimski športi	2,51	2,80	2,66	5
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni športi	2,51	2,40	2,46	3

Preglednica 3.1.2: Skupna ocena ranljivosti – Auronzo di Cadore.



Slika 3.1.5: Nabor turističnih proizvodov – Auronzo di Cadore.

Obiskovalci zatrjujejo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihov izbor dopustniške destinacije, kakovost storitev, raznolikost dejavnosti in izletov, gostoljubnost in kako prisrčna je dobrodošlica. Zanesljivost vremena (sneg pozimi, sonce poleti) so gostje ocenili kot pomembno, toda strokovnjakom se ta parameter zdi dokaj nepomemben.

3.1.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: strategije za razvoj zimskega turizma v italijanski občini Auronzo di Cadore.

Tema druge delavnice: elektronsko orodje DSS: predstavitev predhodnih rezultatov projekta.

Cilji oblikovanja strategij

Glavni cilj je tako kratkoročno kot dolgoročno izboljšati ponudbo Auronza v zimski sezoni. Drugotni cilji so povečati prihod turistov in zmanjšati sezonsko odvisnost.

Strategije

Deležniki so opredelili štiri razvojne strategije:

- trenutno: ni napredka, ni novih vlaganj;
- smučanje: visokotehnoško središče za smuk, izgradnja novih žičnic, nekaj novih hotelov in restavracij ipd., ki bi zaokrožile smučarsko ponudbo;
- alternativne oblike smučanja: nova tipologija smučišč, prosto smučanje, nordijsko smučanje, krpljanje, nekaj novih hotelov in restavracij ipd., ki bi zaokrožile smučarsko ponudbo;
- »poleg dejavnosti na snegu«: opustitev vlaganja v infrastrukturo za smuk (in umetno zasneževanje), Auronzo naj bo destinacija za dobro počutje, nakupovanje, gastronomijo in družinski turizem, ponudil bo več infrastrukture, ki ni povezana zgolj z zimskimi športi (zdravilišča, športno središče ...).

Najboljša strategija je bila »poleg dejavnosti na snegu«. Rezultati kažejo, da bo razvojna strategija, ki ni povezana z zimskošportnimi dejavnostmi, temveč je usmerjena na gostiteljske kapacitete in dvoranske aktivnosti, verjetno imela boljše izide, zlasti pri konkurenčnosti in številu turistov. Ta rezultat se pojavlja dosledno pri različnih scenarijih za prihodnost in je povezan predvsem s spo-

sobnostjo strategije, da gradi na sedanjem turizmu, pri čemer pa upošteva tudi mogoče podnebne, demografske in konkurenčne spremembe. To strategijo je treba povezati z okrepitevijo javnega prevoza, predvsem pa povezati robne predele, saj se bodo potrebe turistov po javnem prevozu znotraj destinacije verjetno občutno povečale.

Ocena

Začetne strategije, ki so jih predlagali organizatorji, so deležniki na prvi delavnici bolj natančno opredelili. Opozorili so na prevoz, ki zahteva več pozornosti. Deležniki so ocenjevali strategije na podlagi več kazalnikov, med njimi inovativnosti in izvedljivosti (prizadeta varovana območja in stroški vlaganj). Strategija za alternativno smučanje je dobila najvišje ocene za inovativnost.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

O prilagajanju na podnebne spremembe ne smemo razmišljati ločeno. Podnebne spremembe dodatno pritiskajo na že tako preobremenjen turistični sistem, ki ima svoje prednosti in slabosti. Medtem ko je turistično povpraševanje prilagodljivo in se vedenje turistov hitro razvija, potrebuje turistična ponudba več časa za načrtovanje svojih dejavnosti, da bi lahko upoštevala družbeno-ekonomske in okoljske omejitve. Vsekakor obstajajo posamezni ukrepi (npr. umetno zasneževanje, načrtovanje smučarskih steza, ipd.), ki jih lahko izkoristijo turistični ponudniki, a najbolj odločilen del prilagoditvenih prizadevanj bodo tako imenovane »načrtovane prilagoditve«. Vseeno pa



I. Valjavec

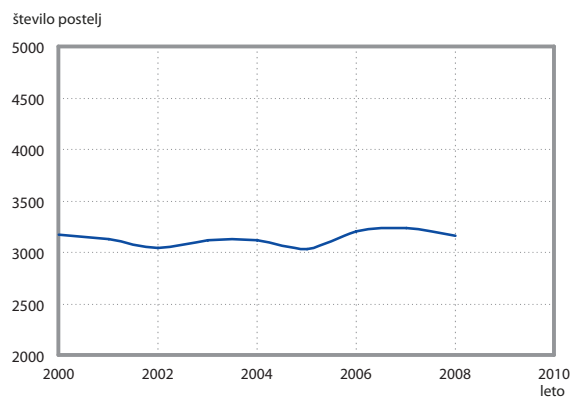
Slika 3.1.6: Tre Cime 'Trije vrhovi' – zaščitni znak Dolomitov.

mora biti izpolnjen naslednji pogoj: Auronzo mora vzpostaviti boljšo sinergijo med različnimi ustanovami, ki sodelujejo pri upravljanju destinacije, in povezati razdrobljene človeške in finančne vire.

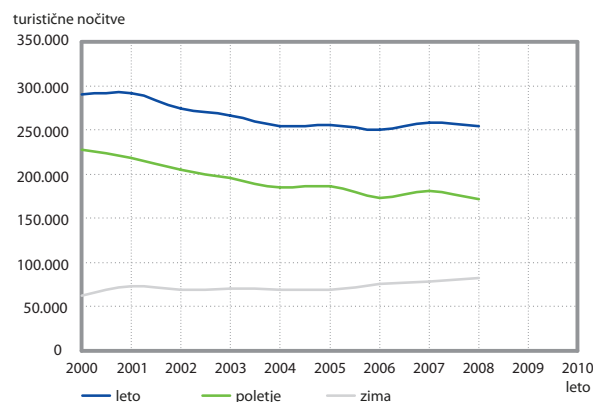
3.2 Presolana-Monte Pora



Slika 3.2.1: Pogled z Monte Pora na gorsko verigo Presolana.



Slika 3.2.2: Razvoj destinacije glede na število hotelskih postelj v letih od 2000 do 2008 – Presolana-Monte Pora.



Slika 3.2.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v hotelih v letih od 2000 do 2008 – Presolana-Monte Pora.

Lokacija: Italija

NUTS 2: ITC4 Lombardia

NUTS 3: ITC46 Bergamo, ITC47 Brescia

Površina: 219 km²

Število prebivalcev: 43.660 (leta 2008)

Število prebivalcev na km²: 199

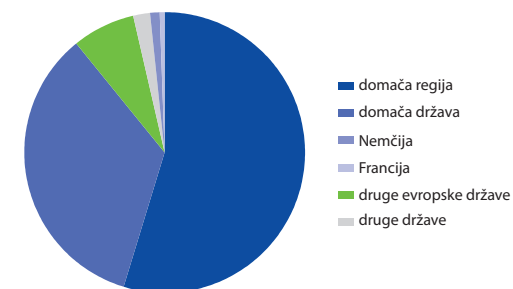
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 185 m/2521 m

Upravni središči in njuna nadmorska višina: Castione della Presolana (870 m), Darfo Boario Terme (218 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Seriate (49 km od Castione della Presolana), Rovato (49 km od Darfo Boario Terme)

Najbližji železniški postaji: Darfo Corna (29 km), Bergamo (45 km)

Najbližji mednarodni letališči: Bergamo (47 km), Milano (103 km)



Slika 3.2.4: Poreklo poletnih gostov v hotelih leta 2008 – Presolana-Monte Pora.

3.2.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • To območje je že od nekdaj zaznamoval turizem, ki je tesno povezan s smučarskim središčem; • dragocena pokrajina in bogati okoljski viri; • dva zdraviliška kraja; • občutna prisotnost industrijskega sektorja (tekstilna in gradbena podjetja) v počitniških krajih, ki so bližje dolini; • na splošno razširjen podjetniški duh; • dobra privlačnost (pozitivni selitveni neto); • v bližini mest Bergamo in Milano ter mednarodnega letališča Orio al Serio. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Smučišča so na nižjih legah in so zato močno odvisna od količine zapadlega snega; • slaba sistemska integracija dejavnosti in storitev, ki so na voljo turistom; • pomanjkanje visokokakovostnih nastanitvenih objektov; • zdi se, da imajo hoteli težave z večanjem kapitala, zaradi česar s težavo vlagajo; • močan vpliv zasebnih apartmajev in vikendov; • v zadnjih desetih letih sta se zmanjšala število turistov in povprečen čas obiska; • velik <i>digitalni razkorak</i>; • panoge se zaradi mednarodne konkurence soočajo s strukturno krizo.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povečanje dodane vrednosti naravnih virov in značilnih poljedelskih pridelkov; • priložnost za vključitev gozdarstva in kmetijstva v turistični sektor; • priložnost za promocijo gorskega turizma, skupaj z zdraviliškim turizmom in turizmom, ki se osredotoča na naravne in kulturne znamenitosti; • na tem območju živi nadpovprečno število mladih ljudi, kar ustvarja ugodne razmere za dinamičen sodoben razvoj podjetništva; • posodobitev mednarodnega letališča Orio al Serio, ki služi kot osrednje vozlišče za turiste tako iz Italije kot iz tujine. 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistične storitve so manj konkurenčne kot na drugih podobnih območjih; • zamuda pri prilagajanju ponudbe storitev spremembam, ki vplivajo na turistični trg; • turističnemu podjetništvu primanjkuje energije; • pomanjkanje finančnih sredstev, s katerim se spopadajo občine, lahko sproži porast števila vikendov; • velika nevarnost zemeljskih plazov in poplav zaradi pomanjkanja primernih preventivnih ukrepov; • nevarnost marginalizacije na trgu zaradi pomanjkljive tehnološke inovacije, nezadostne ravni poklicnega usposabljanja ter večje ranljivosti zaradi krize, ki vpliva na industrijski sektor; • gost promet.

Preglednica 3.2.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Presolana-Monte Pora.

²³ Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 12 od 13 parametrov.

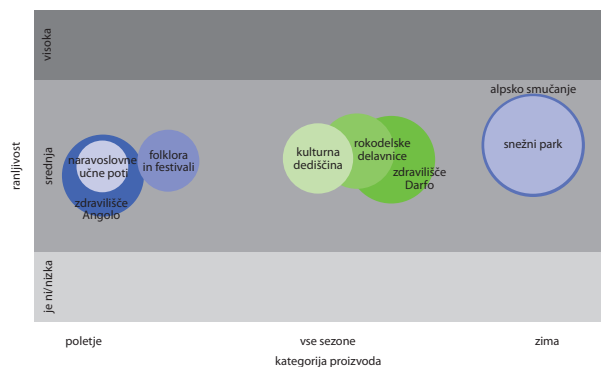
3.2.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Presolana-Monte Pora 2,22, kar pomeni, da je dokaj nizka, stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 2,60 (toplice) in 3,40 (alpsko smučanje).²³ Nabor turističnih proizvodov za Presolana-Monte Pora je zelo raznolik in obsega alpske zimske športne aktivnosti, umetnost in kulturo, wellness in doživetja v naravi. Ranljivi so različni turistični proizvodi, toda pri zimskih športnih aktivnostih so opazne najvišje stopnje ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti. Na vseh treh področjih ranljivosti lahko izpostavimo kritične parametre (gospodarske, družbene in okoljske). Čeprav destinacija hitro raste (40-odstotna porast števila postelj od 2002 do 2008), strokovnjaki ocenjujejo, da so splošni naložbeni pogoji in naložbeni pogoji za nove okoljske projekte dokaj slabi. Menijo, da bi se lahko občutek pripadnosti skupnosti in sodelovanje v skupnosti na tej destinaciji še izboljšala. Sicer pa ima destinacija z ocenjeno stopnjo v višini 3 ali 4 (odvisno od smučarskega središča) nadpovprečno stopnjo ranljivosti v zvezi z odvisnostjo od naravnih virov.

Prilagoditvena prožnost območja Presolana-Monte Pora je nekoliko pod povprečjem (2,91). Približno 40 % obiskovalcev se zaveda vse večje nevarnosti zaradi podnebnih sprememb. Vsaj 23 % obiskovalcev bi bilo pripravljenih sprejeti višje stroške turističnih storitev, da bi se lahko sprejeli prilagoditveni ukrepi. Gastronomija (z lokalni-

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Alpsko smučanje	Alpski zimski športi	2,22	3,40	2,81	10
Snežni park	Alpski zimski športi	2,22	3,40	2,81	9
Rokodelske delavnice	Stare šege/navade	2,22	3,20	2,71	6
Zdravilišče Darfo	Wellness/toplice/zdravje	2,22	3,00	2,61	8
Kulturna dediščina	Umetnost in kultura	2,22	3,00	2,61	5
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,22	3,00	2,61	4
Naravoslovne učne poti	Doživetja v naravi	2,22	2,80	2,51	3
Zdravilišče Angolo	Wellness/toplice/zdravje	2,22	2,60	2,41	7

Preglednica 3.2.2: Skupna ocena ranljivosti – Presolana-Monte Pora.



Slika 3.2.5: Nabor turističnih proizvodov – Presolana-Monte Pora.

mi proizvodi in gastronomskimi prireditvami), valorizacija alpskih pašnikov in nadaljnji razvoj turističnih proizvodov za mlade so bili predlagani kot ustrezne alternative za diverzifikacijo ponudbe.

Obiskovalci trdijo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihov izbor dopustniške destinacije, kako-

vost storitev, raznolikost dejavnosti in izletov, gostoljubnost in kako prisrčna je dobrodošlica. Obiskovalci priporočila drugih ljudi ocenjujejo kot manj pomembna ali pomembna, strokovnjaki pa menijo, da je ta parameter zelo pomemben pri izboru dopustniške destinacije.

3.2.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: razvoj turističnih strategij in ukrepov na nižje in srednje ležečih alpskih destinacijah v Lombardiji.

Tema druge delavnice: opredelitev turističnih razvojnih strategij za pilotno lokacijo.

Namen in cilji

Območje je že več let znano kot turistična destinacija za družinske dopuste: za poletja so bili značilni dolgi obiski, zlasti v počitniških hišicah, za zimo pa smučarski

dopusti in krajši obiski na izbranih območjih. Za doseganje sprememb v turističnih trendih in pričakovanjih je po eni strani potrebno, da se lokalno prebivalstvo in organizatorji potovanj bolj zavedajo novih potreb turistov; če pa želimo omogočiti nove storitve in infrastrukturo, pa je po drugi strani potrebna večja naložbena zmogljivost, če upoštevamo, da se zadnja leta prihodki iz turizma zmanjšujejo.

V ta namen imajo strategije, ki se izvajajo, tri glavne cilje:

- povečanje kulturne zavesti in strokovnih sposobnosti organizatorjev potovanj in lokalnega prebivalstva kot predpogoj za izboljšanje zmoglosti tega območja, da sprejme turiste;
- promocija obstoječih virov, ki v trenutnem upravljalnem modelu še niso bili ustrezno izrabljeni;
- bolj raznolika ponudba storitev – kar pa mora ustrezati naložbeni zmogljivosti na tem območju.

Strategije

Oblikovanje kulture gostoljubnosti:

- usposabljanje lokalnega prebivalstva, vključno z uporabo lokalnih medijev in tekmovanj za promocijo boljše skrbi za videz počitniške destinacije (npr. balkon z najlepšimi rožami, najlepša izložba itd.). Sodelovanje s šolami za širjenje tovrstne kulture med mladimi;
- usposabljanje za organizatorje potovanj, ki zajema lokalne ekskurzije za spodbujanje globljega in bolj raznolikega poznavanja lokalne kulture in pokrajine, vključno

z uporabo tehnologij in organizacije ekskurzij na druge destinacije s podobnim tržnim položajem.

Razbremenjevanje dohodnega in odhodnega prometa s promocijo novih oblik mehke mobilnosti:

- boljši dostop na območje. Izboljšanje učinkovitosti javnega prevoza (kar zadeva urnike, povezave in informacije) v največji možni meri in spodbujanje boljšega sodelovanja med zasebniki (npr. lastniki hotelov) glede upravljanja povezav z milanskim mednarodnim letališčem Orio al Serio,
- storitve na območju. Razvoj pobud za zmanjšanje uporabe osebnih vozil (npr. prepoved prometa v zgodovinskih mestnih jedrih, pogodbeno dogovorjene cene za taksije ali lokalne avtobuse, ki turiste peljejo do glavnih znamenitosti, ter morebitna povezava z gondolo med občino Castione della Presolana in smučarskim središčem Monte Pora).

Poudarjanje glavnih značilnosti počitniškega območja in diverzifikacija dejavnosti s pomočjo omrežnega povezovanja turističnih znamenitosti na območju:

- opredelitev najrazličnejših znamenitosti na območju in njihovo omrežno povezovanje (po tematskih sklopih, kot so kultura, okolje, hrana in vino ter šport), hkrati pa promocija določene teme, ki je značilna za to območje. Tako se bodo lahko zbrali viri, ki bodo ponujenim znamenitostim dodali vrednost, naložbe pa se bodo osredotočale zgolj na območja, za katera je verjetno, da bodo bolj dobičkonosna;

- diverzifikacija ponujenih dejavnosti s pomočjo sodelovanja z bližnjimi letovišči (npr. smučarskimi središči ali letovišči ob jezerih na sosednjih območjih).

Povečevanje produktivnosti z upoštevanjem števila razpoložljivih postelj v hotelih in še zlasti v apartmajih:

- ustavitev hotelske ponudbe, ki je vezana na letni čas, in uporaba teh hotelov za določene dejavnosti, ki jih je mogoče organizirati (npr. kulturni dogodki, konference, itd.);
- uvedba novih organizacijskih in tržnih modelov za promocijo najema počitniških hišic za krajši dopust, tudi z neposrednim vključevanjem lastnikov. Cilj je povečanje skupnega števila obiskov turistov v letovišču.

Ocena

Z izjemo gondole, za katero bodo potrebne natančne raziskave glede izvedljivosti in trajnosti, so za strategije in pobude, ki jih predvidevata zgornji točki, potrebne omejene naložbe; te strategije se zlahka uresničijo v krajšem ali srednjem roku, dokler jih podpirajo in izvajajo lokalni ponudniki storitev.

Poudarjanje glavnih značilnosti letovišč in diverzifikacija znamenitosti s pomočjo sodelovanja z bližnjimi letovišči se lahko izvajata le srednje- ali dolgoročno. Strošek teh pobud bo dokaj visok, plega tega pa se bodo morale nujno izvajati na podlagi javno-zasebnega partnerstva. V vsakem primeru pa se lahko visokokakovostne storitve in večja raznolikost turističnih znamenitosti zagotavljajo le z viri, ki so na voljo zaradi omrežnega povezovanja.

Cilj zagotavljanja hotelske ponudbe, ki ni odvisna od letnega časa, je deloma povezan s pobudami, ki se lahko dosežejo z zgoraj opisanimi ukrepi, čeprav je učinkovitost širše povezana z zmožnostjo posameznih hotelirjev oziroma konzorcijev, da izvajajo in promovirajo strategijo. Očitno je, da počitniške hišice, ki imajo že več desetletij močan vpliv na tem območju, ovirajo turistični razvoj območja. Če želijo pobude učinkovito povečevati produktivnost teh enot, morajo temeljiti na novih omejitvah glede gradnje počitniških hišic, ki bi jih uvedle posamezne občine, in na neposredni udeležbi lastnikov.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Glavni predpogoj za uvedbo in izvedbo zgoraj navedenih strategij je boljše sodelovanje med javnimi in zasebnimi ponudniki storitev na tem območju, ki bi bilo usmerjeno v izvajanje skupnih strategij. V ta namen bo treba določiti vodjo procesa, ki bo:

- deloval kot zakoniti posrednik, ki ga priznavajo vse vključene stranke;
- usklajeval skupne strategije vseh glavnih deležnikov;
- poskrbel, da imajo vsi vpleteni možnost sodelovati in tudi sodelujejo pri izvajanju teh strategij;
- nadzoroval njihovo izvedbo in rezultate.

3.3 Renon/Ritten



Slika 3.3.1: Pokrajina Renon/Ritten.

Lokacija: Italija

NUTS 2: ITD1 Provincia Autonoma Bolzano/Bozen (Trentino-Alto Adige/Südtirol)

NUTS 3: ITD10 Bolzano/Bozen

Površina: 111 km²

Število prebivalcev: 7430 (leta 2008)

Število prebivalcev na km²: 67

Najnižja in najvišja nadmorska višina: 256 m/2260 m

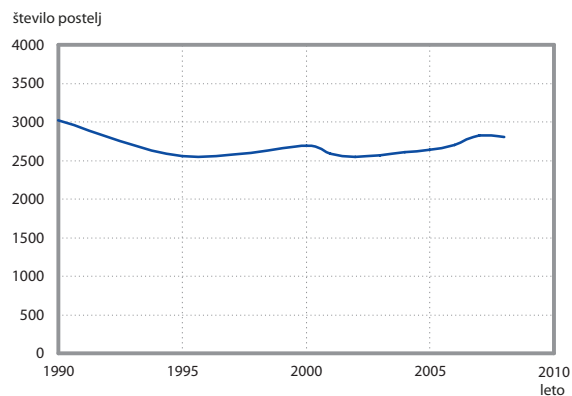
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Renon/Ritten (1198 m)

Dostop z vzpenjačo iz središča Bolzana/Bozna

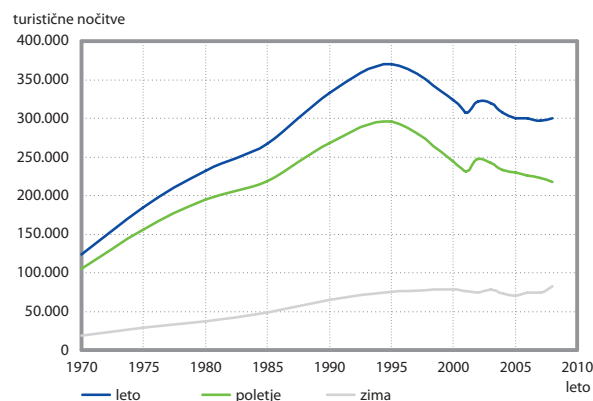
Najbližji dostop na avtocesto: Bolzano/Bozen (17 km)

Najbližja železniška postaja: Bolzano/Bozen (11,5 km)

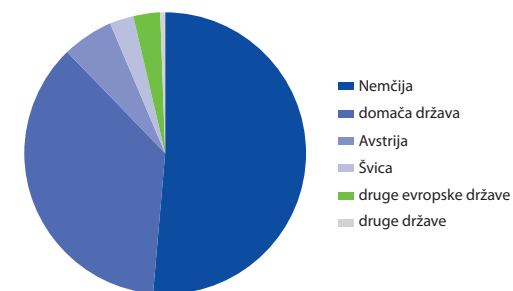
Najbližje mednarodno letališče: Bolzano/Bozen (13 km)



Slika 3.3.2: Razvoj destinacije glede na število postelj v letih od 1990 do 2008 – Renon/Ritten.



Slika 3.3.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1970 do 2008 – Renon/Ritten.



Slika 3.3.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Renon/Ritten.

3.3.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dolga, ukoreninjena tradicija poletnega turizma z ugodnim podnebjem in majhno količino padavin poleti (podobno kot na drugih območjih na Južnem Tirolskem); • smučišče leži na najvišjem delu destinacije; • zimski turizem se je do zdaj razvijal kot »mehki« turizem, za družine in s široko ponudbo dejavnosti, ki niso povezane s smučanjem; • destinacija ponuja enkratne razglede po bližnjih gorah; • destinacija je dostopna brez uporabe osebnih vozil, in sicer z uporabo sodobne kabinske žičnice. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • V zadnjih letih ni bilo rednih zimskih padavin; • gozdna meja se nenehno viša; • na destinaciji primanjkuje vodnih virov; • destinacija do zdaj še ni popolnoma razvila svojega potenciala za proizvodnjo umetnega snega.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zaradi višjih temperatur v dolini bo naraslo število obiskovalcev v poletni sezoni; • zaradi lege smučarskega območja na višjih nadmorskih višinah bo manjša verjetnost pomanjkanja snega; mogoča je tudi širitev smučišča ob upoštevanju dejstva, da se destinacija osredotoča na poletni turizem; • promocija trajnostne mobilnosti in dopustov brez avtomobilov. 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negotovost glede padavin v prihodnosti lahko vpliva na floro in favno; • zaradi višjih temperatur in pomanjkanja vodnih virov na destinaciji bo umetno zasneževanje v prihodnosti težje; • druga območja, ki so bila do zdaj poleti premrzla, bodo postala konkurenčna na trgu »osvežujočih« poletnih počitnic z wellnessom.

Preglednica 3.3.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Renon/Ritten.

3.3.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Renon/Ritten 2,11, kar pomeni, da je dokaj nizka²⁴. Stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 2,26 (gorsko kolesarjenje/gastronomija) in 2,86 (športna tekmovanja) in so si dokaj blizu. Nabor turističnih proizvodov za Renon/Ritten je močno usmerjen v športne aktivnosti in zajema aktivnosti s področja alpskih/splošnih poletnih in zimskih športov ter športna tekmovanja. Ranljivi so različni turistični proizvodi, toda pri športnih tekmovanjih in alpskem smučanju so opazne najvišje stopnje ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti.

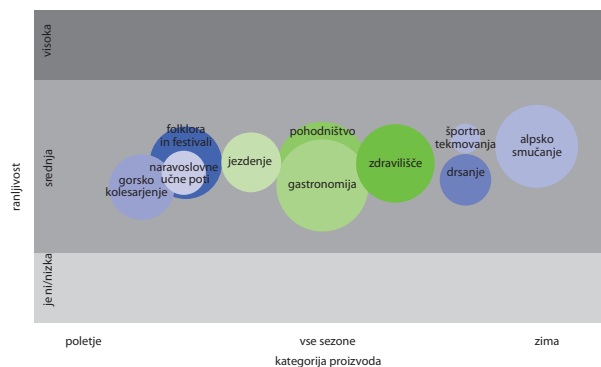
5-odstotna stopnja rasti BDP med 2002 in 2008 je zelo nizka in zaradi nje je povečana ranljivost destinacije. Večina ostalih parametrov (družbenih in okoljskih) stopnjo ranljivosti znižujejo. Toda na žalost ni bilo mogoče upoštevati veliko parametrov in zato je ocena ranljivosti dokaj nenatančna. Pri tej lokaciji je zanimivo to, da prebivalstvo postaja vse mlajše (indeks starosti je 76,67%), kar je v nasprotju z večino ostalih pilotnih lokacij.

Renon/Ritten ima nekoliko nadpovprečno prilagoditveno prožnost (3,28). Na spremembe strategij zaradi trajnostnih in okoljskih meril se gleda kot na priložnost za razvoj destinacije.

²⁴ Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 8 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Športna tekmovanja	Športna tekmovanja/dogodki	2,11	3,60	2,86	1
Alpsko smučanje	Alpski zimski športi	2,11	3,40	2,76	8
Zdravilišča	Wellness/toplice/zdravje	2,11	3,00	2,56	7
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,11	3,00	2,56	6
Jezdenje	Splošni športi na prostem	2,11	3,00	2,56	4
Pohodništvo	Pohodništvo/sprehodi	2,11	2,80	2,46	10
Naravoslovne učne poti	Doživetja v naravi	2,11	2,80	2,46	2
Drnanje	Alpski zimski športi	2,11	2,60	2,36	3
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,11	2,40	2,26	9
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni športi	2,11	2,40	2,26	5

Preglednica 3.3.2: Skupna ocena ranljivosti – Renon/Ritten.



Slika 3.3.5: Nabor turističnih proizvodov – Renon/Ritten.

3.3.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 1

Tema delavnice: razvoj strategij in proizvodov.

Namen in cilji

Po tradiciji je najpomembnejša poletna sezona: ljudje v vroči Bolzanski dolini že več let poznajo Renon/Ritten kot poletno zdraviliško destinacijo (ki ponuja poletno osvežitev). Zimski turizem je razmeroma šibek. Majhno smučarsko središče Corno del Renon obiskujejo domačini iz okolice Bolzana in družine. Podnebne spremembe so že negativno vplivale na zimski turizem, proge za tek na smučeh pa so z nižjih nadmorskih višin že prestavili na vrh območja Corno del Renon. Udeleženci delavnice želijo ohraniti zimski turizem na območju Corno del Renon, a obenem poudarjajo, da bi se moral nadalj-

nji razvoj osredotočati na poletni turizem. V tem pogledu na ugodno podnebje z najvišjimi poletnimi temperaturami pod 30 stopinj in lahko dostopnost destinacije gledajo kot na ključna dejavnika za uspeh v prihodnosti.

Strategije

Na delavnici o strategijah so se poleg ohranjanja zimske sezone obravnavale tri izjemno pomembne teme pod skupnim imenom »mehke poletne počitnice«: zdravje, mobilnost in gastronomija. Na teh stvareh bo glavni poudarek pri nadaljnjem strateškem načrtovanju in razvoju proizvodov.

Zdravje: da bi lahko Renon/Ritten uvrstili med zdraviliške destinacije, je po mnenju udeležencev potreben nadaljnji strateški razvoj proizvodov. Ena izmed nalog je izboljšanje sodelovanja med kmetijstvom in turizmom, kar se obravnava kot osnova za nadaljnje izboljšanje zdravega načina prehranjevanja turistov in domačinov. Prav tako se predvideva razvoj obsežnih dejavnosti, ki vključujejo nadzorovano telovadbo za krepitev zdravja. Da bi lahko Renon/Ritten uvrstili med zdraviliške destinacije in destinacije »alpskega wellnessa«, bodo v prihodnje nudili alpsko zdravljenje, kot so na primer kopeli iz trave. Osnovni pogoj je zaščita »zdravilne« pokrajine in zdravega okolja na območju Renon/Ritten.

Mobilnost: območje Renon/Ritten je dostopno s sodobno gondolo visoke zmogljivosti, ki vozi iz središča Bolzana. Prav tako je na voljo zgodovinski tramvaj, ki povezuje

glavna naselja na območju Renon/Ritten z gondolo, ki vozi na Corno del Renon. Pred nedavnim uvedena kartica mobilnosti turistom omogoča potovanje znotraj destinacije in po vsej Južni Tirolski brez dodatnih stroškov. To bo turiste spodbudilo, da potujejo brez avtomobila. Še bolj se bo torej izboljšal avtobusni prevoz in celo razpoložljivost taksijev. Da bi se območje Renon/Ritten še bolje predstavilo kot destinacija z mehko mobilnostjo, je v načrtu javna promocija e-mobilnosti.

Gastronomija: nosilci odločitev so poudarili, da jasnost in varnost postajata ljudem vse pomembnejši. Regionalna kuhinja in regionalni proizvodi so ena izmed oblik odziva na te zahteve, hkrati pa lahko pomagajo krepiti lokalne in regionalne gospodarske cikle. Da se lahko to območje razlikuje od sosednjih destinacij, bodo razvile lokalne specialitete, kot so govedina in jedi s sušenimi hruškami (imenovanimi *Kloatzle*).

Ocena

Tukaj predstavljena strategija je bila na destinaciji izdelana pred nekaj meseci. Od takrat so bili sprejeti prvi pomembni ukrepi za uresničitev zastavljenih ciljev, kot je na primer uvedba kartice mobilnosti, ki je omenjena zgoraj. Sodelovanje med občino, turistično zvezo in ponudniki storitev poteka zelo dobro. Strateški načrtovalci so določili osem delovnih skupin, ki bodo v naslednjem mesecu intenzivno delale na strateškem razvoju proizvodov. Tako lahko ocenjujemo, da so možnosti za uresničitev zastavljenih ciljev zelo dobre.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Deležniki v turizmu in občina bodo svoje delo nadaljevali ob upoštevanju opredeljenih tem. V prihodnjih letih bo treba narediti še veliko za nadaljnji razvoj novih in obstoječih tem. Sodelovanje med kmetijstvom in turizmom je bilo na drugih destinacijah kljub jasnim kori-

stim za obe področji pogosto neuspešno, na primer zaradi pomanjkanja medsebojnega razumevanja. Morda bo potreben posrednik, ki bo strukturiral in nadzoroval proces, s pomočjo katerega se bosta obe skupini učili druga od druge.



Slika 3.3.6: Alpska svežina.

B. Erhartič

3.4 Valgrisenche



Slika 3.4.1: Panoramski pogled na umetno jezero Valgrisenche.

Lokacija: Italija

NUTS 2: ITC2 Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste

NUTS 3: ITC20 Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste

Površina: 113 km²

Število prebivalcev: 188 (leta 2008)

Število prebivalcev na km²: 1,6

Najnižja in najvišja nadmorska višina: 1510 m/3660 m

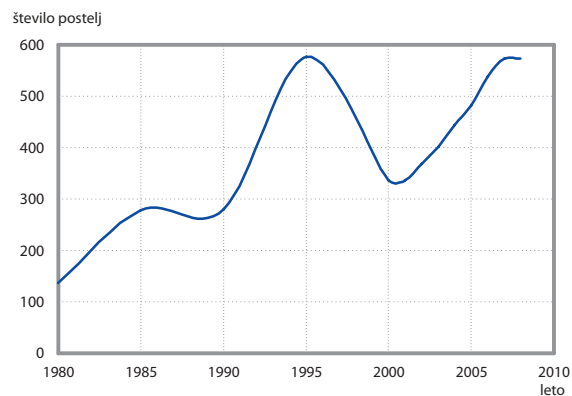
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Valgrisenche (1660 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Aosta (23 km)

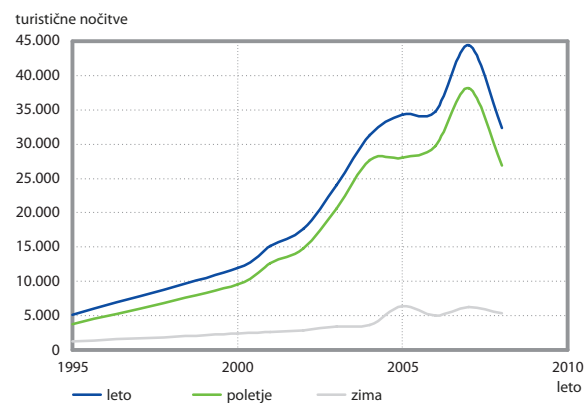
Najbližja železniška postaja: Arvier (15 km)

Najbližje mednarodno letališče: Torino (147 km)

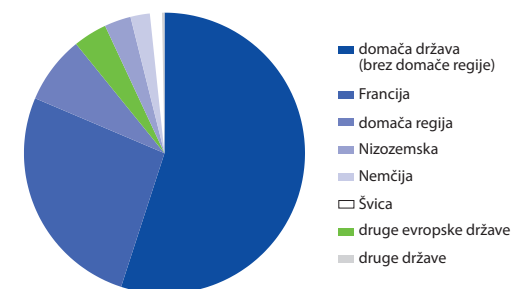
D. Camisasca, PAVVA arhiv



Slika 3.4.2: Razvoj destinacije glede na število postelj v letih od 1980 do 2008 – Valgrisenche.



Slika 3.4.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1995 do 2008 – Valgrisenche.



Slika 3.4.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Valgrisenche.

3.4.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokacija glede na glavno dolino in najbližji večji turistični kraj: Gran Paradiso, gorska skupnost Valdigne – Monte Bianco; • ledenik Ruito; • odlična lokacija za heliski; • poletno pohodništvo; • nedotaknjena divja pokrajina; • pohodniške poti in kampi; • cenovno ugodne dejavnosti za družinski turizem; • mirna in tiha lokacija; • tradicija, obrt in značilni izdelki (tkanine); • ugodne vremenske razmere v zimski sezoni; • pristni odnosi med turisti in lokalnim prebivalstvom (ni množičnega turizma); • umetno zasneževanje; • povečevanje obsega poletnega turizma; • tematski izleti; • organizacija športnih dogodkov; • veliko lokalnih društev in klubov • nišna ponudba. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Snežna odeja ni zanesljiva (ni sistemov umetnega zasneževanja); • nočna zabava; • ni usklajene promocije in izoblikovanih promocijskih strategij; • malo zasebnih turističnih ponudnikov; • ni javnega prevoza ob nedeljah in storitev »na zahtevo«; • stari hoteli in nastanitveni objekti; • potreba po vlaganju v obnovo nastanitvenih objektov; • ni brezžične internetne povezave; • slaba usklajenost turističnih ponudnikov; • slabo razvit zimski turizem; • malo mladih lokalnih turističnih podjetnikov; • staranje prebivalstva in splošno upadanje števila prebivalstva; • ni mladih družin zaradi pomanjkanja vrtcev in služb; • hladna poletja; • oddaljenost primarnih storitev • kratek obisk.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Urejanje območja jezuz; • gorsko kolesarjenje »off-road«; • športna tekmovanja in dejavnosti na visoki ravni; • mreženje obstoječih virov; • razvoj nišnih proizvodov; • mreženje turističnih ponudnikov in deležnikov; • turistične kmetije; • končna ureditev in izboljšanje ponudbe prog za tek na smučeh; • zamenjava žičnic; • oblikovanje in izdelava novih značilnih proizvodov; • ponovno ovrednotenje območja jezuz; • tuji vodiči in turisti pomladi in poleti (širok trg); • boljše zasedenost vikend hišic; • boljše sodelovanje z drugimi občinami; • bogata sodobna kulturna in umetniška dediščina (veliko umetnikov na lokaciji). 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokacija ne vključuje narodnega parka Gran Paradiso; • nezanesljiv prihodek; • previsoki stroški prebivanja na lokaciji (gorivo in kurjava); • razmere po rušitvi jezuz; • skromen prihodek od turistov; • neugodna lega glede na glavne prometne povezave in večja mesta; • lokalni turistični davek.

Preglednica 3.4.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Valgrisenche.

3.4.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Valgrisenche 3,30, kar pomeni, da je nadpovprečna, stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 2,45 (lokalni proizvodi) in 3,55 (heliski)²⁵. Nabor turističnih proizvodov za Valgrisenche je močno usmerjen v športne aktivnosti ter zajema aktivnosti s področja alpskih poletnih in zimskih športov in pohodništvo. Ranljivi so različni turistični proizvodi, toda pri alpskih zimskih športih so opazne najvišje stopnje ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti.

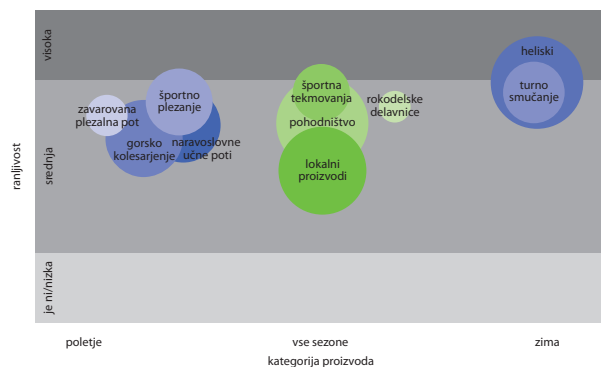
Valgrisenche je imel med leti 2002 in 2008 negativno stopnjo rasti BDP, kar je še povečalo njegovo gospodarsko ranljivost. Število postelj je med letoma 2002 in 2008 naglo naraščalo (71 %). Zaradi kombinacije velike turistične intenzivnosti in velikega števila zaposlenih v turizmu lahko na tej destinaciji opazimo veliko gospodarsko odvisnost od turizma. Indeks starosti je 277,78 %, kar pomeni, da je družba stara in da se še naprej stara, kar povečuje njeno stopnjo družbene ranljivosti.

Valgrisenche ima nizko prilagoditveno prožnost (2,29), kar je predvsem posledica gospodarske situacije na destinaciji. Kljub temu deležniki menijo, da bodo spremem-

²⁵ Na voljo je bil izčrpen niz podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 13 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Heliski	Alpski zimski športi	3,30	3,80	3,55	10
Turno smučanje	Alpski zimski športi	3,30	3,60	3,45	5
Športna tekmovanja	Športna tekmovanja/dogodki	3,30	3,60	3,45	3
Plezanje	Alpski poletni športi	3,30	3,40	3,35	4
Rokodelske delavnice	Stare šege in navade	3,30	3,20	3,25	1
Via ferrata	Tematsko pohodništvo	3,30	3,00	3,15	2
Pohodništvo	Pohodništvo/sprehodi	3,30	2,80	3,05	9
Naravoslovne učne poti	Doživetja v naravi	3,30	2,80	3,05	7
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni športi	3,30	2,40	2,85	6
Lokalni proizvodi	Vrhunske restavracije	3,30	1,60	2,45	8

Preglednica 3.4.2: Skupna ocena ranljivosti – Valgrisenche.



Slika 3.4.5: Nabor turističnih proizvodov – Valgrisenche.

be pri strategiji lokalnega turizma, ki jih povzroča skrb zaradi podnebnih sprememb, ugodno vplivale na njihovo organizacijo in da obstoječi predpisi za zaščito okolja pozitivno vplivajo na nove razvojne projekte. Vloga okoljevarstvenih in nevladnih socialnih organizacij je bila prav tako ocenjena pozitivno.

3.4.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: oblikovanje strategij prilagajanja na podnebne spremembe in njihov vpliv na alpski turi-

zem na delavnicah NetSyMod, z analizo Swot in aplikacijo DSS/e-tool²⁶, ki jo je razvila beneška Università Cà Foscari.

Tema druge delavnice: oblikovanje strategij po meri za alpsko turistično destinacijo, ki so jo že prizadele podnebne spremembe, in sicer na delavnicah NetSyMod, z analizo Swot in aplikacijo DSS/e-tool, ki so jo preizkusili s podporo RAVA Env in RAVA Tour.

Namen in cilji

Posamezne prilagoditvene strategije so namenjene uravnoteženju turističnih sezon. Prednosti pilotne lokacije so nedotaknjena narava, lega, elitni gosti ter ljudska tradicija in obrt. Valgrisenche je trenutno bolj usmerjen v poletni turizem, zaradi česar ni veliko vlagan v turistično panogo. Oblikovanje prilagoditvenih strategij upošteva podnebne spremembe in je usmerjeno v reševanje tega problema.

Na družbenem in gospodarskem področju je namen prilagoditvenih strategij preprečiti odseljevanje s podeželja s pomočjo trajnostnih rešitev, ki bi ustvarile nova delovna mesta.

Prilagoditvene strategije so namenjene tudi izboljšanju lokalnega in medkrajevnega javnega prevoza, s čimer bi lahko odgovorili na pričakovano rast turizma.

²⁶ Več informacij o aplikaciji na spletni strani projekta.

Strategije

Z uporabo analize Swot in DSS/e-tool so lokalni akterji predstavili predloge za turistično panogo in gospodarski razvoj območja, ki ga bodo v prihodnosti prizadele podnebne spremembe.

Opredelili so tri vodilne strategije za razvoj turizma: prva je močno usmerjena v promocijo športnih dejavnosti (Valgrisenche: športni raj), druga v kulturno ponudbo in tradicijo (Valgrisenche: preprosto čudovita) in tretja v družino (Valgrisenche: za vsakogar).

Lokalni deležniki so poudarili pomembnost bolj trajnostnih vidikov alpskega turizma (npr. naravo, kulturo, gastronomijo in wellness) in pomen dobrih odnosov med državljani, združenji in ustanovami.

Mehke razvojne strategije so boljše od intenzivnih, saj so dolgoročno usmerjene v trajnostni razvoj in manj bremenijo okolje.

Ocena

Opravljena je bila ponderirana ocena strategij na podlagi naslednjih parametrov: stroški okoljskih vplivov na lokalno gospodarstvo, vplivi na turizem, inovacije, vpliv na okolje, izvedljivost in trajnostni vidiki.

Kot prednostni nalogi sta bili izpostavljeni izboljšanje in integracija ponudbe turističnih dejavnosti. Razvoj smučišča bi moral potekati vzporedno s promocijo lokalnih

proizvodov, kulturnega turizma in trajnostne mobilnosti. Razvoj turizma bi lahko postal združljiv z dolgoročnim trajnostnim razvojem.

Promocija lokalnih izdelkov je nujna za zagotovitev neposrednega pozitivnega učinka na gospodarstvo lokacije: povečanje obsega elitnega športnega turizma je verjetno najboljša rešitev za vzpostavitev konkretnih učinkov na lokalni sistem, obenem pa bo omejilo odseljevanje.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Deležniki so oblikovali naslednje smernice:

- upoštevanje podnebnih sprememb kot pomembnega dela turizma in regionalnega načrtovanja;
- izboljšanje prometnega sistema za zagotovitev učinkovite povezave tudi za turistične potrebe;
- spodbujanje in izboljšanje ponudbe regionalnih turističnih dejavnosti.

Sodelujoči so za projekt pokazali veliko zanimanje. Na delavnicah so organizatorji ozaveščali o podnebnih spremembah in omogočili stik med deležniki.

3.5 Zgornje Posočje



Lokacija: Slovenija
NUTS 2: SI02 Zahodna Slovenija
NUTS 3: SI021 Goriška

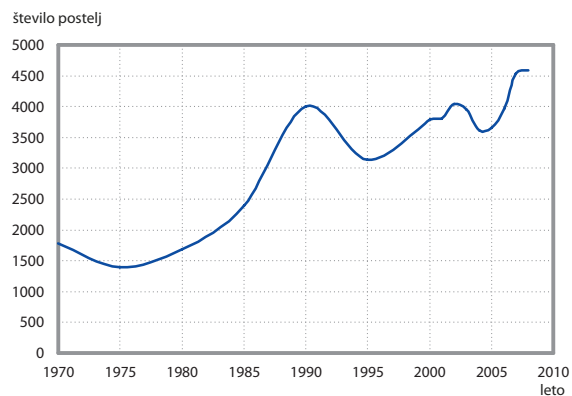
Površina: 941 km²
Število prebivalcev: 19.700 (leta 2008)
Število prebivalcev na km²: 21
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 109 m/2864 m
Upravna središča in njihova nadmorska višina: Bovec (460 m), Kobarid (235 m), Tolmin (201 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Nova Gorica (40 km od Tolmina)

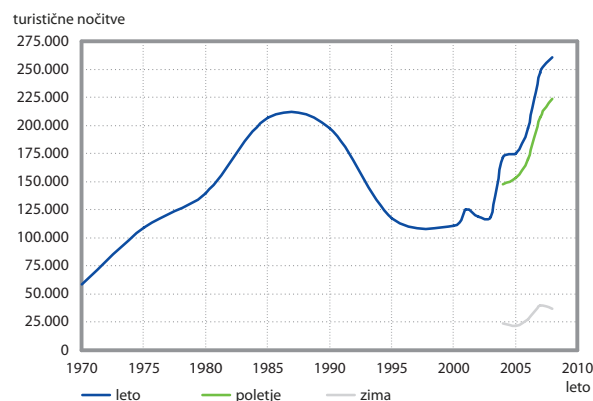
Najbližji železniški postaji: Jesenice (68 km od Bovca), Most na Soči (7 km od Tolmina)

Najbližje mednarodno letališče: Ljubljana (92 km od Tolmina)

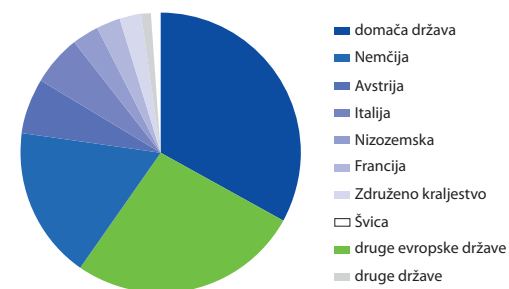
Slika 3.5.1: Most na Soči in Tolmin – vstop v Zgornje Posočje.



Slika 3.5.2: Razvoj destinacije glede na število postelj v letih od 1970 do 2008 – Zgornje Posočje.



Slika 3.5.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1970 do 2008 – Zgornje Posočje.



Slika 3.5.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Zgornje Posočje.

3.5.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na visokogorsko smučišče Kanin podnebne spremembe z vidika pomanjkanja snega bistveno ne vplivajo; • povezanost visokogorskega smučišča smučišče Kanin z italijanskim smučiščem Sella Nevea; • intenzivna rast števila prenočišč; • poletna turistična sezona izrazito prevladuje nad zimsko turistično sezono; • razviti programi aktivnih počitnic in športov v naravi (vode, ribolov, jadralno padalstvo); • razviti programi <i>incentives</i> za skupine; • bogata in raznovrstna flora; • zgodovinska dediščina prve svetovne vojne. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Starejše in hitro starajoče prebivalstvo; • slaba prometna povezanost z ostalo Slovenijo; • slab javni promet; • velika odvisnost od letne sezone; • zastarelost smučarske infrastrukture in nerentabilno poslovanje visokogorskega smučišča Kanin; • nizka stopnja turistične zasedenosti; • pomanjkanje turističnih proizvodov za primer slabega vremena; • slaba komunikacija in sodelovanje med turističnimi deležniki na področju turizma in občinami ter med občinami znotraj destinacije; • pomanjkanje programov za posameznike; • osredotočenje na vodne športe na reki Soči.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investitor s konceptom za smučišče Kanin in širitev tamkajšnjih smučišč; • občini Tolmin in Kobarid se morata aktivneje vključiti v smučišče Kanin; • razširitev zimske turistične ponudbe tudi čez mejo v Italijo; • z novimi turističnimi proizvodi napolniti prazne turistične kapacitete; • interpretativno vodenje po naravnih znamenitostih in zgodovinski dediščini; • prenos dobrih izkušenj med lokalnima turističnima organizacijama znotraj destinacije. 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nerazumevajoča in neodzivna razvojna politika lokalnih skupnosti; • sprememba vodnega režima reke Soče s pritoki zaradi klimatskih sprememb in vpliv na vodne športe; • naravne nesreče; • nevarnost, da bo razvoj turizma namesto na novih turističnih proizvodih temeljil le na novih turističnih ležiščih.

Preglednica 3.5.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Zgornje Posočje.

3.5.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Zgornje Posočje 2,03 in je zato razmeroma nizka, stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 1,81 (lokalni proizvodi) in 2,71 (alpsko smučanje/jadralno padalstvo)²⁷. Nabor turističnih proizvodov je izjemno raznolik in obsega aktivnosti s področja alpskih poletnih in zimskih športov ter umetnost in kulturo, doživetja v naravi in vrhunske restavracije. Ranljivi so različni turistični proizvodi, toda pri alpskih zimskih in poletnih športih (alpsko smučanje/jadralno padalstvo) so opazne najvišje stopnje ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti. Toda v primerjavi z drugimi regijami je skupna ranljivost razmeroma nizka.

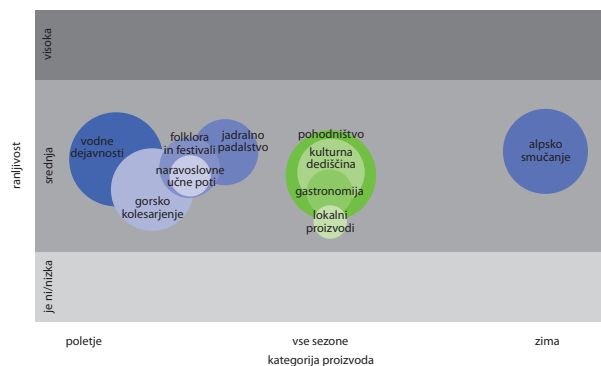
Čeprav je rast BDP zelo stabilna (34 % od 2002 do 2008), so drugi gospodarski parametri ocenjeni kot bolj kritični. Ljudje so mnenja, da se je v zadnjih petih letih povečalo število ekstremnih gospodarskih dogodkov, kot so bankroti in škandali, in zato ne vedo, kaj lahko pričakujejo v prihodnje. Še en ranljivi parameter je indeks starosti v višini 162,21 %, kar kaže, da se družba hitro stara.

Zgornje Posočje ima prilagoditveno prožnost v višini 2,85. Čeprav so splošni naložbeni pogoji ocenjeni dokaj pozitivno, so naložbeni pogoji za nove okoljske projekte ocenjeni kot manj ugodni. Kljub temu se zdi, da igrajo nevladne organizacije pomembno vlogo na destinaciji in ljudje se

²⁷ Na voljo je bil izčrpen niz podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 13 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Alpsko smučanje	Alpski zimski športi	2,51	3,40	2,71	8
Jadrarno padalstvo	Alpski poletni športi	2,51	3,40	2,71	5
Vodne aktivnosti	Splošne športne aktivnosti	2,03	3,20	2,61	10
Kulturna dediščina	Umetnost in kultura	2,51	3,00	2,51	6
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,51	3,00	2,51	4
Pohodništvo	Pohodništvo/sprehodi	2,51	2,80	2,41	9
Naravoslovne učne poti	Doživetja v naravi	2,51	2,80	2,41	2
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni športi	2,51	2,40	2,21	7
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,51	2,40	2,21	3
Lokalni proizvodi	Vrhunske restavracije	2,51	1,60	1,81	1

Preglednica 3.5.2: Skupna ocena ranljivosti – Zgornje Posočje.



Slika 3.5.5: Nabor turističnih proizvodov – Zgornje Posočje.

zavedajo nevarnosti, ki so povezane s podnebnimi spremembami, tako da vendarle obstaja možnost za prilagoditvene ukrepe. Alternative za diverzifikacijo vključujejo lokalne in kulinarične proizvode (lokalne rokodelske izdelke in lokalno kuhinjo) ter dejavnosti za turiste, ki jih zanimajo zgodovinski dogodki (Muzej prve svetovne vojne in zgodovinski spomeniki).

Obiskovalci zatrjujejo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihov izbor počitniške destinacije, široka ponudba dejavnosti in ekskurzij ter avtentičnost regije. Strokovnjaki dajejo stroškom veliko večji pomen kot pa obiskovalci te destinacije.

3.5.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: opredelitev potencialnih turističnih proizvodov za Zgornje Posočje v luči prilagoditve podnebnim spremembam.

Tema druge delavnice: oblikovanje podrobnih potencialnih turističnih proizvodov za Zgornje Posočje v luči prilagoditve podnebnim spremembam.

Namen in cilji

V Zgornjem Posočju poletna turistična sezona izrazito prevladuje nad zimsko turistično sezono. Odvisnost od poletne sezone bi lahko diverzificirali z uspešnejšim delovanjem visokogorskega smučišča Kanin. Tega ne ogrožajo klimatske spremembe v smislu pomanjkanja snega, temveč njegova zastarela smučarska infrastruktura in permanentno nerentabilno poslovanje. To se ni izboljšalo niti po čezmejni smučarski povezavi z italijanskim smučiščem Sella Nevea. Poletna sezona se mora od množične »rafting monokulture« na reki Soči nujno usmeriti še v druge turistične produkte.

Strategije

Lokalni deležniki s področja turizma so identificirali 43 idej oz. ukrepov v širšem smislu, ki so s posebnim ozirom na podnebne spremembe pomembne za razvoj turistične destinacije Zgornje Posočje. Pet ukrepov, ki so jih z metodo *Nominal Group Technique* izbrali za nadaljnje delo so: Interpretativno vodenje po naravni in kulturni dediščini, terme, delavnice za izdelavo lokalnih izdelkov, šole v naravi na zabaven način ter nadgradnja že obstoječe športne ponudbe. Deležniki so določili mož-

nosti nadaljnega razvoja turizma s pomočjo vprašalnikov za uporabo sistema za podporo odločanju, ki ga je razvila beneška Università Cà Foscari. Ponderirana ocena strategij je bila narejena na podlagi parametrov, kot so gospodarski stroški z okoljskimi vplivi na lokalno gospodarstvo, vplivi na turistični sektor, inovacije, vpliv na okolje, izvedljivost in trajnost. Deležniki so podrobneje dodelali predlog strategije za razvoj interpretativnega vodenja po naravni in kulturni dediščini.

Ocena

Deležniki se zavedajo, da lahko klimatske spremembe zaradi potencialnega vpliva na vodni režim reke Soče, ki je pomemben generator športnega turizma v prihodnosti vplivajo na turistično gospodarstvo v destinaciji. V sedanjosti pa je potrebno najprej ozavestiti dejstvo, da turizem ne temelji zgolj na turističnih posteljah, temveč tudi na turističnih produktih. Ob naraščajočem številu turističnih postelj je nujno razvijati nove turistične produkte. Izziv za nadaljnje delo je ob krepitvi jadralnega padalstva in Poti miru v Posočju ureditev javnega prometa znotraj destinacije, izobraževanje turističnega kadra, razvoj turističnih programov za mrtvo sezono in definicija zimske ponudbe v dolini.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Pogoj za nadaljnje uresničevanje prilagoditvenih strategij je preseči nerazumevanje in neodzivno razvojno politiko lokalnih skupnosti. Konkurenca med tremi lokalnimi skupnostmi in dvema lokalnima turističnima organiza-

cijama znotraj destinacije mora prerasti v sodelovanje. Dostavna žičnica na visokogorsko smučišče Kanin naj bo kot osnovna infrastruktura deležna rednih subvencij s strani države.



Slika 3.5.6: Pisana jesen.

3.6 Zugspitze-Karwendel



Slika 3.6.1: Pogled na Grainau s severovzhoda, v ozadju Zugspitze.

Lokacija: Nemčija

NUTS 2: DE21 Oberbayern

NUTS 3: DE216 Bad Tölz-Wolfratshausen, DE21D Garmisch-Partenkirchen

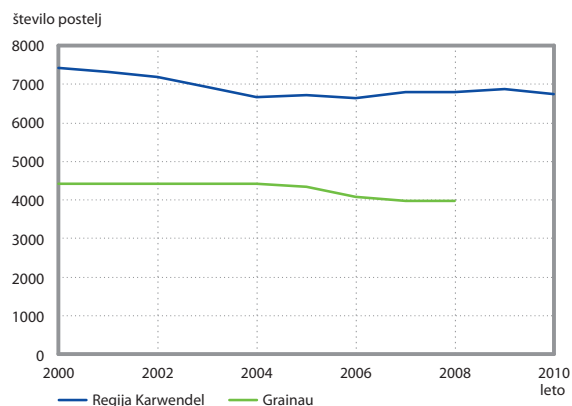
Površina: 49,38 km² (Grainau) + 654,8 km² (regija Karwendel) = 704,18 km²

Število prebivalcev: 3589 (Grainau) + 25.621 (regija Karwendel) = 29.210 (leta 2008)

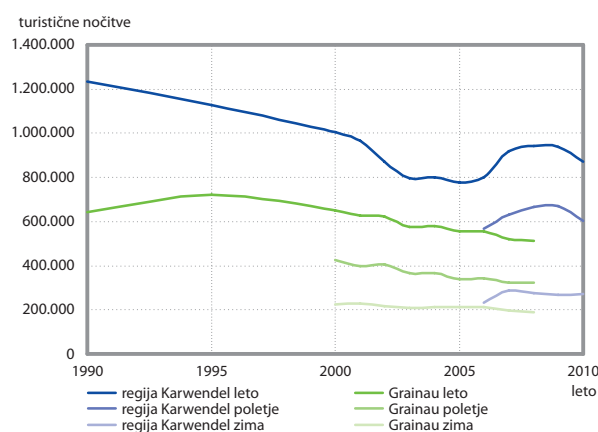
Število prebivalcev na km²: 73 (Grainau), 39 (regija Karwendel)

Najnižja in najvišja nadmorska višina: 680 m/2963 m.

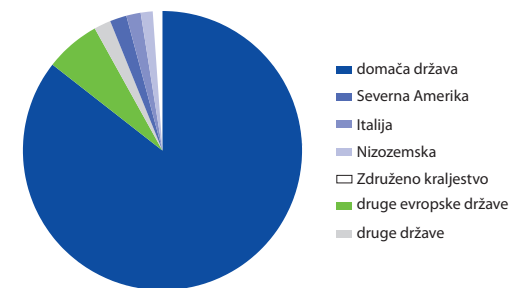
Upravna središča in njihova nadmorska višina: Grainau (758 m), regija Karwendel: Mittenwald (923 m), Krün (875 m), Wallgau (866 m), Kochel a. See (Walchensee) (803 m), Jachenau (800 m), Lenggries (680 m)



Slika 3.6.2: Razvoj destinacije glede na število postelj v letih od 2000 do 2010 – Zugspitze-Karwendel.



Slika 3.6.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1990 do 2010 – Zugspitze-Karwendel.



Slika 3.6.4: Poreklo vseh gostov v letu 2008 – Grainau; Zugspitze-Karwendel.

Najbližji dostop na avtocesto: iz Grainau-a: Eschenlohe (23 km), iz regije Karwendel: Großweil/Murnau (22 km do Kochel/Walchensee)

Najbližja železniška postaja: železniška povezava teče skozi celotno pilotno območje

Najbližji mednarodni letališči: Innsbruck (63km od Grainau-a in 37 km od Mittenwald-a), München (130 km od Grainau-a in 100 km od Lenggries-a)

3.6.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raznolika pokrajina in neokrnjena narava; • široka in raznovrstna ponudba športnih turističnih zanimivosti poleti in pozimi; • dobro razvita mreža prog za tek na smučeh ter kolesarskih in pohodniških poti. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Majhna smučišča z nezanesljivo snežno odejo zaradi nizke nadmorske višine (večina smučišč na nadmorski višini približno 800–1700 m); • nezanesljiva snežna odeja na progah za tek na smučeh; • nezadostna ponudba kakovostne nastanitve; • nizka stopnja lokalnih inovacij; • neustrezna infrastrukturna povezava med občinami v regiji Karwendel.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dolgoročne prednosti podnebnih sprememb za razliko od južnoevropskih destinacij; • strokovno regionalno sodelovanje med občinami z namenom izvajanja skupnih regionalnih in turističnih razvojnih strategij (na primer v obliki nadregionalnega naravnega parka); • razvoj zimskih/celoletnih turističnih proizvodov, neodvisnih od snega. 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Močna konkurenca bližnje Tirolske v Avstriji; • podnebne spremembe bodo močno vplivale na zanesljivost snežne odeje na smučiščih in progah za tek na smučeh.

Preglednica 3.6.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Zugspitze-Karwendel.

3.6.2 Prilagoditvene strategije

Podprojekt Grainau

Število organiziranih delavnic: 7

Teme delavnic: oblikovanje prilagoditvenih strategij, razvoj alpskega naravnega doživljajskega parka.

Podprojekt Karwendel

Število organiziranih delavnic: 5

Teme delavnic: študija izvedljivosti za naravni park v regiji Karwendel.

Namen in cilji

Večina smučišč in tekaških prog pilotne lokacije leži na nadmorski višini med 700 in 1800 metrov, zato bodo podnebne spremembe negativno vplivale na pokritost s snežno odejo, kar bo ogrozilo obstoj tradicionalnih zimskih športov v regiji. Občine na pilotni lokaciji zato iščejo priložnost za trajnostni razvoj, s katerim bi si zagotovile obstoj. Pogoj za uspešen prihodnji razvoj je celoletna turistična ponudba. Cilj je vzpostaviti in oblikovati zanimivosti in proizvode, neodvisne od letnih časov in podnebja, ter oza-veščati o podnebnih spremembah. Da bi ustregli spremenjenim željam potrošnikov in oblikovali novo ponudbo, bodo obstoječe naravno okolje trajnostno razvijali s poudarkom na razvoju sredstev za aktivno doživljanje alpskega sveta, namesto da bi nenehno spodbujali le tradicionalne zimske športe.

Strategije

V občini Grainau se ureja alpski naravni doživljajski park (Alpiner Naturerlebnispark), v katerem bodo predstavljeni tipični elementi alpske narave in pokrajine v regiji Grainau, na katere je vplivala lokalna kultura, in poudarjene spremembe okolja skozi čas (tudi glede na podnebne spremembe). Koncept je sestavljen iz več delov, glavni element so učne poti (vključno z učno potjo podnebnih sprememb), v sklopu katerih bodo postavljene informacijske točke in postaje z različnimi dejavnostmi, ki bodo ponujale praktične izkušnje. Poleg učnih poti bo park ponujal razstavo, vodene ogleda z usposobljenimi vodniki in spletno predstavitev. Poseben poudarek je na nagovarjanju različnih ciljnih skupin in na ponudbi sezonskih izdelkov, ki so na voljo vse leto. Ustvarjamo torej nov celoletni izdelek, ki bo ponujal doživetja in informacije o naravi ter hkrati povečal ozaveščenost o podnebnih spremembah.

V regiji Karwendel šest občin – Mittenwald, Krün, Wallgau, Kochel am See, Jachenau in Lenggries – že nekaj časa raziskuje priložnosti za zagotovitev trajnostnega razvoja. Poudarek je na strategijah, ki se vse bolj oddaljuje-

jo od tradicionalnih zimskih športov in se približujejo aktivnemu doživetju alpske narave in trajnostnemu razvoju obstoječega naravnega okolja. V sklopu projekta ClimAlpTour se je pojavila ideja o vzpostavitvi naravnega parka Bayerischer Karwendel, ki bi pripomogel k trajnostnemu regionalnemu razvoju in vzpostavitvi skupne trženjske mreže. V okviru postopne vzpostavitve naravnega parka je AFI v prvem koraku naredil raziskavo izvedljivosti v sodelovanju z lokalnimi deležniki, da bi ugotovil potenciala in tveganja naravnega parka v regiji. Na podlagi rezultatov so se v drugem koraku občine odločile, da bodo naredile načrt za naravni park. Oblikovanje razvojnega načrta v okviru projekta ClimAlpTour bo zagotovilo veliko predpogojev za vzpostavitev naravnega parka.

Ocena

Strategije, izbrane za pilotno destinacijo Zugspitze-Karwendel, temeljijo na oblikovanju novih proizvodov, neodvisnih od podnebja in snega, in se oddaljujejo od tradicionalnih športno usmerjenih zimskih zanimivosti. Oba pristopa trajnostno izboljšujeta okolje in se osredotočata na aktivno doživljanje narave, tako da izkoriščata potenciala naravnega okolja in hkrati ne zahtevata vzpostavitve obsežne teh-

nične infrastrukture in s tem uničevanja narave. Novi proizvodi ponujajo celoletne zanimivosti in so primerni za ozaveščanje o okolju in podnebnih spremembah ter tako lahko pripomorejo k novemu razumevanju problematike.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Razvoj alpskega naravnega doživljajskega parka v občini Grainau se bo po zaključku projekta še nadaljeval, saj je sestavljen iz različnih elementov, ki jih ne bo mogoče izvesti do zaključka projekta. Poleg tega bo treba veliko storiti tudi na področju trženja, da bo projekt postal priljubljen.

Na podlagi raziskave izvedljivosti in razvojni načrt se bodo občine v regiji Karwendel odločile, ali bodo dokončno vzpostavile naravni park. Če se bodo zanj odločile, bodo naredile nadaljnje načrte za ureditev naravnega parka.

3.7 Comunità Montana Alto Tanaro Cebano Monregalese



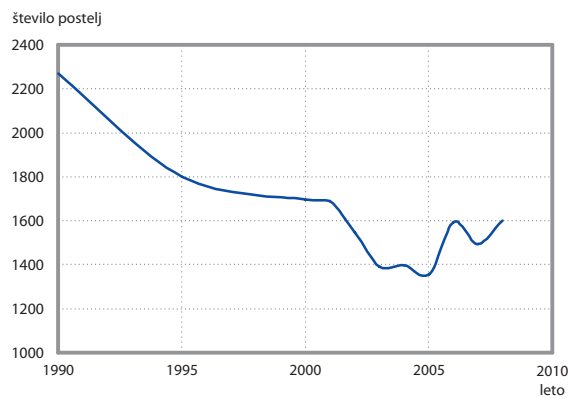
M. Fossati

Lokacija: Italija
 NUTS 2: ITC1 Piemonte
 NUTS 3: ITC16 Cuneo

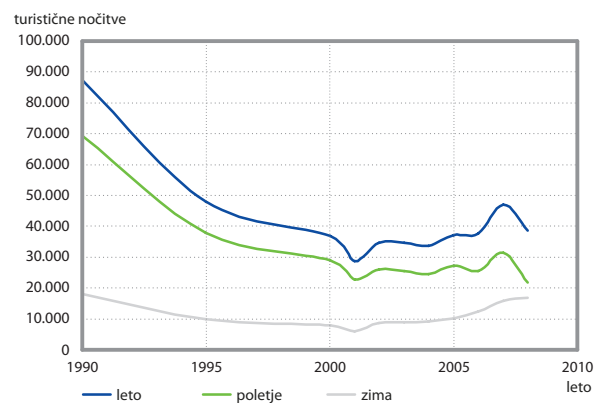
Površina: 646 km²
 Število prebivalcev: 19.493 (leta 2008)
 Število prebivalcev na km²: 31
 Najnižja in najvišja nadmorska višina: 302 m/2634 m
 Upravno središče in njegova nadmorska višina: Ceva (386 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Ceva
 Najbližja železniška postaja: Ceva
 Najbližji mednarodni letališči: Cuneo (51 km), Torino (126 km)

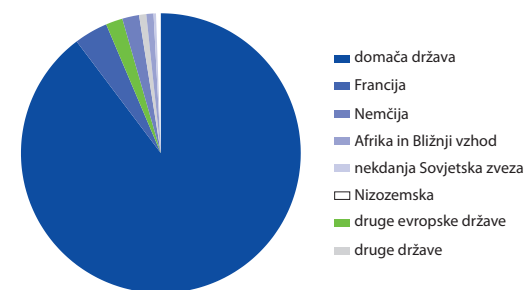
Slika 3.7.1: Pogled na Ligurske Alpe z meje med Piemontom in Ligurijo.



Slika 3.7.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1990 do 2008 – Comunità Montana.



Slika 3.7.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1990 do 2008 – Comunità Montana.



Slika 3.7.4: Poreklo vseh gostov leta 2008 – Comunità Montana.

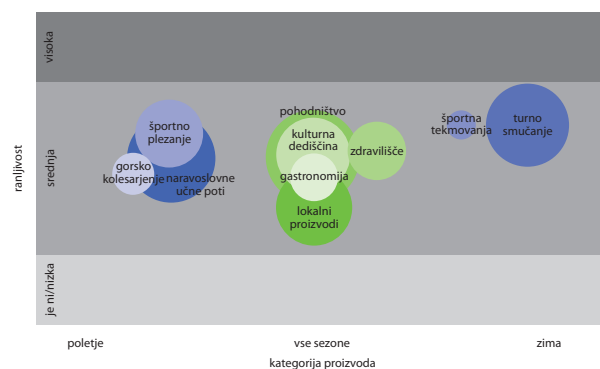
3.7.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Prisotnost bližnjih regionalnih naravnih parkov (Park v zgornjem delu dolin Pesio in Tanaro ter Naravni park v Ligurskih Alpah) ter veliko varstvenih območij Natura 2000 v bližini smučišča;• prisotnost večjih območij z morfologijo in izpostavljenostjo soncu, ki sta ustrezni tako za alpsko kot tudi za nordijsko smučanje;• prisotnost območij z okoljem, primernim za zimske in poletne športe;• Prisotnost zgodovinske gorske železniške povezave, ki se še vedno uporablja na celotnem območju zgornjega dela doline Tanaro;• potencialna dostopnost večjih gravitacijskih območij (Torino, Cuneo, zahodna Ligurija);• potencialne pokrajine in objekti (mesta in vasi), ki so bili povečini zapuščeni, predstavljajo nove priložnosti za turizem;• turistične priložnosti pozimi (smučanje) in poleti (sprehajanje, pokrajina);• kakovost podeželske pokrajine;• prisotnost zdravilišč in termalnih vrelcev;• dobro ohranjeno naravno okolje in pokrajina, ki ju označuje sožitje med človekom in naravo.	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Slaba koordinacija in fragmentacija gospodarskih akterjev;• zapuščanje velikega dela kmetijskih zemljišč in poljedelskih območij, še zlasti v gorah• ranljivost območja v povezavi s hidrološko in geološko nestabilnostjo ter vedno slabšim vzdrževanjem okolja;• obiski turistov se osredotočajo na krajša obdobja v letu;• le malo priložnosti za nadaljnji razvoj;• pomanjkanje pobud, ki so usmerjene h krepitvi sinergij med akterji na tem območju, vključno s soudeležbo pri odločanju;• slabo trženje;• na tem območju se je zaprlo več hotelov in turistični trg ni zadosti močan;• razpadajoče, zapuščene stavbe in objekti v okolici smučarskih postaj predstavljajo nevarnost za okolje;• slab sistem javnega prevoza• slaba promocija območja in njegovih značilnosti zunaj njegovih meja.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Potencial za razvoj kmetijstva in gozdarstva kot gonilne sile za promocijo novih oblik trajnostnega gospodarskega razvoja z vplivom na turizem in lokalno skupnost;• »vpliv imidža«, ki ga ponuja bližina različnih parkov (Naravni park v Primorskih Alpah, zgornjih delih dolin Pesio in Tanaro, Ligurskih Alpah ter Narodni park Mercantour);• trajnostni turizem z majhnim vplivom (glej železnico Ceva-Ormea, ki služi prebivalcem naravnega parka v zgornjem delu dolin Pesio in Tanaro ter v naravnem parku v Ligurskih Alpah, in sicer s postajama Ormea in Garessio);• promocija turizma, ki temelji na okolju in naravi;• zimske aktivnosti, kot je »turizem z majhnim vplivom«, še zlasti za smučarske ture in hojo po snegu na celotnem makroobmočju Ligurskih in Primorskih Alp;• obstoječe smučarske postaje (Garessio 2000 in Viola St. Gree) kot »eko postaje« znotraj večjega naravnega in zaščitenega naravnega območja;• ohranitev biotske raznovrstnosti in tradicionalnih procesov, ki ustvarjajo konkurenčno prednost za lokalno gospodarstvo;• lokalna kmetijska proizvodnja in tržnice s krajšo oskrbovalno verigo;• usmeritve in strategije, ki lahko zadostno promovirajo in ščitijo doline in grebene med Piemontom in Ligurijo (alpsko-apepinski biološki koridor) z ustreznimi načrtovalnimi mehanizmi, ki povezujejo nove razvojne projekte v energijskih sektorjih (industrijske vetrne elektrarne, proizvodnja biomase, itd.) in infrastrukturo (nove ceste, železnice, itd.) z razvojem podeželja, poljedelstvom in turizmom, ob tem pa omejujejo njihov vpliv na pokrajino in okolje.	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Zmanjševanje pomena pokrajine in okoljskih značilnosti, vzporedno z nižanjem kakovosti življenja in privlačnosti za turiste;• izguba strokovnega poznavanja in znanja, povezanega s tradicionalnimi proizvodi in procesi;• izčrpanje človeških virov (zaradi staranja in migracij v urbana okolja), še zlasti na gorskih območjih, kar povzroča opuščanje služb v kmetijstvu in gozdarstvu;• pomanjkanje zavesti lokalne uprave ter širše lokalne skupnosti o okoljskih in podeželskih vrednotah;• kritični razvoj cest, avtocestne infrastrukture in energetskih projektov (industrijske vetrne elektrarne, proizvodnja biomase, itd.) na tem območju brez popolne analize možnih stroškov vpliva na okolje in družbo;• premajhna uporaba oziroma opuščanje uporabe lokalnih turističnih virov, kot je zdravilišče na območju Garessia oziroma veliko hotelov, ki so sedaj zaprti;• ranljivost območja, ki je povezana s hidrogeološko nestabilnostjo, ki jo spremlja vedno slabša skrb za okolje;• staranje prebivalstva in vsesplošno slabšanje demografske strukture;• nezadostno vlaganje v podeželski in kmetijski sektor;• pomanjkanje pobud in predanih človeških virov v občinah, ki bi bili osredotočeni na krepitev sinergij med akterji na tem območju, vključno s soudeležbo pri odločanju;• nerazumevanje, da je turizem gospodarska priložnost za to območje.

Preglednica 3.7.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Comunità Montana.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Turno smučanje	Alpski zimski športi	2,55	3,60	3,08	8
Športna tekmovanja	Športna tekmovanja/dogodki	2,55	3,60	3,08	1
Plezanje	Alpski poletni športi	2,55	3,40	2,98	5
Kulturna dediščina	Umetnost in kultura	2,55	3,00	2,78	6
Zdravilišča	Wellness/toplice/zdravje	2,55	3,00	2,78	4
Pohodništvo	Pohodništvo/sprehodi	2,55	2,80	2,68	10
Naravoslovne učne poti	Doživetja v naravi	2,55	2,80	2,68	9
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,55	2,40	2,48	3
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni športi	2,55	2,40	2,48	2
Lokalni proizvodi	Vrhunske restavracije	2,55	1,60	2,08	7

Preglednica 3.7.2: Skupna ocena ranljivosti – Comunità Montana.



Slika 3.7.5: Nabor turističnih proizvodov – Comunità Montana.

3.7.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Comunità Montana 2,55, kar pomeni, da je dokaj nizka, stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 2,08 (lokalni proizvodi) in 3,08 (turno smučanje/športna tekmovanja).²⁸ Nabor turističnih proizvodov za Comunità Montana je izjemno raznolik, osredotoča pa se na alpske poletne in zimske športe. Ranljivi so različni turistični proizvodi, toda pri alpskih športnih aktivnostih so opazne najvišje ravni ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti.

Gospodarski parametri so stabilni, izjema je le število postelj, ki je od leta 2002 do leta 2008 upadlo za 6%. Najbolj ranljivi parametri so povezani z družbenimi in okoljskimi vidiki. Stopnja okoljske ranljivosti v višini 4,5 kaže, da je destinacija ranljiva v povezavi s količino zapadlega snega, povprečnimi temperaturami, nadmorsko višino smučišč, geografsko lego in topografijo. Pogoste naravne nesreče to ranljivost samo še povečajo.

Comunità Montana ima prilagoditveno prožnost, ki je nekoliko pod povprečjem (2,90). Kljub temu zavedanje o nevarnosti zaradi podnebnih sprememb, pričakovane ugodnosti, ki izvirajo iz sprememb strategij zaradi podnebnih sprememb, zaupanje v dobre naložbene pogoje in mnenje, da obstajajo ustrezne alternative za razvoj turizma, kažejo potencial za prilagoditev.

Tako obiskovalci kot deležniki menijo, da so kakovost storitev, raznolikost dejavnosti in ekskurzij ter gostoljubnost in dobrosrčna dobrodošlica zelo pomembni dejavniki, ki vplivajo na izbor počitniške destinacije. Pomen stroškov obiskovalci in deležniki ocenjujejo različno. Podobno kot pri drugih destinacijah deležniki običajno precenjujejo pomen stroškov.

²⁸ Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 11 od 13 parametrov.

²⁹ Velja tudi za Entracque. (stran 66)

3.7.3 Prilagoditvene strategije²⁹

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: predstavitev prvega sklopa podatkov, razprava in opredelitev kritičnih točk zimskega in poletnega turizma in glavnih priložnosti.

Tema druge delavnice: delavnica o možnostih ozaveščanja o gorskem turizmu (EASW) »360° pogled na gorski turizem: strategije v času sprememb« (v sodelovanju s Svetovnim skladom za naravo).

Namen in cilji

Teme, ki jih je treba upoštevati pri strategijah za Piemonte, smo opredelili s pomočjo različnih metod, ki so obravnavale povpraševanje (delavnica o možnostih ozaveščanja o gorskem turizmu, ciljne skupine, vprašalniki) in ponudbo (analiza lokacije in zbiranje reprezentativnih podatkov). Tako smo dobili pregled nad potrebami, trenutnim stanjem in potencialom lokacij. Ker je turistična ponudba precej skromna in neprimerna, je glavni cilj spodbuditi spremembe pri sedanjem pristopu do turizma. Glavni cilj je vzpostaviti upravljanje na širšem območju (vsaj na ravni doline), ki bi zajemalo več deležnikov, katerih dejavnosti je treba uskladiti. Ti se morajo udeležiti izobraževanj, na katerih jim je treba predstaviti načine, kako izboljšati odpornost lokalnega sistema na podnebje in njegovo prožnost.

Strategije

Rezultati vseh delavnic in sestankov z obeh pilotnih lokacij (Entracque in Ceva-Garessio) so pomembni za obliko-

vanje strategij izboljšanja in razvoja ob podnebnih spremembah. Najbolj zanimive rezultate so predstavili na delavnici o možnostih ozaveščanja o gorskem turizmu (EASW), ki je potekala v Cevi v sodelovanju s Svetovnim skladom za naravo. To je bil glavni interaktivni dogodek, sodelujoči pa so prišli z obeh pilotnih lokacij. Delavnica je bila priložnost za sodelovanje in izmenjavo izkušenj med obema lokacijama. Ob zaključku delavnice so štiri večdeležniške skupine predlagale pet možnih projektov. V zaključni razpravi so opredelili tudi nekaj skupnih točk. Tako je za območje Comunità Montana nastala tudi skupna turistična spletna stran. To območje je bilo namreč opredeljeno kot tisto, ki ima najslabšo turistično ponudbo, medtem ko je Entracque z več zornih kotov primer najboljše prakse. Spletno stran še vedno oblikujejo. Njen namen je na jasn in zanimiv način predstaviti možnosti za letošnji turizem v dolini. Pod vodstvom Nacionalnega združenja gorskih skupnosti Piemonte bo spletna stran najverjetneje povezala cilj uskladitve med lokalnimi ponudniki s promocijo večsezonskega turizma, pri čemer se ne bo omejila le na zimsko obdobje, kar je za območje Ceve sicer veljalo v preteklosti. Oblikovanje spletne strani zahteva dejavno sodelovanje deležnikov s pilotne lokacije (lokalnih oblasti, nevladnih organizacij, turističnih ponudnikov, raziskovalcev, ipd.).

Ocena

Izbrana strategija združuje cilje, povezane s potrebami, ki so značilne za lokacijo: inovacije, prožnost, spre-

njene podnebne razmere, gospodarsko rast in razvoj turizma. Stalni odbor ponudnikov, ki sodeluje pri upravljanju spletne strani in drugih skupnih pobud, bo obogatil turistično ponudbo in izboljšal ozaveščenost o notranjem potencialu lokalnega turističnega sistema na ravni doline. Sodelovanje strokovnjakov in oblasti v odboru omogoča ocenjevanje lokalnih posledic podnebnih sprememb in odločanje o izvajanju primernih prilagoditvenih ukrepov, pri čemer se zanašajo na podporo velikega števila lokalnih deležnikov in strokovnjakov ter stalen dotok novih informacij v sodelovanju z gorsko skupnostjo.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Dejavniki uspeha so: smotrna ustanovitev stalnega odbora ponudnikov, organizacija izobraževanj za lokalne prebivalce o turizmu in podnebjju ter posodabljanje spletne strani, da bi odsevala realno stanje. Zanimanje za uporabo novih orodij na lokalni ravni narašča. Z njimi bi lahko izbrali tiste politike, ki so skladne s potrebami prilagajanja. Rezultati projekta in pridobljeno znanje bodo pilotni lokaciji Comunità Montana omogočili, da bolje unovči lokalno ponudbo turističnih dejavnosti. Na dolgi rok bodo imeli gosti na voljo strokoven in zanimiv vir informacij, ki bo upošteval regionalne podnebne spremembe.

3.8 Entracque



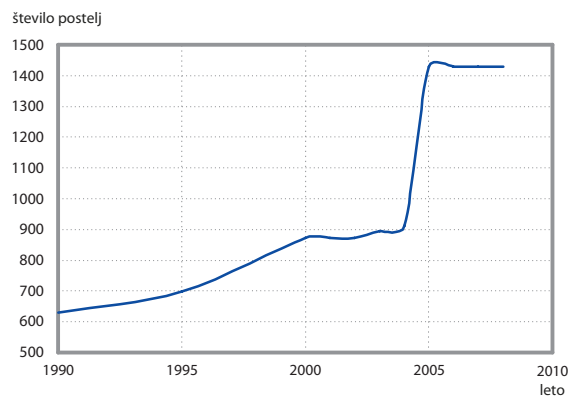
Comune di Entracque

Lokacija: Italija
NUTS 2: ITC1 Piemonte
NUTS 3: ITC16 Cuneo

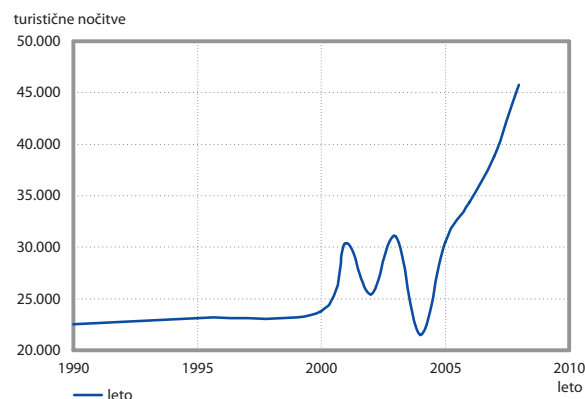
Površina: 160 km²
Število prebivalcev: 878 (leta 2008)
Število prebivalcev na km²: 5
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 904 m/3297 m
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Entracque (904 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Sant'Albano Stura (42 km)
Najbližje železniške postaje: Roccavione (14 km), Borgo San Dalmazzo (15 km), Cuneo (25 km)
Najbližja mednarodna letališča: Cuneo (43 km), Torino (140 km), Nica (141 km)

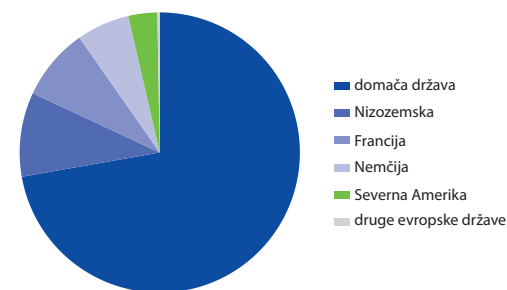
Slika 3.8.1: Pogled iz zraka na Entracque.



Slika 3.8.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1990 do 2008 – Entracque.



Slika 3.8.3: Celoletne turistične nočitve v letih od 1990 do 2008 – Entracque.



Slika 3.8.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Entracque.

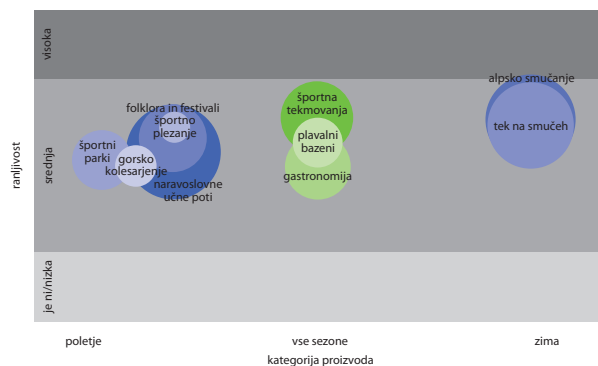
3.8.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Obstoječe kmetijske proizvodnih mreže;• veliko privlačnih pokrajin in naravnih značilnosti, kar dokazuje tudi obstoj Regionalnega naravnega parka Primorske Alpe;• vedno večja dovzetnost za okoljske in podeželske vrednote;• splošno razširjen sistem storitev na podeželju, ki obiskovalcem nudi gostoljubnost, lokalne kmetijske pridelke in kakovostne ročne izdelke;• razmeroma dobri odnosi z urbanimi središči v Piemontu;• prisotnost večjih območij z morfologijo in nakloni pobočij, ki so ustrezni tako za alpsko kot tudi za nordijsko smučanje;• turistična območja, ki so pomembna na regionalni ravni, posledica tega pa je dokaj strukturiran sistem turistične namestitve;• krepitev odnosov med podjetji in ustanovami;• močna poraščenost z gozdovi;• razmeroma veliko število podjetij, ki delujejo v različnih gospodarskih sektorjih;• prisotnost kakovostnih naravnih območij, ki jih vodijo različne institucije (parki), območij, ki so primerna za zimske športe, in zdravilišč;• še vedno splošno razširjeno priznavanje kulturnih korenin in vrednot;• znatna prisotnost muzejev in objektov, ki hranijo dokumentacijo.	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Nezadostna raba gozdov in pašnikov;• nenehno zmanjševanje števila prebivalcev v notranjosti doline;• starajoče se prebivalstvo;• manjšanje števila lokalnih poslovnih sosesk v majhnih krajih;• znaten upad zaposlenosti v kmetijstvu kot glavni dejavnosti ter učinek tega, vključno z okoljskimi vprašanji;• prisotnost turizma zgolj v krajših obdobjih med letom ter znaten delež obiskovalcev, ki prihajajo le na dnevne izlete;• tendenca zmanjševanja števila služb v industriji in v manjših in srednje velikih podjetjih;• pomanjkanje funkcionalnih povezav med turističnimi središči;• še vedno obstoječa vsesplošna nagnjenost k individualizmu v poslovnem vedenju;• težave pri ustvarjanju stabilnih razmerij med različnimi strankami.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Okoljska in podeželska dediščina kot pomemben dejavnik v procesu integriranega trajnostnega razvoja;• povečana dovzetnost splošne javne uprave ter lokalne skupnosti za okoljske vrednote;• povečanje dodane vrednosti okoljskih in naravnih virov kot pomembnih dejavnikov trajnostnega in integriranega razvoja;• sloves, zaradi katerega je vsaj na regionalni ravni zimski turizem postal pomembna gospodarska panoga (nordijsko smučanje);• razmeroma dinamičen družbeni kontekst, ki je znak vitalnosti, ki ni prisotna na drugih gorskih območjih;• razvoj podeželskih proizvodnih dejavnosti, povezanih z okoljem in naravnimi viri, ki so značilni za to območje;• možnost povezovanja nekaterih vidikov lokalnega gospodarstva (npr. turizem, domača obrt, kakovostni kmetijski pridelki);• veliko razvojnih priložnosti v turistični industriji, pri čemer je izhodiščna situacija veliko bolj ugodna kot situacije v drugih alpskih dolinah;• izkušnje pri upravljanju projektov, ki vključujejo najrazličnejše deležnike, tako javne kot zasebne (Teritorialni pakt, Leader, PTI, PISL, Interreg);• razvoj pobud, ki so usmerjene h krepitvi sinergij med akterji na tem območju.	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Upad pomena okolja, med drugim zaradi procesa odseljevanja s podeželskih območij;• zmanjševanje pomena gozdov in pašnikov, še zlasti zaradi domnevne slabe donosnosti vzdrževanja in izboljšav ter istočasno nižanje kakovosti življenja ter privlačnosti za turiste;• vse bolj prisoten trend krajših turističnih obiskov;• razdrobljenost ponudbe turističnih proizvodov in prostorska razpršenost razlogov za nočitve/obiske. Posledična prisotnost v medijih ne zadostuje za promocijo pravega potenciala tega območja;• slabšanje notranjih odnosov znotraj lokalne skupnosti, ki je na nekaterih območjih, povezano tudi z nestabilnostjo demografske strukture;• težave v procesu uresničevanja skupnih namenov in izvajanja skupnih strategij, glede katerih so se strinjali različni družbenoekonomski akterji;• vse večja konkurenca drugih turističnih središč s podobnimi turističnimi dejavnostmi;• še vedno obstoječa vsesplošna nagnjenost k individualizmu v poslovnem vedenju.

Preglednica 3.8.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Entracque.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Tek na smučeh	Alpski zimskišport	2,68	3,60	3,14	9
Športna tekmovanja	Športna tekmovanja/prireditve	2,68	3,60	3,14	6
Alpsko smučanje	Alpski zimskišport	2,68	3,40	3,04	8
Športno plezanje	Alpski poletni šport	2,68	3,40	3,04	1
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,68	3,00	2,84	7
Plavalni bazeni	Splošna ponudba športov v prostoru/na prostem	2,68	3,00	2,84	3
Naravoslovne učne poti	Izkustvo narave	2,68	2,80	2,74	10
Športni parki	Druge prostoračasne aktivnosti na prostem	2,68	2,60	2,64	4
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,68	2,40	2,54	5
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	2,68	2,40	2,54	2

Preglednica: 3.8.2: Skupna ocena ranljivosti – Entracque.



Slika 3.8.5: Nabor turističnih proizvodov – Entracque.

3.8.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ranljivost turistične destinacije Entracque je ocenjena z 2,68, kar pomeni, da je razmeroma nizka, ravni skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 2,54 (gorsko kolesarjenje) do 3,14 (tek na smučeh/športna tekmovanja).³⁰ Seznam proizvodov v Entracque-u je močno usmerjen v šport. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa alpske zimsko-športne dejavnosti dosegajo najvišje ravni ranljivosti, in so zato najbolj tvegane.

Razen hitrosti, s katero se razvija turistična infrastruktura, kažejo vsi gospodarski parametri podpovprečno raven ranljivosti. Število postelj se je v letih 2002 do 2008 povečalo za 64 %, kar je sicer pozitivno, vendar je treba z njo pazljivo gospodariti. Zaradi razmeroma nizke turistične intenzivnosti (0,52) si mora ta turistična destinacija neka-ko zagotoviti, da se bodo investicije izplačale. Okoljska ranljivost (zanašanje na naravne vire pri zimskih športih) je ocenjena zelo visoko. To dejstvo je pri nadaljnjem razvoju turistične destinacije treba na vsak način upoštevati. Entracque ima razmeroma visoko prilagoditveno prožnost (3,54). Déležniki kažejo pozitiven odnos do upoštevavanja podnebnih sprememb v procesu razvijanja turistične destinacije. Mnenja so, da bi njihove organizacije lahko imele koristi od sprememb v strategiji, ki nastajajo zaradi težav s podnebnimi spremembami. Prepričani so, da so razmere za investicije v nove okoljske projekte ugodne, in tudi obiskovalci ugotavljajo, da daje spoštovanje okolja poseben poudarek dejavnostim, ki jih ponuja turistična destinacija. Kot pomembne alternative pri razvoju turizma so bili omenjeni hotelirski sektor, kmečki turizem (počitnice na kmetijah in v kočah), pa tudi želja, da se vpeljejo športna tekmovanja za mladino in otroke.

³⁰ Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 10 od 13 parametrov.

Kot najpomembnejše faktorje, ki vplivajo na njihovo izbiro počitniške destinacije, so (strokovnjaki in obiskovalci enako) ocenili kakovost storitev ter raznolikost aktivnosti in pestrost izletov.

3.8.3 Prilagoditvene strategije³¹,

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: zimski turizem na pilotni lokaciji Entracque: »Sneg in zimski turizem: kakšni so obeti za prihodnost?«

Tema druge delavnice: možnosti ozaveščanja o gorskem turizmu (EASW) »360° pogled na gorski turizem: strategije v času sprememb« (v sodelovanju s WWF).

³¹ Glej poglavje 3.7.3: Prilagoditvene strategije za pilotno območje Comunità Montana.



Slika 3.8.6: Entracque pozimi.

Comunità di Entracque

3.9 Heidiland/Pizolbahnen



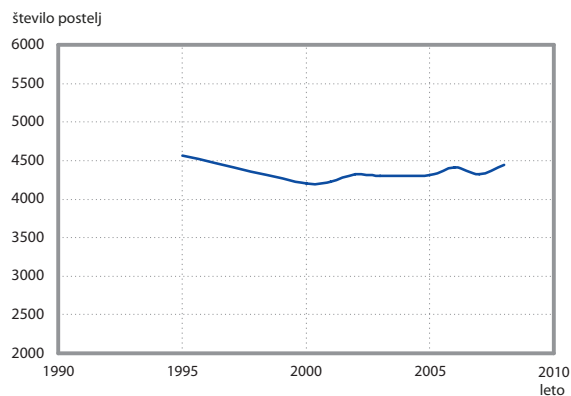
Pizolbahnen AG

Slika 3.9.1: Pogled na čudovito pohodniško pot – »pot petih jezer« – pod vrhom »Pizol«, na katerega se lahko povzpnete v organizaciji Pizolbahnen.

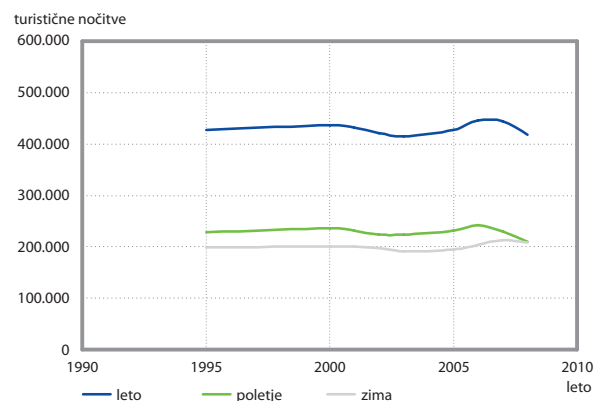
Lokacija: Švica
 NUTS 2: CH05 Ostschweiz
 NUTS 3: CH055 St. Gallen

Površina: 676 km²
 Število prebivalcev: 49.660 (leta 2008)
 Število prebivalcev na km²: 73,5
 Najnižja in najvišja nadmorska višina: 400 m/3056 m
 Upravno središče in njegova nadmorska višina: Sargans (480 m)

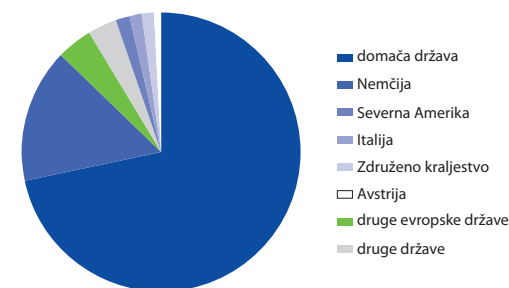
Najbližji dostop na avtocesto: avtoceste se vijejo skozi celotno pilotno regijo
 Najbližja železniška postaja: železniške linije se vijejo skozi celotno pilotno regijo
 Najbližje mednarodno letališče: Zürich (85 km)



Slika 3.9.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1995 do 2008 – Heidiland/Pizolbahnen.



Slika 3.9.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1995 do 2008 – Heidiland/Pizolbahnen.



Slika 3.9.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Heidiland/Pizolbahnen.

Celoletni turizem

3.9.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Razmeroma dober izhodiščni položaj (poudarek na poletnem turizmu, dobra razvejanost ponudbe);• lega v bližini Züricha (enodnevni izleti) in Graubündena (največje švicarske turistične regije);• dober javni prevoz v primerjavi s podobnimi destinacijami v mednarodnem prostoru;• upoštevanje podnebnih tveganj pri prostorskem načrtovanju;• pripravljenost na sodelovanje in zavedanje njegove pomembnosti;• finančno močni turistični partnerji;• razmeroma visoka raven občutljivosti deležnikov.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Oblikovati je treba novo strategijo razvoja destinacije;• sodelovanje med deležniki pod vodstvom pristojnih organov nekaterih destinaciji je še vedno prešibko;• šibke lokalne pobude za izvedbo projektov;• ozaveščenost je še vedno prenizka;• slabosti v primerjavi s konkurenti (npr. Vorarlberg) z vidika cen in bližine velikih urbanih središč v južni Nemčiji.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Krepitev celoletnega turizma;• razširitev turistične ponudbe na nižjih legah (poleti in pozimi, npr. wellness center v Bad Ragazu);• zgoščevanje donosne zimske športne infrastrukture in območij z zagotovljenim snegom;• utrditev destinacije ter njenih turističnih proizvodov in storitev;• poudarek na prednostih regije ter na podnebno pomembnih in trajnostnih turističnih priložnostih;• možnost promoviranja trajnostnih proizvodov, povezanih s švicarskim tektonskim območjem Sardona, ki je uvrščeno na Unescov seznam svetovne dediščine, in mobilnostjo na človeški pogon.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Potrebne so velike naložbe, kar pa je težko uresničljivo;• konkurenca;• zmanjševanje pomena manjših smučarskih središč na nižjih legah.

Preglednica 3.9.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Heidiland/Pizolbahnen.

3.9.2 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 3

Tema prve delavnice: informacije o projektu ClimAlp-Tour, izhodiščnem položaju regije z vidika podnebnih sprememb, oblikovanje potreb in ciljev na regionalni ravni.

Tema druge delavnice: opredelitev jasnih področij delovanja, izbor pristopov za doseg rešitev.

Tema tretje delavnice: poskus opredelitve in oblikovanja projektov na podlagi opredeljenih področij delovanja.

Namen in cilji

Namen je opredeliti izhodiščni položaj destinacije, predvsem pa njene prednosti in posebnosti. Na tej podlagi želijo oblikovati strategijo, s katero bi turizem ostal zanimiva in konkurenčna panoga tudi v času podnebnih sprememb. Strategije za Pizolbahnen in druge ponudnike turističnih storitev bodo del razvojne strategije za Heidiland.

Strategije

Destinacija Heidiland ima razmeroma dober izhodiščni položaj za prilagajanje na podnebne spremembe zahvaljujoč že zdaj dobro razvitemu poletnemu turizmu v regiji. Ta je pomembna enodnevna turistična destinacija za prebivalce širšega območja Züricha. Turistična ponudba je obenem tudi razvejana in omogoča različne načine prilagajanja. Rezultat je bila splošna strategija, ki ima za izhodišče sedanje objekte in proizvode pa tudi prednosti regije. To predvsem pomeni krepitev poletnega in celoletnega turizma.

Ocena

Razvojne strategije so izvedljive, saj gradijo na posebnih značilnostih in prednostih turistične regije ter skušajo najti enoten pristop znotraj razvojne strategije za Heidi-land. Uresničevanje tega enotnega pristopa pa bo morda težavno, saj gre za novejšo destinacijo, ki morda še ni sposobna v celoti prevzeti te vloge in posameznim ponudnikom storitev ponuditi zadostno podporo.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta Strategije in ukrepi, oblikovani na delavnicah ClimAlp-Tour, so pripomogli k ozaveščanju turističnih deležnikov o podnebnih spremembah, njihovih posledicah in potrebni prilagoditvi. Na podlagi teh informacij so deležniki z destinacije Heidi-land in ponudnik železniških storitev Pizolbahnen opredelili različne smeri vplivov in nameravajo razviti različne nove proizvode in projekte, ki so pomembni za prilagajanje na podnebne spremembe in katerih razvoj so na delavnicah podprli.



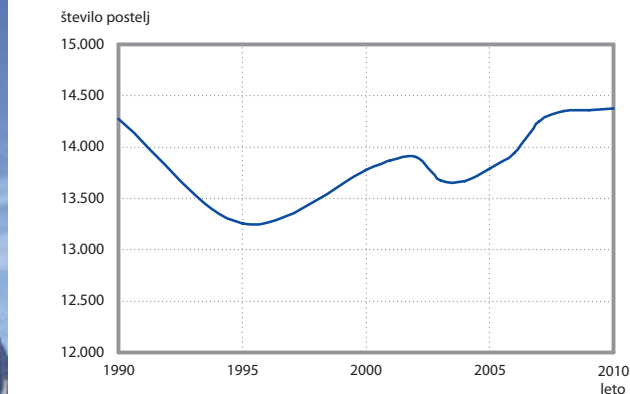
Pizolbahnen AG

Figure 3.9.5: Smučarski raj Pizolbahnen.

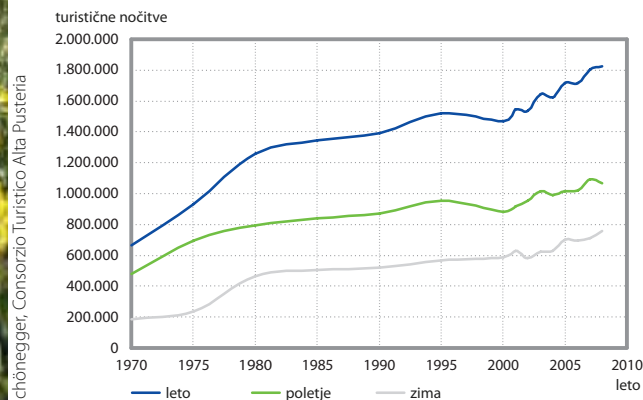
3.10 Alta Pusteria/Hochpustertal



Slika 3.10.1: Pokrajina na območju Tre Cime/Drei Zinnen.



Slika 3.10.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1990 do 2010 – Alta pusteria/Hochpustertal.



Slika 3.10.3: Celoletne, poletne in zimске turistične nočitve v letih od 1970 do 2008 – Alta pusteria/Hochpustertal.

Lokacija: Italija

NUTS 2: ITD1 Provincia Autonoma Bolzano/Bozen (Trentino-Alto Adige/Südtirol)

NUTS 3: ITD10 Bolzano/Bozen

Površina: 394 km²

Število prebivalcev: 12.485 (leta 2008)

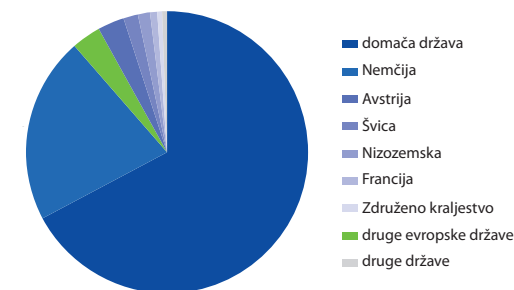
Število prebivalcev na km²: 32

Najnižja in najvišja nadmorska višina: 1111 m/3139 m

Najbližji dostop na avtocesto: Bressanone/Brixen (60 km)

Najbližja železniška postaja: železniški promet v celotni pilotni regiji

Najbližja mednarodna letališča: Bolzano/Bozen (107 km), Innsbruck (132 km), Verona (173 km)



Slika 3.10.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Alta pusteria/Hochpustertal.

3.10.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Pomemben delež obnovljivih virov energije na destinaciji; v Italiji je ta destinacija dobro znana po svojih ekoloških standardih;• zelo dobra infrastruktura za javni prevoz;• do zdaj na destinaciji ni bilo resnejših težav s pomanjkanjem snega. V primerjavi z drugimi destinacijami so tukaj snežne padavine zanesljive;• tehnologije za umetno zasneževanje so dobro razvite in temperature še vedno omogočajo proizvodnjo snega.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Turizem izven sezone še ni razvit do svojega polnega potenciala;• na nekaterih predelih destinacije še vedno obstajajo težave z dostopnostjo kljub dobremu sistemu javnega prevoza.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Ekološka občutljivost destinacije se lahko še bolj oglašuje in postane odločilni dejavnik, ki vpliva na izbiro turistov;• nekateri predeli na tej destinaciji bi dobro izkoristili podnebne spremembe, saj obstaja možnost, da bo poletje postalo milejše, kar bi pozitivno vplivalo na poletni turizem.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Težko si je predstavljati zimsko sezono brez smučanja;• konkurenca drugih smučarskih destinacij na trgu;• vse večji stroški umetnega zasneževanja;• dinamika dampinškega nižanja cen na drugih destinacijah predstavlja ogroženo kakovost ponujenih dejavnosti.

Preglednica 3.10.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Alta Pusteria/Hochpustertal.

3.10.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ranljivost turistične destinacije Alta Pusteria/Hochpustertal je ocenjena z 2,28, torej je nizka, vrednosti skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 1,94 (lokalni proizvodi) do 2,94 (tek na smučeh/alpsko smučanje).³² Seznam proizvodov je raznolik in zajema aktivnosti s področja alpskih poletnih in zimskih športov, vrhunske restavracije, wellness, izkustvo narave kot tudi umetnost in kulturo. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa alpske športne ponudbe kažejo najvišjo raven ranljivosti in so zato najbolj tvegane.

Odvisnost trga dela od turizma je precej visoka (55 %). Poleg tega je tudi intenzivnost turizma nadpovprečna, kar pomeni, da je turizem prevladujoča dejavnost v regiji. Indeks starosti v regiji je 102,70 %, kar pomeni, da so v tej družbi enakomerno zastopane vse starostne skupine.

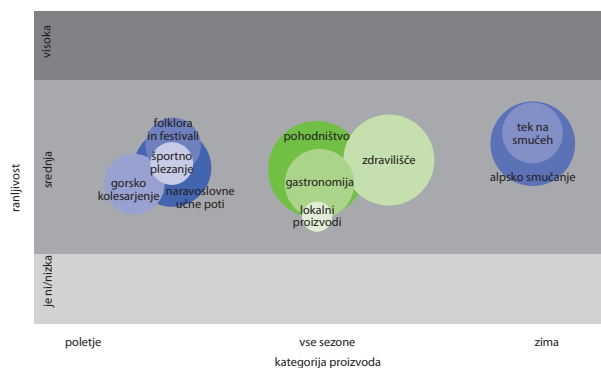
Prilagoditvena prožnost je nadpovprečna (3,39). Prodaja kart podjetij za upravljanje žičnic je velika, visoka pa je tudi povprečna dnevna poraba. Približno 37 % zemljišč je še vedno nerazvitih in predstavljajo možnost za nadaljnji razvoj.

Gostje izjavljajo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihovo izbiro počitniške destinacije, kakovost storitev, lahke transportne povezave, avtentičnost, pa tudi lokalna gastronomija in lokalni proizvodi.

³² Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 8 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Tek na smučeh	Alpski zimski šport	2,28	3,60	2,94	5
Alpsko smučanje	Alpski zimski šport	2,28	3,40	2,84	8
Športno plezanje	Alpski zimski šport	2,28	3,40	2,84	3
Zdravilišča	Wellness/Toplice/Zdravje	2,28	3,00	2,64	9
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,28	3,00	2,64	2
Pohodništvo	Pohodništvo/Sprehajanje	2,28	2,80	2,54	10
Naravoslovne učne poti	Izkustvo narave	2,28	2,80	2,54	7
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,28	2,40	2,34	6
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	2,28	2,40	2,34	4
Lokalni proizvodi	Vrhunske restavracije	2,28	1,60	1,94	1

Preglednica 3.10.2: Skupna ocena ranljivosti – Alta Pusteria/Hochpustertal.



Slika 3.10.5: Nabor turističnih proizvodov – Alta Pusteria/Hochpustertal.

3.10.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 1

Tema delavnice: razvoj strategij in proizvodov.

Namen in cilji

Regija je znana po svojih dolgih in ostrih zimah. V zadnjih nekaj letih so regionalni deležniki opazili rahlo otoplitev, ki je povzročila milejše zime in podaljšano poletno sezono. Obe sezoni, zimska in poletna, sta zelo pomembni. Poleti je nekoliko več obiskov (www.provinz.bz.it/as-tat), čeprav udeleženci delavnice trdijo, da je ustvarjeni prihodek v zimski sezoni znatno višji. Strinjajo se, da mora biti cilj strategije razvoj in oblikovanje območja Alta Pusteria/Hochpustertal v celoletno destinacijo.

Strategije

Deležniki in nosilci odločanja v turizmu bi radi območje Alta Pusteria/Hochpustertal razvili in oblikovali v celoletno destinacijo za aktivne turiste in družine. Na destinaciji prav tako želijo ustvariti osnovne pogoje za rekreacijo v tihem in mirnem okolju. V nadaljevanju so opredeljeni cilji za nadaljnji strateški razvoj turističnih proizvodov in storitev.

Za aktivne turiste: proizvodi za aktivne turiste se bodo razvili tako za zimski kot poletni turizem. Pozimi se bo vzdrževal in razvijal tradicionalni in prevladujoči proizvod – alpsko smučanje, in sicer tako, da se bo še bolj izboljšala kakovost smučišč. Še bolj se bodo razvile priložnosti za otroke in družine, na primer varstvo za otroke. Poleg alpskega smučanja bi radi udeleženci delavnice še bolj razvili tudi mehkejša aktivnosti, vezane na sneg, s poudarkom na zimskem pohodništvu in teku na smučeh. Da se zagotovi možnost teka na smučeh v prihodnosti, bodo proge predstavljene na višje lege. Da se poveča privlačnost zimskega pohodništva, se morajo razviti tematske učne poti (Alpe, poti za užitek itd.).

Poleti bo aktivni turizem temeljil predvsem na pohodništvu in kolesarjenju. Da bi še bolj izboljšali privlačnost pohodniškega turizma, so predlagali ureditev več tematskih pohodniških poti, na primer Dolomiti kot Unesco svetovna dediščina za turiste, ki jih zanima geologija, in poti, ki povezujejo alpske kočje v tej regiji. Za bolj športne turiste se bodo izboljšale plezalne poti via ferrata.

ta tako, da se bodo dodale nove teme. Ena izmed teh tem bi bila lahko prva svetovna vojna, saj v gorah na območju Alta Pusteria/Hochpustertal obstaja veliko zanimivih zgodovinskih vojaških znamenitosti. Za izboljšanje kolesarskega turizma se bodo razvile večdnevne kolesarske aktivnosti. Prav tako bodo na voljo e-kolesa za starejše. Sprostitev: aktivno preživljanje dopusta in sproščanje si ne nasprotujeta; pravzaprav sta močno povezana, saj strategija med drugim predvideva rešitve za umirjanje prometa v mestnih središčih ter izboljšanje kolesarskih poti in javnega prevoza. Od teh ukrepov bodo imeli korist predvsem aktivni turisti in družine.

Ocena

Območje Alta Pusteria/Hochpustertal ima ugodno podnebje, ki deležnikom omogoča, da v sklopu relevantnega strateškega načrtovanja izvajajo in razvijajo tako poletne kot tudi zimske turistične dejavnosti. Teme, za katere si prizadevajo deležniki v turizmu, bodo obrodile zelene rezultate.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Regija ima dobre možnosti za zimski in poletni turizem. Izkaže se lahko, da bo realizacija načrtov za oblikovanje con brez avtomobilov in izboljšanje avtobusnega sistema težavna, ker je uporaba avtomobilov globoko zasidrana v navadah prebivalcev in turistov. V preteklosti so prizadevanja za umirjanje prometa v središčih mest na Južnem Tirolskem spodletela, ker so se temu uprli lastniki trgovin in prebivalci.



B. Erhartič

Slika 3.10.6: Živopisno življenje.

3.11 Kranjska Gora



M. Lenarčič, ITO Kranjska Gora

Slika 3.11.1: Jezero Jasna v bližini Kranjske Gore, v ozadju Julijske Alpe.

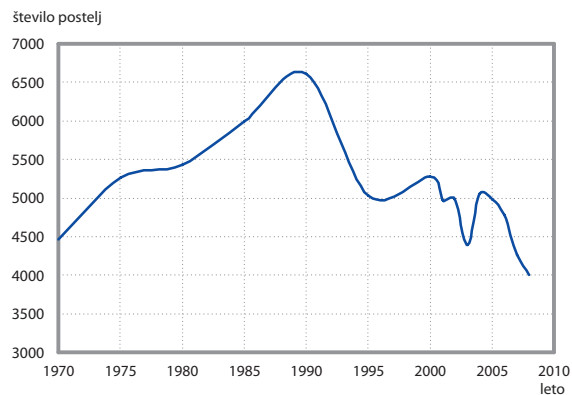
Lokacija: Slovenija
NUTS 2: SI02 Zahodna Slovenija
NUTS 3: SI022 Gorenjska

Površina: 256 km²
Število prebivalcev: 5416 (leta 2008)
Število prebivalcev na km²: 21
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 596 m/2864 m
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Kranjska gora (806 m)

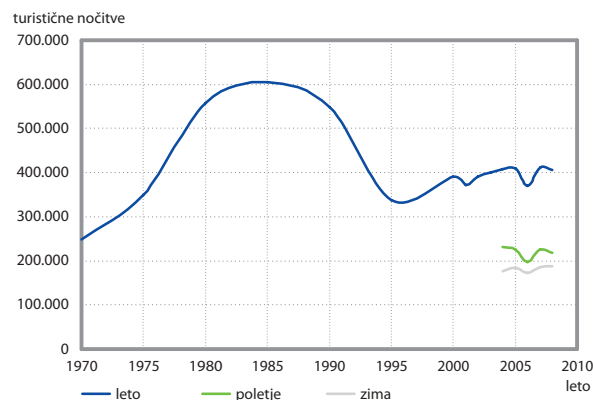
Najbližji dostop na avtocesto: Jesenice (22 km), Trbiž (15 km)

Najbližji železniški postaji: Jesenice (22 km), Trbiž (15 km)

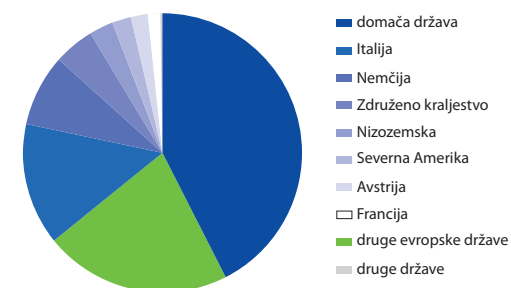
Najbližji mednarodni letališči: Ljubljana (64 km), Celovec (66 km)



Slika 3.11.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1970 do 2008 – Kranjska Gora.



Slika 3.11.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1970 do 2008 – Kranjska Gora.



Slika 3.11.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Kranjska Gora.

3.11.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Lega na tromeji; Italija, Avstrija, Slovenija (večjezičnost) in bližina evropskih emitivnih trgov;• dobra dostopnost zaradi nizke nadmorske višine;• tradicija organizacije dveh športnih tekmovanj v svetovnem pokalu v zimskih športih;• po številu turističnih nočitev poletna sezona rahlo prednjači pred zimsko;• Etnografsko bogastvo; legende in zgodbe (Zlatorog, Kekec).	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Starejše in hitro starajoče prebivalstvo;• zaradi nizke nadmorske višine v zimski sezoni težko dosegljivih 100 smučarskih dni;• pomanjkanje turističnih proizvodov za primer slabega vremena;• neurejen mirujoči promet ob konicah sezon;• slab javni prevoz znotraj destinacije.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Nordijski center Planica – celoletni turizem;• alternativni viri hlajenja smučarskih naprav in hkratnega ogrevanja drugih objektov;• preusmerjanje žičničarjev na poletni turizem;• urejanje mirujočega prometa in javnega prevoza znotraj destinacije;• kmečki turizmi s programom za šole in družine.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Krajša zimska sezona;• izpad prihodkov zaradi odpovedi zimskih tekem v svetovnem pokalu;• izpad prihodkov zimskega turizma bo ne glede na vlaganja v razvoj poletnega in celoletnega turizma zelo težko nadomestiti;• povečana erozija zaradi propadanja gozda, kot posledica škodljivcev zaradi dviga temperatur;

Preglednica 3.11.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Kranjska Gora.

3.11.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ranljivost turistične destinacije Kranjska gora je ocenjena na 2,97, kar pomeni, da je v srednjem razponu, ravni skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 2,68 (gastronomija) do 3,28 (tek na smučeh).³³ Seznam proizvodov je usmerjen v šport in zajema veliko aktivnosti na prostem. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa zimsko-športne dejavnosti pokažejo najvišje ravni ranljivosti in so zato najbolj tvegane.

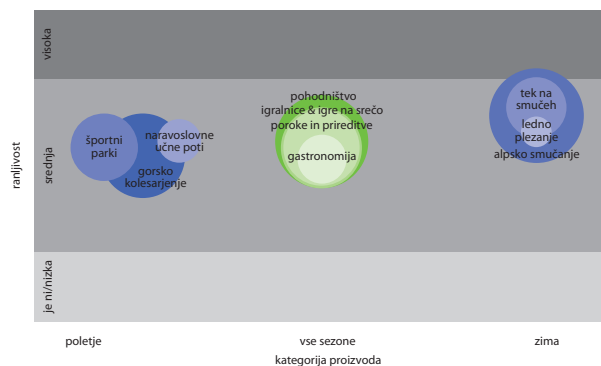
Odvisnost trga dela od turizma je zelo visoka (54 %), število postelj v tej turistični destinaciji se je v letih od 2000 do 2008 znatno zmanjšalo, kar je še prispevalo k njeni gospodarski ranljivosti. Déležniki so celotno investicijsko ozračje ocenili kot zelo slabo. Poleg tega je tu še okoljska ranljivost, ki znaša 5, in kaže, da je treba zanašanje na naravne vire (zlasti v zvezi z zimsko športno ponudbo) znova pretehtati.

Kranjska gora ima srednjo prilagoditveno prožnost (2,99). Déležniki kažejo pozitiven odnos do upoštevanja podnebnih sprememb v procesu razvijanja turistične destinacije. Mnenja so, da bi njihove organizacije lahko imele korist od sprememb v strategiji, ki nastajajo zaradi težav s podnebnimi spremembami, in so se strinjali s tem, da prebivalci aktivno sodelujejo pri procesu upravljanja in odločanja o regiji. Kot pomembna alternativa pri nadaljnjem razvoju je bila predlagana turistična ponudba iz Kekčevega sveta, ki bi ponovno oživila nekdanji način

³³ Na voljo je bil izčrpen niz podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 13 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Tek na smučeh	Alpski zimski šport	2,97	3,60	3,28	4
Alpsko smučanje	Alpski zimski šport	2,97	3,40	3,18	10
Ledno plezanje	Alpski zimski šport	2,97	3,00	2,98	1
Pohodništvo	Pohodništvo/Sprehajanje	2,97	2,80	2,88	9
Naravoslovne učne poti	Izkustvo narave	2,97	2,80	2,88	2
Igralnice & igre na srečo	Druge pristočasne aktivnosti v zaprtih prostorih	2,97	2,60	2,78	7
Poroke in prireditve	Poroke in prireditve	2,97	2,60	2,78	6
Športni parki	Druge pristočasne aktivnosti na prostem	2,97	2,60	2,78	5
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	2,97	2,40	2,68	8
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,97	2,40	2,68	3

Preglednica 3.11.2: Skupna ocena ranljivosti – Kranjska Gora.



Slika 3.11.5: Nabor turističnih proizvodov – Kranjska Gora.

življenja. Poleg tega je tudi nujno vložiti več navora v boljše trženje in boljše reklamo.

Gostje izjavljajo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihovo izbiro počitniške destinacije, avtentičnost regije pa tudi gostoljubnost in prisrčen sprejem.

3.11.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: opredelitev potencialnih turističnih proizvodov za Kranjsko Goro v luči prilagoditve podnebnim spremembam.

Tema druge delavnice: oblikovanje podrobnih potencialnih turističnih proizvodov za Kranjsko Goro v luči prilagoditve podnebnim spremembam.

Namen in cilji

Kranjska Gora ima bogato turistično tradicijo. Po intenzivnejšem razvoju zimskega turizma v drugi polovici prejšnjega stoletja danes večino turističnih nočitev ponovno realizira v poletni sezoni. Povprečna višina smučišč s 1000 metri je najnižja med obravnavanimi testnimi območji. Kot tradicionalno »nižinska« smučarska destinacija je zelo pomembna za Slovenijo tudi z vidika organizacije dveh tekmovanj za svetovni pokal v zimskih športih. Ob zavedanju klimatskih sprememb in prisotnosti »zelenih zim« že v preteklosti, zimske sezone ne gre odpisati, saj bi bil njen izpad zelo težko nadomestljiv. Žičničarski sektor se usmerja na poletno sezono, razvija pa se dodatna poletna ponudba.

Strategije

Lokalni deležniki s področja turizma so identificirali 32 idej oz. ukrepov v širšem smislu, ki so s posebnim ozikom na podnebne spremembe pomembne za razvoj turistične destinacije Kranjska Gora.

Šest ukrepov, ki so jih z metodo *Nominal Group Technique* izbrali za nadaljnje delo so: kmečki turizmi s programom za šole in družine, Nordijski center Planica, Outdoor poletni park, 5-dnevni turistični produkti za različne starostne skupine, urejanje mirujočega prometa in urejanje prometa v alpskih dolinah.

Deležniki so določili možnosti nadaljnega razvoja turizma s pomočjo vprašalnikov za uporabo sistema za podporo odločanju, ki ga je razvila beneška Università Cà Foscari.

Ponderirana ocena strategij je bila narejena na podlagi parametrov, kot so gospodarski stroški z okoljskimi vplivi na lokalno gospodarstvo, vplivi na turistični sektor, inovacije, vpliv na okolje, izvedljivost in trajnost.

Deležniki so podrobneje dodelali predlog strategije za razvoj kmečkega turizma s programom za šole in družine in urejanje mirujočega prometa in urejanje prometa v alpskih dolinah na območju obravnavanje destinacije. Slednja sicer sam po sebi ni turistični produkt je pa zelo pomemben kot osnova za nastanek novih turističnih produktov.

Ocena

Deležniki se zavedajo podnebnih sprememb in njihovega učinka na zimsko sezono, saj so bili zaradi nizke nadmorske višine že v preteklosti pogosto soočeni z zelenimi zimami. Morebitna širitev smučišč v višje lege je zaradi

zaščitene območja Triglavskega narodnega parka v prihodnosti izključena. Kranjska Gora bo tudi v prihodnje pomembna zimska turistična destinacija intenzivneje pa se mora osredotočiti na razvijanje poletnih in celoletnih turističnih produktov med katerimi so bili med idejami izpostavljeni Outdoor poletni park, organizirani športni dogodki za množice, Kekčeva dežela od Mojstrane do Rateč za primer slabega vremena pa Kranjskogorski park doživetij.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Deležniki in lokalna turistična organizacija izkazujejo pripravljenost za sodelovanje za uresničevanje identificiranih idej za ukrepe. Za urejanje mirujočega prometa v vaseh in prometa v alpskih dolinah sta osnovni prometna študija občine in rezultati projekta Dynalp. Za udejanjanje kmečkega turizma v destinaciji, ki ima potencial v številih multiplikatorskih dejavnostih je pogoj boljši posluš lokalne skupnosti. Deležniki, lokalna turistična organizacija in lokalna skupnost morajo na idejah delati naprej.

3.12 Surselva



Slika 3.12.1: Pogled z Oberalppassa – izviri Rena – na zgornjo dolino Surselva.

Lokacija: Švica

NUTS 2: CH05 Ostschweiz

NUTS 3: CH056 Grisons

Površina: 463 km²

Število prebivalcev: 5799 (leta 2008)

Število prebivalcev na km²: 12,5

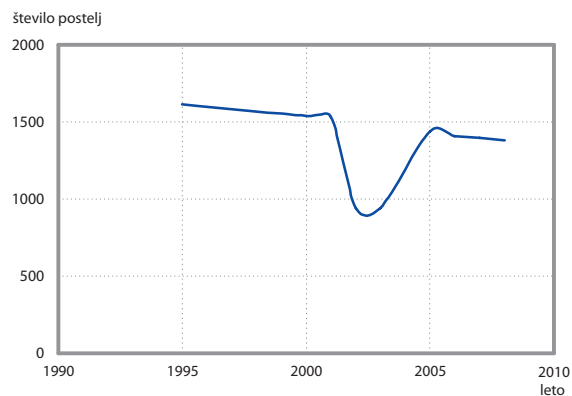
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 962 m/3328 m

Upravno središče in njegova nadmorska višina: Disentis/ Mustér (1130 m)

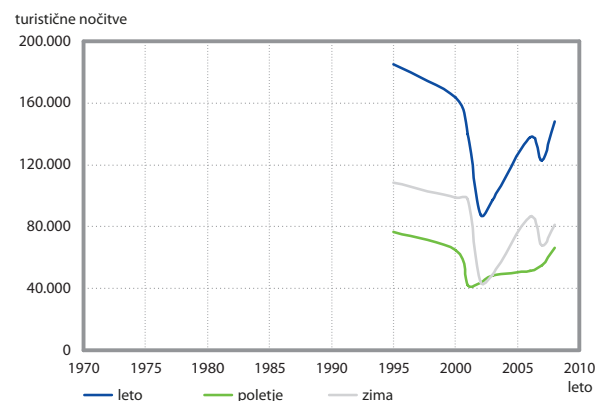
Najbližji dostop na avtocesto: Tamins (50 km)

Najbližja železniška postaja: železniški promet v celotni pilotni regiji

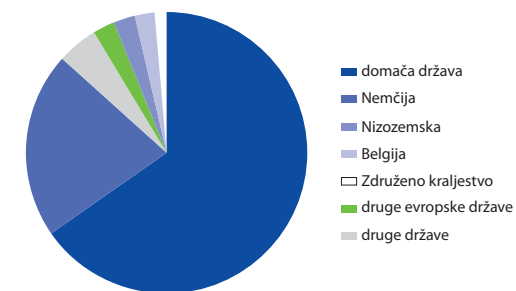
Najbližja mednarodna letališča: Lugano (110 km), Zürich (147 km), Milano (214 km)



Slika 3.12.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1995 do 2008 – Surselva.



Slika 3.12.3: Celoletne, poletne in zimске turistične nočitve v letih od 1995 do 2008 – Surselva.



Slika 3.12.4: Poreklo poletnih gostov v letu 2008 – Surselva.

3.12.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Leži v Graubündenu, vodilni švicarski turistični regiji;• osrednja lega v Alpah s privlačnim območjem pri prelazu Gotthard, ki ima velik potencial za razvoj turizma;• lahek dostop (z lastnim in javnim prevozom) v primerjavi z drugimi podobnimi destinacijami v mednarodnem prostoru;• upoštevanje podnebnih tveganj pri prostorskem načrtovanju;• finančno močni turistični partnerji, kot je Sedrun (25-odstotni diverzifikacijski faktor v hidroenergetiki in gozdarstvu, in novi turistični vlagatelji v Andermattu;• kulturne znamenitosti (samostan v Disentisu);• infrastruktura v sklopu projekta Porta Alpina (še nedokončana, vendar je dostop do NEAT, nove železniške proge prek Alp, že omogočen);• lokalni politiki skušajo zagotoviti javna sredstva.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Celotna regija je nestabilna, kar povzroča negotovost ter počasen razvoj in odločanje;• visoka stopnja vpletenosti lokalne politike;• organizacija turističnega trženja na prehodu; poslovno načrtovanje še ni vzpostavljeno;• treba je oblikovati nove strategije za razvoj destinacije; slabo sodelovanje med deležniki in pomanjkanje mreženja na splošno;• zaradi slabih izkušenj v preteklosti različni manjši deležniki v turizmu nimajo volje sodelovati z nosilci odločitev;• pomanjkanje raznolike ponudbe in proizvodov poleti; prevelika osredotočenost na zimo;• pozimi slab dostop zaradi zaprtja ceste (čez prelaz Oberalp; vlaki pa vozijo in povezave so zanesljive);• odvisnost od javnega proračuna.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Krepitev celoletnega turizma;• krepitev poletne turistične oskrbovalne verige in ponudbe proizvodov;• zgoščevanje donosne zimske športne infrastrukture in območij z zagotovljenim snegom;• razvojne priložnosti zaradi prisotnosti novega vlagatelja v Andermattu, ki vlaga tudi v Sedrun in sorodna podjetja, ki upravljajo z žičnicami (učinki prelitja iz Andermatta in inkubacija podjetij);• poudarek na prednostih regije, podnebnju ter trajnostnih turističnih proizvodih in storitvah;• možnost promoviranja trajnostnega turizma, povezanega s prenovljeno projektno skupino St. Gottharda;• ponovni zagon projekta Porta Alpina na dolgi rok;• izboljšanje sodelovanja med deležniki v turizmu in ostalih področjih.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Potrebne so velike naložbe, kar pa je težko uresničljivo;• destinacija propada; ni obnovitvenih pobud;• neuspešna inkubacija lokalnih podjetij ter malih in srednjih turističnih podjetij;• lokalni politiki se vmešavajo v proces sprememb;• upravljanje destinacije se znajde v slepi ulici/je neuspešno;• turistični panogi primanjkuje podpora drugih deležnikov;• odvisnost od projekta za razvoj švicarskih Alp v Andermattu;• zmanjševanje pomena manjših smučarskih središč na nižjih legah;• projekt St. Gotthard propadel zaradi težav s proračunskimi sredstvi/slabega sodelovanja med kantoni.

Preglednica 3.12.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Surselva.

3.12.2 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 3

Tema prve delavnice: informacije o projektu ClimAlp-Tour ter opredelitev regionalnih potreb in ciljev.

Tema druge delavnice: spodbujanje sodelovanja med regionalnimi deležniki (na podlagi rezultatov analize socialnih omrežij).

Tema tretje delavnice: strategije izvajanja prilagoditvenih ukrepov in prihodnjih projektov.

Namen in cilji

Destinacija je trenutno v fazi uvajanja korenitih sprememb zaradi velike zunanje naložbe v gradnjo nove turistične vasi v Andermattu, ki leži tik ob prvotno predvideni pilotni lokaciji. Glavna strategija za blažitev vplivov podnebnih sprememb, ki je trenutno predvidena, je obsežna širitev smučišča (žičnic in prog) oziroma združitve dveh prej ločenih smučišč.

Strategije

Destinacija je v fazi močnega upada, ki vodi v heterogeno strukturo malih in srednjih turističnih podjetij. Glede na sestavo glavne skupine, ki je sodelovala na vseh treh delavnicah (upravni uslužbenci, lastniki malih podjetij in predstavniki prevoznikov), je bil glavni poudarek na vseh delavnicah na dveh glavnih slabostih območja: komunikaciji med akterji iz različnih vasi in sektorjev ter izvajanju pobud od spodaj navzgor, še zlasti za poletne in nišne turistične proizvode. V sklopu teh dveh tematskih sklopov so bili razviti različni konkretni ukrepi.

Ocena

Glavna pomanjkljivost oblikovanih strategij je trenutno zagotovo nezadostna podpora različnih deležnikov, še zlasti predstavnikov lokalnih upravljavcev žižnic, lokalne turistične organizacije, ključnih lokalnih turističnih akterjev in nekaterih regionalnih politikov, ki se preveč obremenjujejo z vprašanjem podnebnih sprememb in hitrega razvoja, ki je posledica prej omenjene naložbe, da bi se lahko posvetili alternativnim ali dopolnilnim pobudam od spodaj navzgor in/ali inovacijskim procesom.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Strategije in ukrepi, oblikovani na delavnicah v okviru projekta ClimAlpTour, bodo osnova nadaljnega razvoja v okviru programa regionalnega gospodarskega razvoja, ki se bo v regiji Gotthard začel izvajati leta 2012 s poudarkom na omogočanju pobud med skupnostmi in kantoni, in sicer tudi v turizmu.



B. Erhartič

Slika 3.12.5: Zimski gozd.

3.13 Wilder Kaiser



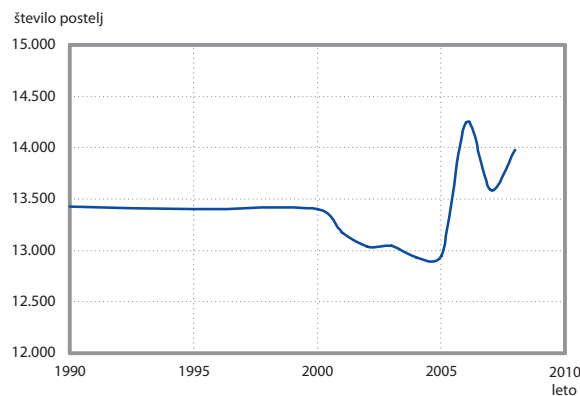
TVB Wilder Kaiser

Slika 3.13.1: Vas Going, v ozadju znameniti Wilder Kaiser.

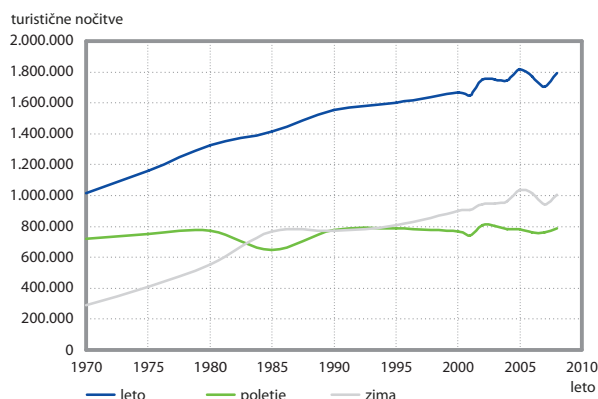
Lokacija: Avstrija
 NUTS 2: AT33 Tirol
 NUTS 3: AT335 Tiroler Unterland

Površina: 134 km²
 Število prebivalcev: 9307 (leta 2008)
 Število prebivalcev na km²: 69
 Najnižja in najvišja nadmorska višina: 532 m/2340 m
 Upravno središče in njegova nadmorska višina: Ellmau (804 m)

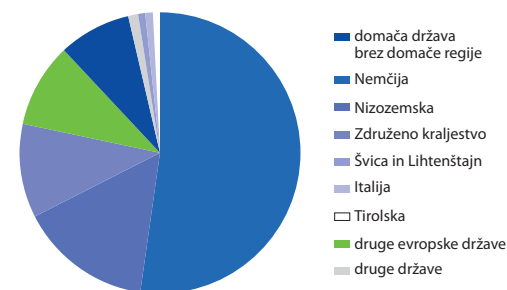
Najbližji dostop na avtocesto: Wörgl (18 km)
 Najbližje železniške postaje: St. Johann (10 km), Kitzbühel (10 km), Wörgl (18 km)
 Najbližja mednarodna letališča: Salzburg (61 km), Innsbruck (87 km), München (101 km)



Slika 3.13.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1990 do 2008 – Wilder Kaiser.



Slika 3.13.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1970 do 2008 – Wilder Kaiser.



Slika 3.13.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Wilder Kaiser.

3.13.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Neokrnjena narava in okolje;• kakovostni turistični proizvodi in storitve;• regionalni turizem;• največje celoletno smučarsko središče v Avstriji;• regionalni viri;• oskrba z vodo;• dostopnost;• urbani objekti;• obsežno kmetijsko območje;• intenzivnost turizma je le rahlo nad povprečjem.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Profil nadmorske višine;• odvisnost od zimskega turizma;• zmogljivost regionalnih proizvodov in storitev;• starajoče se prebivalstvo na destinaciji;• odvisnost od nemških turistov poleti (66 %);• nizka stopnja zasedenosti (pod 40 %) v primerjavi z visokim številom razpoložljivih postelj.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Krepitev poletnega turizma;• nagnjenost k povpraševanju po večji kakovosti v turizmu;• nagnjenost k večjemu številu krajših potovanj;• regionalnost v ponudbi turističnih proizvodov in storitev;• spremembe vedenja potrošnikov zaradi podnebnih sprememb;• regionalni viri;• tehnološke naložbe;• povečana okoljska zavest potrošnikov;• spremembe flore in favne;• daljše poletne sezone.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Nevarnost poplav;• spremembe flore in favne;• nevarnost naravnih nesreč;• krajše zimske sezone;• nagnjenost h krajšim potovanjem;• politični pritiski s strani regij, ki jim primanjkuje vode;• vse višja snežna meja;• naraščajoči stroški oskrbe z vodo;• naraščajoči stroški izgradnje turističnih objektov;• naraščajoči stroški potovanj;• verodostojnost podatkov o razpoložljivosti snega;• pomanjkanje snega.

Preglednica 3.13.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Wilder Kaiser.

³⁴ Cilji oblikovanja strategij, ocene in nadaljnji ukrepi po zaključku projekta veljajo tudi za Brandnertal in Stubai Tirol.

3.13.2 Prilagoditvene strategije³⁴

Število organiziranih delavnic: 1

Tema delavnice: oblikovanje prilagoditvenih strategij in možnosti za uresničevanje.

Namen in cilji

Oblikovanje strategij za avstrijske pilotne lokacije je namenjeno iskanju dolgoročnih rešitev za vplive podnebnih sprememb na turistične destinacije. Da bi ta cilj dosegli, smo proces razdelili na tri dele. Najprej smo deležnike povabili, da na razpravi predstavijo svojo vizijo glede vplivov podnebnih sprememb in razloge za ustanovitev uradov za prilagajanje na posameznih destinacijah. Nato smo deležnike prosili, naj oblikujejo izjavo o poslanstvu oziroma nalogah, ki jih nameravajo prevzeti in tako uresničiti svoje vizije glede podnebnih vplivov. Te izjave obsegajo zunanje dejavnike, kot so potrebe in vzgibi gostov pa tudi cilji drugih interesnih skupin, pomembnih za turistično destinacijo. V naslednjem koraku so deležniki te cilje prevedli v različne trženjske strategije. Nazadnje so razvili potrebne ukrepe in koncepte za njihovo izvajanje.

Strategije

Za reševanje posledic podnebnih sprememb želijo deležniki na destinaciji Wilder Kaiser uresničiti širok koncept trajnosti v turistični proizvodnji. Ta naj bi bila okolju prijazna in skrbna do virov. Poleg tega so izdelki lokalnega izvora v samem središču prihodnjih turističnih proizvodov in storitev. Vprašanja, povezana z ozaveščanjem,



Slika 3.15.3: Wilder Kaiser septembra.

so osredotočena na goste in druge deležnike ter stremijo k vestnem ravnanju z naravnimi viri. Izpuste plinov, ki škodujejo podnebnju, bi lahko na dolgi rok zmanjšali. Doslej je bilo naravno okolje destinacije v dobrem stanju. Z vidika infrastrukture ima območje razviti in nerazviti del, saj ga gorska veriga deli na dva dela. To nasprotje bi morali ohraniti in tako privabljati različne skupine gostov, zlasti družine. Poletni turizem bodo krepili predvsem s ponovno vpeljavo koncepta poletne svežine (Sommerfrische), saj destinacija med vročimi poletnimi meseci nudi prijeten in svež oddih. Deležniki na destinaciji so razvili 44 ukrepov, med njimi tržnico, ki bi ponujala izključno lokalne izdelke, območja z malo prometa in

rabo vodnih zbiralnikov za umetno zasneževanje in proizvodnjo električne energije poleti.

Ocena

V splošnem so deležniki v turizmu zelo slabo motivirani za odzivanje na posledice podnebnih sprememb. Večina se sicer podnebnih sprememb zaveda, vendar se jim zdi časovno obdobje, v katerem bo vplive mogoče opaziti v turizmu, še preveč oddaljeno. Problematika, povezana s podnebnimi spremembami, je težko razumljiva, zato se številna različna vprašanja, kot sta regionalnost v razvoju turizma ter trajnostni razvoj okolja, družbe, gospodarstva ipd., obravnavajo z vidika podnebnih sprememb. Izvajanje bolj trajnostnih turističnih načel velja za najbolj obetavno strategijo na tem področju. Razvite strategije večinoma odražajo pričakovano spremembo v ozaveščenosti gostov in tehnične prilagoditvene strategije (npr. umetno zasneževanje). Ukrepi za omilitev posledic naj bi se izvajali na ravni vlade.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Na destinaciji je treba glavnim deležnikom predstaviti tako cilje, namene in strategije umeščanja kot tudi ideje in ukrepe ter z njimi o tem razpravljati. Izvedljive in splošno sprejete strategije je treba dodatno izpopolniti, da destinacijo ločimo od konkurenčnih in jo prilagodimo podnebnim spremembam. Ko odbori strategije odobrijo, je treba te predstaviti javnosti in s tem zagotoviti družbeno sprejemljivost. S tem namenom je treba ustanoviti delovno skupino za trajnostni razvoj, ki se bo

ukvarjala z vprašanji trajnostne turistične proizvodnje. Eden od dejavnikov uspešnosti je ustrezna izbira članov. Razviti ukrepi in ideje morajo nato še skozi fazi preverjanja in vrednotenja, pri čemer je treba zagotoviti, da se upoštevajo vse interesne skupine in da so ukrepi v skladu s celostno strategijo.

3.14 Aletsch



Lokacija: Švica

NUTS 2: CH01 Région lémanique

NUTS 3: CH012 Valais

Površina: 347 km²

Število prebivalcev: 10.345 (leta 2007)

Število prebivalcev na km²: 29,8

Najnižja in najvišja nadmorska višina: 673 m/4274 m

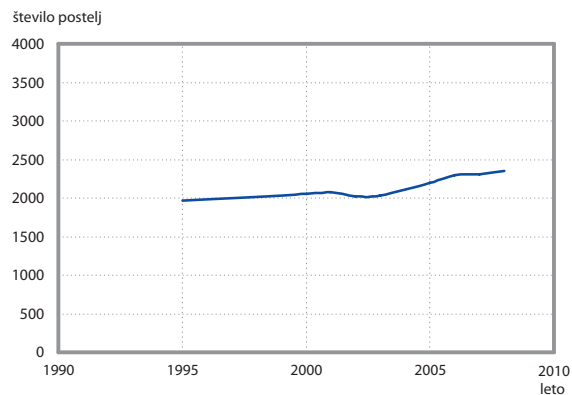
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Naters (673 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Siere (36 km)

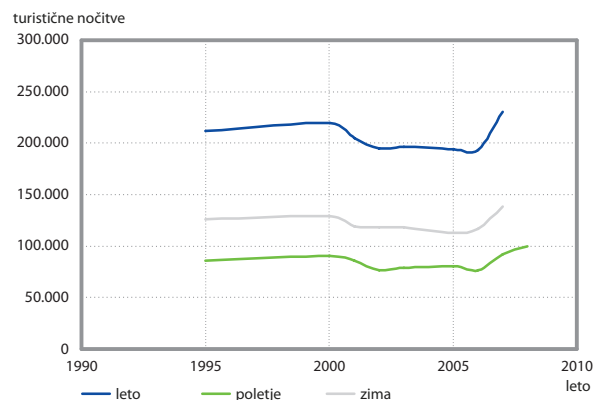
Najbližja železniška postaja: Brig (0,5 km)

Najbližja mednarodna letališča: Milano (148 km), Geneva (184 km), Zürich (187 km)

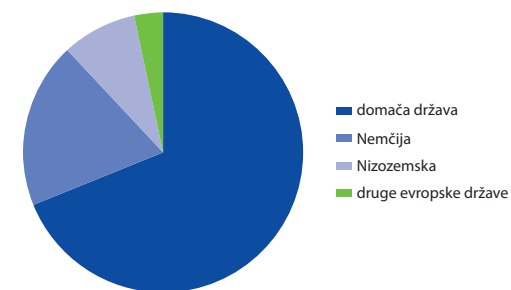
Slika 3.14.1: Pogled iz gozda Aletsch na najdaljši (pribl. 23 km dolg) ledenik v Alpah – ledenik Aletsch.



Slika 3.14.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1995 do 2008 – Aletsch.



Slika 3.14.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1995 do 2009 – Aletsch.



Slika 3.14.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Aletsch.

3.14.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Dobre razmere za smučanje (smučišče nad 1900 m nadmorske višine, snežni topovi);• pokrajina (regija Jungfrau-Aletsch je uvrščena na Unescov seznam svetovne dediščine; dovolj vodnih virov, veliko sonca);• dobra organizacija in solidarnost ob naravnih nesrečah.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Premalo alternativnih dejavnosti, ki niso povezane s smučanjem;• donosnost smučarske dejavnosti (visoki stalni stroški npr. zasneževanja);• slaba obveščenost o višini snežne odeje;• slabo sodelovanje;• omejena izbira hotelov.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Razvoj poletnega turizma (hladna poletja);• spreminjanje potreb turistov (avtentičnost, narava, kultura itd.);• opazne posledice podnebnih sprememb (večja ozaveščenost o podnebnih spremembah med turisti v mestih);• alternativni turizem (turizem na prizorišču naravnih nesreč; kmečki turizem).	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Naravne nesreče: negativno poročanje medijev in negativna podoba;• upad števila obiskovalcev (spremembe v ledeniški pokrajini, naravne nesreče);• boljše sodelovanje s konkurenco in ne z akterji v regiji;• visoki stroški preventivnih ukrepov (za urejanje planinskih poti itd.).

Preglednica 3.14.1: Analiza swot za pilotno lokacijo Aletsch.

3.14.2 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 3

Tema prve delavnice: analiza Swot ter najnovejši podatki o podnebnih spremembah in njihovih učinkih na turizmu na območju Aletsch.

Tema druge delavnice: najnovejši podatki o obstoječih strategijah in izbor nekaj najpomembnejših prilagoditvenih strategij, ki se osredotočajo prav na turizem in podnebne spremembe.

Tema tretje delavnice: iskanje nekaj konkretnih ukrepov za oblikovanje prilagoditvenih strategij, ki so bile obravnavane na drugi delavnici.

Namen in cilji

Na destinaciji so še vedno dobre razmere za smučanje, ker je večji del smučišča nad 1900 metri nadmorske višine in je dobro opremljeno s snežnimi topovi. Toda obstaja premalo alternativnih smučanju. Pokrajina je edinstvena in je del območja Švicarske Alpe Jungfrau-Aletsch, ki je uvrščeno na Unescov seznam svetovne dediščine. To bi morali izkoristiti za promocijo poletnega turizma. Ledenik daje vpogled v zgodovino podnebja in zato turistom, ki to območje obiščejo, omogoča boljše zavedanje o podnebnih spremembah. Toda njegovo izginjanje lahko negativno vpliva na pokrajino.

Strategije

Osemdeset odstotkov nočitev na destinaciji je pozimi. Zagotovljen bi torej moral biti zimski turizem. Glavna težava pri zagotavljanju športov na snegu je umetno zasne-



B. Erhartič

Slika 3.14.5: Preprosto in lepo.

ževanje. Zagotovljena bi torej morala biti donosnost naložbe. Zaradi visokih stroškov ne bi smelo biti proizvedenega preveč snega, toda vseeno bi ga moralo biti dovolj, da ljudje pridejo v letovišča. Prav tako je pomembno, da se optimizira proizvodnja, da se ne bi tratilo z energijo in vodo. Posledično sta z gospodarskega in okoljskega

vidika zelo pomembni energijska učinkovitost in ekonomska raba vode, ki se lahko sprejmeta kot konkreten ukrep.

Polega ohranjanja zimskega turizma se mora razviti tudi poletni turizem. Bodoči potencial za destinacijo je poletna sezona, ki so jo v zadnjih tridesetih letih zanemarjali. Turisti potrebujejo manj denarja za poletne počitnice kot za zimske. Pohodništvo ostaja osnovna poletna dejavnost (95 %). Moralo pa bi se bolj prodajati kot doživetje, saj poti same ne zadostujejo. Konkretni ukrep za izboljšanje tega doživetja je ureditev poti z lokalno hrano in pijačami, ki veljajo za specialitete. Promovirati bi bilo treba značilne gorske proizvode in kulturo, ker bo to privlačilo turiste iz urbanih okolij.

Ocena

V splošnem ta študija primera poudarja dejstvo, da se deležniki le s težavo odpovejo modelu »poslovanja brez sprememb« (ang. *businesses as usual*). To pomeni, da se osredotočajo predvsem na prilagoditvene strategije za ohranjanje smučarskih in drugih aktivnosti na snegu, poletne pohodniške dejavnosti pa postavljajo šele na drugo mesto. Prav tako poudarja naslednji paradoks: tistih nekaj deležnikov, ki so se delavnic udeležili lani, ni zanimalo »teoretično« poročilo o turizmu in podnebnih spremembah, obenem pa jih je bilo težko prepričati, da prevzamejo odgovornost za uvedbo izbranih ukrepov. Celo najbolj motiviranim deležnikom, ki so se strinjali, da bodo prevzeli odgovornost za konkretne projekte, od

zadnje delavnice junija 2010 ni uspelo napredovati s svojimi projekti.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Direktor podjetja, ki upravlja z gondolo, je odgovoren za ukrepe, povezane z ekonomično proizvodnjo snega, direktor turistične zveze pa za ukrepe, povezane s potjo z lokalnimi proizvodi. Po zaključku projekta ClimAlp-Tour bomo z njima ostali v stiku, da bomo lahko spremljali njun napredek. Toda sodelovati bi morale tudi občine, saj so ključni deležniki, ki lahko občutno izboljšajo situacijo glede podnebnih sprememb.

3.15 Brandnertal



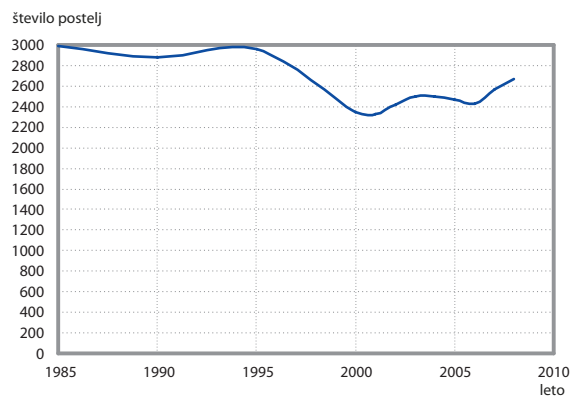
Lokacija: Avstrija
NUTS 2: AT34 Vorarlberg
NUTS 3: AT341 Bludenz-Bregenzer Wald

Površina: 78,5 km²
Število prebivalcev: 4318 (leta 2008)
Število prebivalcev na km²: 55
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 570 m/2965 m
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Brand (1036 m)

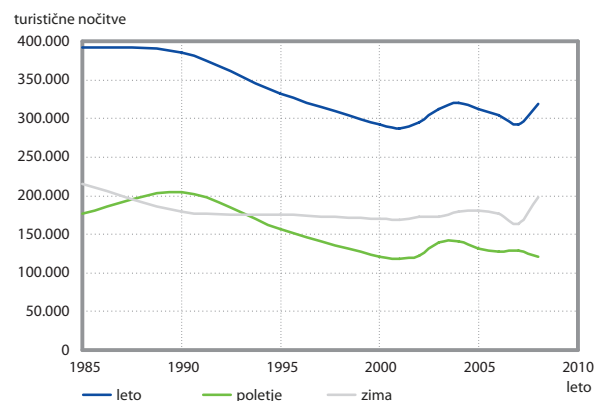
Najbližji dostop na avtocesto: Bludenz (10 km)
Najbližja železniška postaja: Bludenz (8 km)
Najbližja mednarodna letališča: Friedrichshafen (65 km), Innsbruck (143 km), Zürich (163 km)

Alpenregion Bludenz

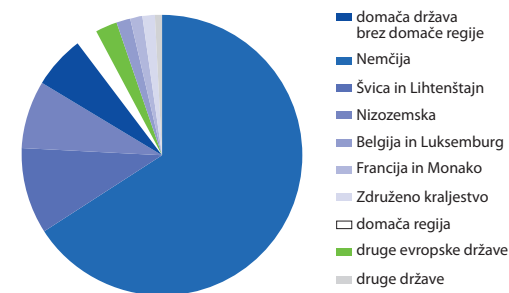
Slika 3.15.1: Vas Brand, obkrožena z visokimigorami.



Slika 3.15.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1985 do 2008 – Brandnertal.



Slika 3.15.3: Število prispelih turistov skozi celo leto, poleti in pozimi v letih od 1985 do 2008 – Brandnertal.



Slika 3.15.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Brandnertal.

3.15.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Neokrnjena narava in okolje;• kakovostni turistični proizvodi in storitve;• regionalni viri (npr. voda);• lokalno območje za rekreacijo z veliko gosti, ki se vračajo;• kmetijski in regionalni proizvodi.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Profil nadmorske višine;• odvisnost od zimskega turizma;• le malo novih proizvodov;• slabo sodelovanje;• slaba mednarodna uveljavljenost.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Krepitev poletnega turizma;• nagnjenost k večji individualnosti pri turističnem povpraševanju;• spremembe flore in favne;• daljše poletne sezone;• tehnične inovacije;• nagnjenost k večjemu številu krajših potovanj;• nagnjenost k povpraševanju po večji kakovosti v turizmu;• regionalnost v ponudbi turističnih proizvodov in storitev;• posamezni paketi v turistični ponudbi;• proizvodi in storitve blizu naravi.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Krajše zimske sezone;• zmanjšano ustvarjanje vrednosti v poletni sezoni;• nevarnost poplav;• spremembe flore in favne;• nevarnost naravnih nesreč;• vse višja snežna meja;• pomanjkanje snega;• naraščajoči stroški oskrbe z vodo;• stroški zaščitnih ukrepov;• manjšanje splošnega zanimanja za smučarske športe;• verodostojnost podatkov o razpoložljivosti snega.

Preglednica 3.15.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Brandnertal.

3.15.2 Prilagoditvene strategije³⁵

Število organiziranih delavnic: 1

Tema delavnice: Oblikovanje prilagoditvenih strategij in možnosti za uresničevanje.

Strategije

Narava in varovanje okolja, regionalnost v proizvodnji in kakovost so ključne prvine prilagoditvene strategije za Brandnertal. Zaradi posledic podnebnih sprememb je treba zmanjšati odvisnost od posameznih sezon ter razviti celoletne turistične proizvode in storitve, ki bodo neodvisne od vremenskih razmer, pri čemer se je treba osredotočiti zlasti na družino kot ciljno skupino. Brandnertal želi biti zavetje pred vsakodneвно naglico, ki je pravzaprav tudi gonilo podnebnih sprememb. Gosti bi morali Brandnertal obiskati, ker posluje trajnostno. Oza-veščanje o vprašanih trajnostnega razvoja je cilj, s katerim bi znižali občutljivost strank na cene. Opremljenih je bilo 51 idej in ukrepov za uresničevanje strateških ciljev.

³⁵ Za namene in cilje, ocene in nadaljnje ukrepe po zaključku projekta glej poglavje 3.13.3: Wilder Kaiser.

3.16 Les Gets



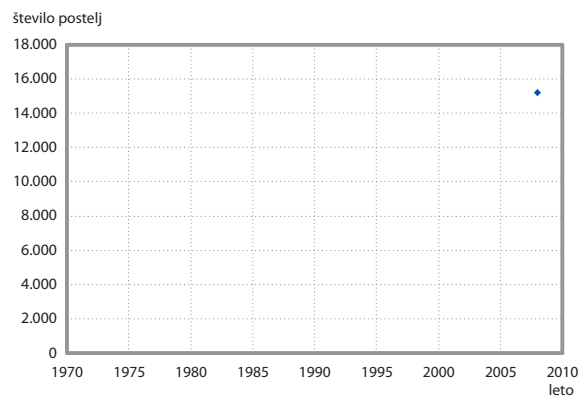
N. Joly, Office de Tourisme des Gets

Lokacija: Francija
NUTS 2: FR71 Rhône-Alpes
NUTS 3: FR718 Haute Savoie

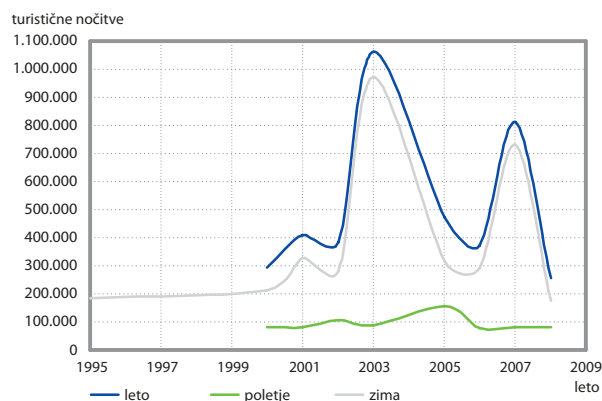
Površina: 29,83 km²
Število prebivalcev: 1321 (leta 2006)
Število prebivalcev na km²: 44
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 1172 m/2002 m
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Les Gets (1172 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Cluses (22 km)
Najbližji železniški postaji: Cluses (22 km), Ženeva (63 km)
Najbližji mednarodni letališči: Ženeva (63 km), Annecy (82 km)

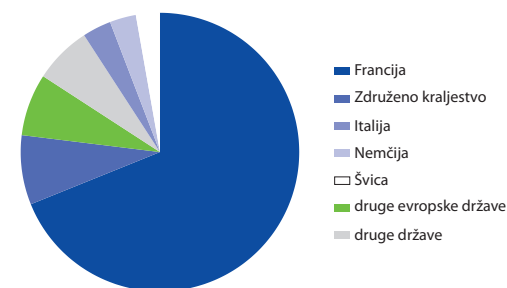
Slika 3.16.1: Vas Les Gets, Zgornja Savoja, v ozadju Mont Blanc.



Slika 3.16.2: Velikost destinacije po številu postelj leta 2008 – Les Gets.



Slika 3.16.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1995 do 2008 – Les Gets.



Slika 3.16.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Les Gets.

Prevladujoč zimski turizem

3.16.1 Swot analiza

Prednosti <ul style="list-style-type: none">• Izkazalo se je, da se lokalno prebivalstvo zlahka prilagaja spremembam (preoblikovanje gospodarstva iz kmetijstva v turizem);• visoka stopnja lokalnega nadzora nad infrastrukturo, nepremičninami in podjetji;• močan občutek pripadnosti;• široka zimska ponudba dejavnosti za nesmučarje;• nova spletna stran kot odziv na rezultate nedavne raziskave; dokaz, da je turistična agencija sposobna konkretno ukrepati;• bližina Ženeve, Annecyja in drugih premožnih območij;• dober zagon na področju trajnostnega razvoja/okoljskih ukrepov;• povezanost kraja z »Route des Grandes Alpes« zagotavlja pretok trgovine in dobro dostopnost.	Slabosti <ul style="list-style-type: none">• Cene nepremičnin povzročajo občutne motnje na lokalnem nepremičninskem trgu in v dejavnostih;• strateška vizija, osredotočena na Les Gets – pomanjkanje razumevanja širšega konteksta?• nizka stopnja solidarnosti med različnimi deležniki v kraju;• slabo razumevanje potreb in želja britanskih prebivalcev in lastnikov nepremičnin;• kraj še vedno odvisen od ene same panoge (zimskega športnega turizma);• pomanjkanje nadzora nad razpoložljivimi turističnimi nastanitvami vodi v izgubo potencialnih prihodkov od turističnega davka.
Priložnosti <ul style="list-style-type: none">• Uvajanje drugih dejavnosti, na primer uporabe hitre širokopasovne povezave za ustanovitev središča na daljavo blizu Ženeve; ustanovitev podjetniškega inkubatorja ali »silikonske gore« in ureditev privlačnega stanovanjskega območja za zaposlene v mestu;• nadgradnja že doseženega napredka na področju trajnostnega razvoja in okoljskih dejavnosti;• izboljšanje nadzora turistične dejavnosti: na primer z uvedbo knjige prihodov, ki bi omogočala boljši nadzor in večji prihodek od turističnega davka, s pomočjo katerega bi financirali druge projekte.	Nevarnosti <ul style="list-style-type: none">• Spremembe v socialni sestavi skupnosti;• zmanjšana zmožnost prilagajanja spremembam v primeru spremembe lokalnega prebivalstva?• manjši pomen/izguba prepoznavnosti kmetijstva v skupnosti;• oskrba z vodo;• dolgoročna zanesljivost snežne odeje;• vse večja konkurenca v turizmu, še zlasti v turistični ponudbi gorskih destinacij;• zmanjšanje števila hotelov in s tem najbolj iskanih nastanitvev; povečanje števila manj iskanih nastanitvev.

Preglednica 3.16.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Les Gets.

³⁶ Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 10 od 13 parametrov.

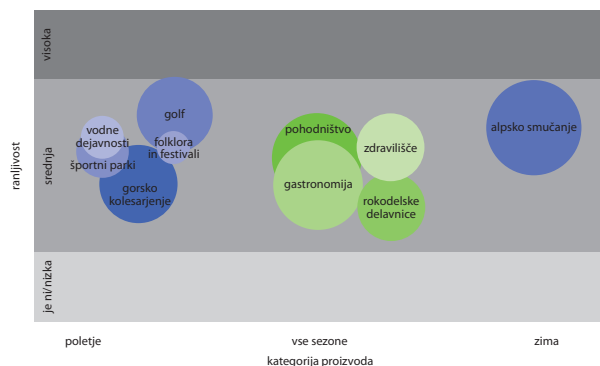
3.16.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ranljivost turistične destinacije Les Gets je ocenjena z 2,85, kar pomeni, da je razmeroma nizka, ravni skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 2,43 (obrtne delavnice) do 3,23 (golf).³⁶ Seznam proizvodov iz Les Getsa je zelo raznolik in vsebuje aktivnosti s področja alpskih poletnih in zimskih športov pa vse do vrhunskih restavracij, wellness-a in starodavnih običajev in tradicij. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa športne ponudbe pokažejo najvišje ravni ranljivosti, in so zato najbolj tvegane. Razmeroma nizka rast BDP v letih od 2002 do 2008 (12 %) je najranljivejši gospodarski parameter. Družbena in okoljska ranljivost sta podpovprečni. Les Gets ima starostni indeks 78,11 %, kar pomeni, da se družba pomlaja, to pa je kar redek pojav, če primerjamo z ostalimi ClimAlpTour-ovimi pilotnimi območji.

Prilagoditvena prožnost Les Gets-a je rahlo nad povprečjem (3,19). Déležniki kažejo pozitiven odnos do upoštevanja podnebnih sprememb v procesu razvijanja te turistične destinacije. Mnenja so, da bi njihove organizacije lahko imele korist od sprememb v strategiji, ki nastajajo zaradi težav s podnebnimi spremembami, in menijo, da obstajajo ustrezne alternative za razvoj v regiji. Te alternative pa niso nujno vezane na turizem. Ob predlogu, da je treba poudarek predstavljati med obstoječimi razvojnimi strategijami, sta bila dodatno omenjena še visokokakovostno hribovsko kmetijstvo in obrtništvo.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Golf	Splošni šport na prostem	2,85	3,60	3,23	6
Alpsko smučanje	Alpski zimski šport	2,85	3,40	3,13	10
Vodne dejavnosti	Splošni šport na prostem	2,85	3,20	3,03	2
Zdravilišče	Wellness/Toplice/Zdravje	2,85	3,00	2,93	5
Športni parki	Druge prostočasne aktivnosti na prostem	2,85	3,00	2,93	3
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,85	3,00	2,93	1
Pohodništvo	Pohodništvo/Sprehajanje	2,85	2,80	2,83	9
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,85	2,40	2,63	8
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	2,85	2,40	2,63	7
Obrtne delavnice	Starodavni običaji/tradicije	2,85	2,00	2,43	4

Preglednica 3.16.2: Skupna ocena ranljivosti – Les Gets.



Slika 3.16.5: Nabor turističnih proizvodov – Les Gets.

Za goste so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihovo izbiro počitniške destinacije, zanesljivost vremenskih razmer, kakovostne storitve in avtentičnost regije. Na to vprašanje je odgovoril le en strokovnjak in njegova ocena se ujema z ovrednotenjem obiskovalcev (ocene za malenkost višje, vendar v isti smeri).

3.16.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prva delavnice: »Inovativni turistični poklici v Les Getsu.«

Tema druge delavnice: »Inovativni turistični poklici v Les Getsu.«

Namen in cilji

Cilj strategije je bil ponuditi inovativne strategije za splošni razvoj kraja Les Gets. Kraj je močno odvisen od turizma, predvsem zimskega, ki prinese največji delež prihodka. Lokalne oblasti se zavedajo tveganj, povezanih s snežno odejo, ki so posledica podnebnih sprememb in potencialnega pomanjkanja vode. Turistični urad dejavno razvija proizvode in ravno zato je bil zastavljen splošen cilj, da se spodbudi oblikovanje inovativnih predlogov za razvoj smučišča, vključno s stanovanjskim delom in drugimi potencialnimi gospodarskimi dejavnostmi.

Strategije

Deležniki so najprej opredelili tri glavne teme, ki bodo v pomoč pri doseganju zastavljenega cilja, nato pa so znotraj vsake teme oblikovali posamezne predloge:

Projekt ekodestinacije:

- še bolj spodbuditi okoljsko ozaveščene dejavnosti in razviti skladno strategijo za ekodestinacijo: smučišče s številnimi okoljskimi akcijami prednjači pred tekmeči, a jih je treba bolj uskladiti in o njih bolj obveščati javnost;
- sprejeti strategijo za pridobitev statusa ekovasice, na primer: razširiti območja za pešce in zgraditi parkirišča zunaj mesta ali podzemna parkirišča; vzpostaviti avtobusno povezavo za krajane, zlasti šolske avtobuse za lokalne otroke; izboljšati reciklažo odpadkov tako, da bi vključili celotno verigo od krajanov do združenj, odgovornih za pravilno ravnanje z odpadki; izboljšati



N. Joly, Office de Tourisme des Gets

Slika 3.16.6: Vlakec vozi smučarje in turiste po vasi.

čistočo vasi; sprejeti ustrezno okoljsko listino, ki bi obvezovala tudi ponudnike prenočišč in podjetja.

Celoletna destinacija:

- postopoma se premakniti proti celoletnemu turizmu z več kratkimi sezonami, ki bi jih nato počasi daljšali (velika noč, poletje, praznik vseh svetih, zima);
- usmeriti se na ciljno skupino mladih upokojencev, ki si želijo iz mesta in svoj prosti čas kakovostno izkoristiti v gorah (selitev ali počitnice);
- oblikovati celoletno poslovno točko za delo na daljavo v za to namenjenemu centru, kjer bi lahko dejavnosti vzajemno krepili in podpirali.

Prevzem nadzora na zemljiščem, prenova infrastrukture:

- ohraniti podobo vasi tako, da ohranimo njeno središče in zagotovimo, da bo velikost vasi ostala skladna z njeno podobo;
- razmisliti o tem, da bi središče spremenili v območje za pešce, parkirišča pa zgradili na obronkih s povezovalo do središča vasi (javni prevoz – avtobusi na električno);
- bolje izkoristiti javne stavbe in raziskati možnosti obnove javnih stavb, ki niso dovolj izkoriščene.

Ocena

Predlagane strategije dobro upoštevajo zastavljene cilje. Njihova prednost je, da so skladne ena z drugo.

Tretjo temo (zemljišče in infrastruktura) je najtežje obravnavati z uresničljivimi predlogi, saj je odvisna od volje in strategije lokalnih oblasti, poleg tega pa je v primeru zasebnega lastništva treba prepričati lastnike, da pri predlagani strategiji sodelujejo.

Pri vseh temah je za uspešnost predlogov izredno pomembno sodelovanje lokalne skupnosti. Da bi omogočili celoletno ponudbo, morajo biti trgovine odprte skozi vse leto tako za turiste kot krajanje. Recikliranje odpadkov zahteva sodelovanje ponudnikov prenočišč in lastnikov restavracij, pa tudi krajanov samih.

S politično voljo in trdno podporo lokalne skupnosti bi lahko predlagane strategije pomenile pomembno preusmeritev in dvig kakovosti razvoja Les Getsa.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Univerzo v Savoiji so povabili, da predstavi rezultate delavnic članom mestnega sveta Les Getsa. Mestni svetniki se bodo odločili, ali želijo uresničiti katero od predlaganih strategij. Za izvajanje katerekoli sprejete strategije bi bile zadolžene sedanje ali nove komisije, sestavljene iz svetnikov in lokalnih deležnikov.

3.17 Les Sept Laux



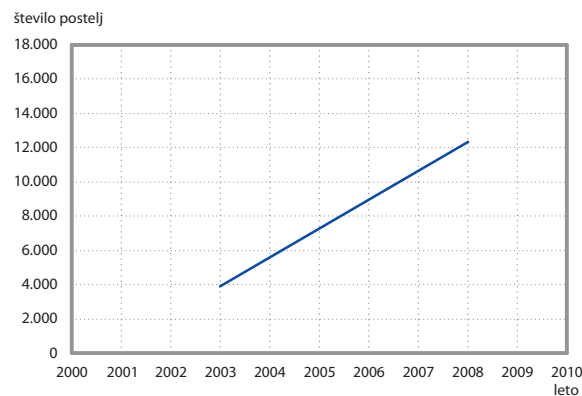
L. Chaix, Office de Tourisme des Sept Laux

Lokacija: Francija
 NUTS 2: FR71 Rhône-Alpes
 NUTS 3: FR714 Isère

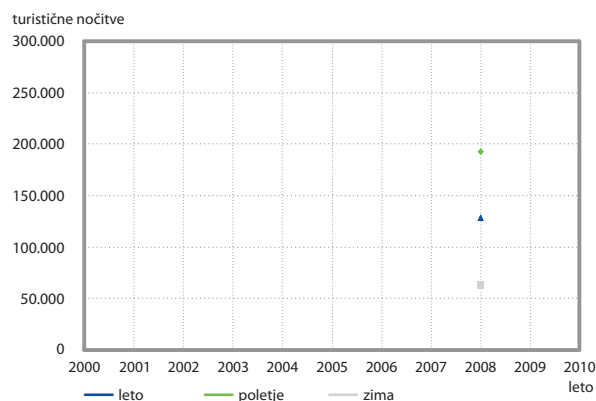
Površina: 128 km²
 Število prebivalcev: 2828 (leta 2006)
 Število prebivalcev na km²: 22
 Najnižja in najvišja nadmorska višina: 320 m/2925 m
 Upravna središča in njihova nadmorska višina: Les Adrets (740 m), La Ferrière (940 m), Theys (620 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Brignoud/Crolles (17 km)
 Najbližji železniški postaji: Chambéry (50 km), Grenoble (35 km)
 Najbližji mednarodni letališči: Chambéry (55 km), Lyon (134 km)

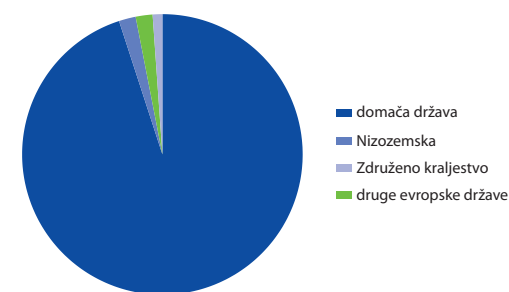
Slika 3.17.1: Prapoutel, ena od treh vstopnih točk v smučarsko območje Les Sept Laux v Isère, ki je lahko dostopna iz Grenobla; spodaj se vidi dolina Grésivaudan.



Slika 3.17.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 2003 do 2008 – Les Sept Laux.



Slika 3.17.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letu 2008 – Les Sept Laux.



Slika 3.17.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Les Sept Laux.

3.17.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bližnje letovišče za sosednja urbana območja; • zlahka dostopna smučišča (v bližini so postaje in avtoceste); • mlada, športna in družinska podoba pozimi; • prestrukturirano in modernizirano smučišče; • smučišče je na dveh straneh gore; • dobra infrastruktura za deskarje na snegu; • impresivni, panoramski gorski razgledi; • neokrnjeno visokogorsko okolje; • letovišče, ki je osnovano na treh lokacijah, od katerih ima vsaka svojo specifično identiteto in zgodovino; • dolga zgodovina turizma v dolini Bréda (lokacija Le Pleyret). 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preveč turistične nastanitve z majhno kapaciteto (apartmaji); • ni dovolj turistične nastanitve na vsaki izmed lokacij, da bi to bilo gospodarsko upravičeno; • le malo diverzifikacije turistične ponudbe, ki se osredotoča na alpsko smučanje in športe na snegu (podoba »smučarske tovarne«); • pomanjkanje turističnih proizvodov »all inclusive« in primerne strukture za njihovo trženje; • pomanjkanje identitete in vizije za letovišče poleti; • slabo usklajevanje med deležniki, še zlasti glede poletnih turističnih dejavnosti; • težave pri opredelitvi in postavitvi ustrezne upravljavske strukture, ki bi delovala na vseh treh lokacijah tega letovišča; • zelo omejena zmogljivost naložb v novo turistično infrastrukturo.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Izkoriščanje velikega potencialnega lokalnega povpraševanja tako pozimi kot poleti; • boljša promocija gorskega okolja pri oglaševanju letovišča; • nadaljnji razvoj poletnih dejavnosti, ki temeljijo na lokalnih dogodkih; • oblikovanje novih vrst počitniških paketov za bolj raznoliko turistično ponudbo; • boljše izkoriščanje potenciala, ki ga ima letovišče kot pribežališče za tiste, ki se želijo poleti izogniti mestni vročini; • razvoj poletne turistične ponudbe, ki temelji na specifičnih lokalnih virih (naravne znamenitosti (jezera, močvirja, itd.), velika ekološka raznolikost omočja ter industrijska in kulturna dediščina); • izboljšanje sodelovanja z deležniki na celotnem območju in izven njega poleti (npr. uporaba lokalnega pašnega kmetijstva (ovce, govedo) v turistične namene). 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Močna odvisnost od snega, ki naj bi postal še manj zanesljiv; • družbeno-kulturni razvoj in spremembe v vedenju in zahtevah turistov; • število obiskovalcev pozimi ogroža konkurenca sosednjih gorskih masivov; • nastanek novih turističnih destinacij in povečana konkurenca letovišč, ki več vlagajo v infrastrukturo in storitve; • morebitni novi predpisi glede energijske učinkovitosti obstoječih nastanitvenih objektov in javnih poslopij; • z gorskimi masivom Belledonne ni povezana nobena specifična blagovna znamka.

Preglednica 3.17.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Les Sept Laux.

3.17.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ranljivost turistične destinacije Les Sept Laux je ocenjena s 3,00, kar pomeni povprečje, ravni skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 2,70 (gorsko kolesarjenje) do 3,30 (tek na smučeh/turno smučanje in plavalni bazeni).³⁷

Seznam proizvodov je močno usmerjen v športe in zajema aktivnosti s področja alpskih zimskih športov kot tudi alpskih poletnih športov in splošnih športov na prostem. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa kažejo najvišjo raven ranljivosti alpske zimskošportne aktivnosti in so zato najbolj tvegane.

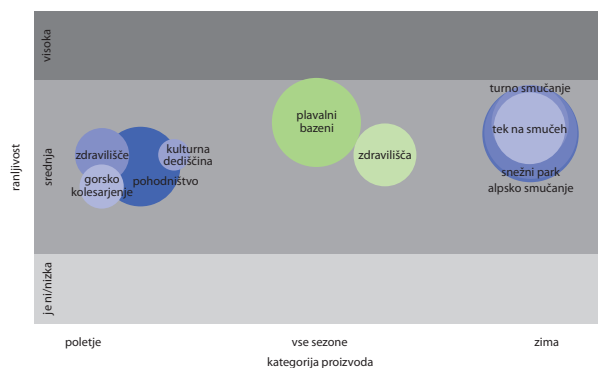
Gospodarski parametri kažejo stabilen razvoj, medtem ko parametri pri družbenih in okoljskih zadevah kažejo največjo ranljivost. Les Sept Laux ima s starostnim indeksom 56,04 % zelo mlado/pomlajujoče se prebivalstvo in občutek za skupnost in sodelovanje bi se lahko izboljšala. Zmerno visoka raven okoljske ranljivosti kaže, da je treba ponovno preudariti zanašanje na naravne vire (zlasti glede ponudbe zimskih športov).

Les Sept Laux ima prilagoditveno prožnost 2,76, kar je rahlo pod povprečjem. Deležniki so mnenja, da bi njihove organizacije imele korist od sprememb v strategiji, ki nastajajo zaradi težav s podnebnimi spremembami,

³⁷ Na voljo ni bilo izčrpnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 11 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Plavalni bazeni	Splošni športi na prostem	3,00	3,60	3,30	8
Turno smučanje	Alpski zimski šport	3,00	3,60	3,30	6
Tek na smučeh	Alpski zimski šport	3,00	3,60	3,30	5
Alpsko smučanje	Alpski zimski šport	3,00	3,40	3,20	10
Snežni park	Alpski zimski šport	3,00	3,40	3,20	9
Zdravilišče	Wellness/Toplice/Zdravje	3,00	3,00	3,00	4
Kulturna dediščina	Umetnost in kultura	3,00	3,00	3,00	1
Jahanje	Splošni športi na prostem	3,00	3,00	3,00	3
Pohodništvo	Pohodništvo/Sprehajanje	3,00	2,80	2,90	7
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	3,00	2,40	2,70	2

Preglednica 3.17.2: Skupna ocena ranljivosti – Les Sept Laux.



Slika 3.17.5: Nabor turističnih proizvodov – Les Sept Laux.

obiskovalci pa so prepričani, da okoljski dejavniki prej dodajajo vrednost ponujenim aktivnostim, kot da bi jih omejevali. Kot pomembne alternative pri nadaljnem razvoju so bili omenjeni ponudba zelenega turizma (»proč od vsakršnega smučanja«), organizacija prireditev na regionalni ravni in boljše markacije sprehajalnih/pohodniških poti. Poleg tega sta potrebna tudi izvajanje dolgoročnih strategij in boljše prizadevanje v trženju proizvodov in običajev regije Grésivaudan.

Gostje izjavljajo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihovo izbiro počitniške destinacije, višina stroškov ter gostoljubnost in prisrčen sprejem. Tudi zanesljivost vremenskih razmer (sneg v zimski sezoni, sonce v poletni) je zelo visoko ocenjena. Največja razlika med odgovori gostov in deležnikov pa je nastala pri ovrednotenju

okolju prijaznih meril. Gostje ocenjujejo ta parameter kot »pomemben«, deležniki pa mu dajejo najnižjo oceno, in predlagajo, da bi bil ta dejavnik »manj pomemben« oziroma »nepomemben«.

3.17.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 1

Tema delavnice: »Opredelitev inovativnih strategij za prihodnost območja Les Sept Laux«.

Namen in cilji

Smučišče Les Sept Laux, do katerega lahko pridemo s treh različnih lokacij znotraj letovišča, služi predvsem lokalnemu trgu dnevni smučarjev iz Grenobla in Chamberyja. Razvito je bilo v 70. letih prejšnjega stoletja, infrastrukturo letovišča pa so pred kratkim obnovili nekateri zasebni lastniki zemljišč (obnovljene so bile fasade). Strateško pomembne naložbe v smučarske vlečnice in opremo za umetno zasneževanje so oslabile finance občin, ki območje podpirajo, kar je omejilo nove naložbe. Poleg tega smučarsko središče leži na razmeroma majhni nadmorski višini, zaradi česar se pojavlja vprašanje, ali se bo v prihodnosti lahko še zanašalo na naravni sneg. Deležniki v letovišču se dobro zavedajo težav, s katerimi se soočajo, in aktivno iščejo rešitve. Delavnica je bila organizirana z namenom, da se raziščejo inovativne zamisli za razvoj poletnega turizma v letovišču in se tako izkoristijo novi viri prihodkov in zmanjša odvisnost od zimskega turizma.

Strategije

Lokalni svetniki in poslovni deležniki na območju Les Sept Laux so začeli oblikovati strategijo za poletni turizem, saj se nanj v preteklih nekaj letih niso osredotočali. Udeleženci delavnic so opredelili številne strategije na različnih ravneh, med drugim:

Upravljanje:

- oblikovanje skupne vizije za Les Sept Laux, ki ji lahko vsi sledijo in jo podpirajo, da bi tako združili deležnike z vseh treh lokacij s pomočjo opredeljenih in dogovorjenih strateških ciljev;
- krepitev turizma okrog vsake lokacije kot način izboljšanja lokalnih storitev za prebivalce in turiste;
- vključevanje vseh deležnikov (vključno z lastniki vikendov, domačinov itd.) v vizijo za Les Sept Laux, da se zagotovi, da vsak daje pozitivno podobo in izraža pristržno dobrodošlico turistom in obiskovalcem.

Razvoj proizvodov:

- izkoriščanje virov v letovišču, kot so gozdovi, neokrnjeno okolje, mreža pohodniških poti, ki povezujejo različne interesne točke in tri lokacije znotraj letovišča, ter toplice v bližnjem kraju Allevard;
- opredelitev dodatnih dejavnosti ali storitev, povezanih s pohodništvom, ki bi lokalnemu prebivalstvu omogočale, da se preživljajo s pomočjo poletnega turizma;
- cilj je široka ponudba poletnih dejavnosti, od katerih vsaka prispeva majhen delež k lokalnemu gospodarstvu, namesto ene večje dejavnosti; na primer ogledi

industrijske dediščine na tem območju, hidroelektrarne ali proizvajalcev medu, gastronomija (lokalni proizvodi) in kulturni turizem.

Promocija:

- določitev poletne identitete območja Les Sept Laux, osredotočanje na posamezne identitete treh lokacij;
- učenje od uspešnih podjetij v letovišču (na primer majhni hostli v vaškem slogu) in predstavitev njihovih poslovnih modelov drugim podjetjem (kjer povpraševanje presega ponudbo);
- osredotočanje na privabljanje lokalnega trga (Grenoble, Chambéry itd.), saj je veliko bolj verjetno, da bodo prebivalci iskali gorske kraje, kamor lahko zbežijo pred poletno vročino v mestih.

Ocena

Les Sept Laux ima pozimi jasno opredeljeno identiteto. Toda poleti zadevne tri lokacije niso povezane in imajo drugačne značilnosti. Prvi pogoj je torej, da se skupaj določi in oblikuje poletna identiteta območja Les Sept Laux. V zvezi s prihodki se nobena poletna dejavnost v letovišču ne more primerjati z zimskim smučanjem, tako da poletni turizem ni kratkoročna rešitev za zmanjšanje odvisnosti letovišča od zimskega turizma. Kljub temu pa je pomembna strategija za krepitev lokalnih skupnosti, promocijo lokalnega območja, proizvodov ter dediščine in za privabljanje ponudnikov turističnih storitev v letovišče. Za uresničitev opredeljenih strategij, bodo morali deležniki na območju Les Sept Laux, še zlasti lokalni svet-

niki v treh občinah, ki to območje podpirajo, veliko tesneje sodelovati ter vlagati še več energije in zavzetosti, da bodo premagali občutne težave v letovišču.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Lokalni svetniki in menedžerji v letovišču bodo razmislili o ugotovitvah in predlogih, ki so predstavljenih v poročilu InstMont o projektih dejavnosti na pilotni lokaciji. Deležniki se bodo nato odločili, katere predloge bodo podrobneje raziskali z namenom, da razvijejo poletni turizem. To delo lahko potem prevzamejo obstoječi odbori, ki jih sestavljajo svetniki in predstavniki lokalnih deležnikov, ali pa postanejo del nadaljnjega sodelovanja med letoviščem in InstMontom.

3.18 Monterosa



D. Camisasca, RAVA arhiv

Slika 3.18.1: Turno smučanje okoli gorske verige Monte Rosa.

Lokacija: Italija

NUTS 2: ITC2 Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste

NUTS 3: ITC20 Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste

Površina: 265 km²

Število prebivalcev: 2454 (leta 2008)

Število prebivalcev na km²: 9

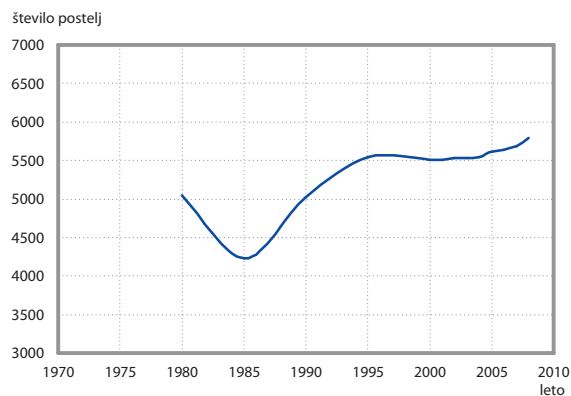
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 1170 m/4510 m

Upravna središča in njihova nadmorska višina: Gressoney Saint Jean (1385 m), Gressoney La Trinité (1635 m), Ayas (1700 m)

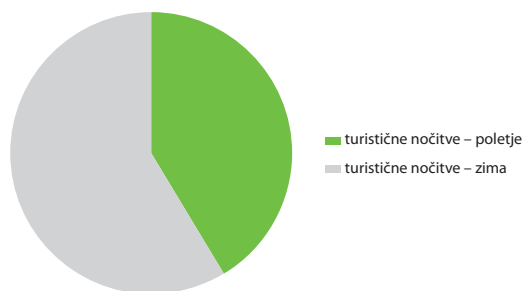
Najbližji dostop na avtocesto: Pont-Saint-Martin (27 km)

Najbližja železniška postaja: Pont-Saint-Martin (33 km)

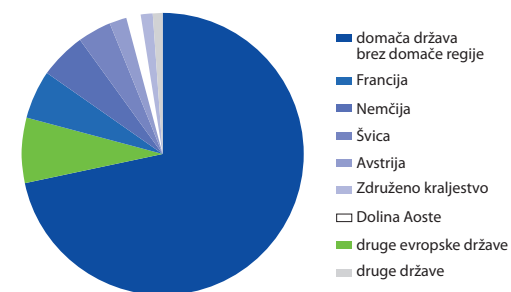
Najbližje mednarodno letališče: Torino (102 km)



Slika 3.18.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1980 do 2008 – Monterosa.



Slika 3.18.3: Delež poletnega in zimskega turizma v letu 2008 – Monterosa.



Slika 3.18.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Monterosa.

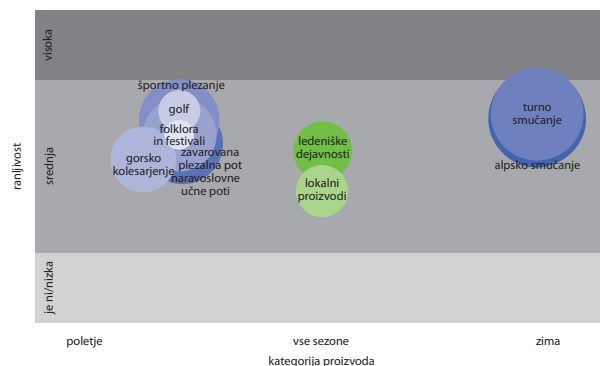
3.18.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Vlečnice in dobro vzdrževane smučarske proge;• čudovita divja pokrajina (in ledenik);• športi (dvoranski in na prostem);• znano smučišče;• inovativen sistem za umetno zasneževanje;• otroško igrišče;• nočno smučanje (razsvetljena proga);• nadmorska višina (smučarska proga nad 3000 m);• kultura in tradicija;• bližina večjih mest;• široka ponudba turističnih proizvodov in storitev;• smučarski inštitut;• sinergije in sodelovanje med deležniki;• ugodno podnebje;• gastronomija;• namestitev srednje in visoke kakovosti na nekaterih lokacijah.	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Proga na prelazu Salati prečka cesto (300 m hoje);• sistem javnega prevoza (na tem območju/zunaj tega območja/prevoz ponoči);• nizkokakovostna namestitev za goste na drugih lokacijah;• zabava za mlade in dejavnosti po smučanju;• površje: dolge doline;• le malo priložnosti za nadaljnji razvoj;• miselnost podjetnikov in deležnikov v turizmu;• slabo trženje;• kratkoročni turizem;• sezonski turizem;• le nekaj hotelov in preveč vikendov na nekaterih lokacijah;• individualizem;• pomanjkanje turistične strategije;• sinergije in sodelovanje med zasebnimi deležniki in javnimi ustanovami;• zunaj sezone ni poslovnih dejavnosti;• vikendi;• špekuliranje gradbenih podjetij;• hude proračunske omejitve javnih ustanov v povezavi s storitvami in naložbami.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Možnost izgradnje novih vlečnic neposredno iz vasi na smučišče Monterosa, da se tako zmanjša uporaba osebnih avtomobilov (celo poleti);• širitev smučišča v nove doline;• promocija poletnega turizma;• zaščiteno območje med dolinama Ayas in Gressoney;• turizem z nizkim vplivom na okolje: pohodništvo;• walserska kultura;• znanstveni inštitut Gressoney;• povezava Zermatt/Cervinia: tura Monte Rosa;• pripravljenost za inovacije, priložnosti za sodelovanje;• skupna promocija vseh treh dolin;• prijaznost do turistov;• razvoj palete izdelkov (ne le smučanje);• različne priložnosti na različnih lokacijah v smučarskem središču Monterosa.	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none">• Naraščajoče temperature;• nevarnost izgube walserske kulture in tradicije;• višji razvojni stroški;• globalni konkurenti (ne le gorska območja);• višja kakovost lokacij v severnih Alpah;• odseljivanje z gorskih območij;• zapuščenost poti;• zelo hitre spremembe na trgu, počasen ritem kulture turizma;• vplivi vlečnic na okolje;• pomanjkanje mlajših lokalnih podjetnikov;• nesoglasja med različnimi lokacijami;• nesoglasja glede strategij in usmeritev;• nizka zmožnost za rast v prihodnosti;• pomanjkanje naložb v nesmučarske sektorje.

Preglednica 3.18.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Monterosa.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Turno smučanje	Alpski zimski šport	2,85	3,60	3,23	9
Golf	Splošni športi na prostem	2,85	3,60	3,23	2
Alpsko smučanje	Alpski zimski šport	2,85	3,40	3,13	10
Športno plezanje	Alpski poletni šport	2,85	3,40	3,13	7
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,85	3,00	2,93	1
Zavarovana plezalna pot	Pohodništvo/Sprehajanje	2,85	3,00	2,93	6
Naravoslovne učne poti	Izkustvo narave	2,85	2,80	2,83	8
Ledeniške aktivnosti	Gorske železnice/ Izkustvo gora	2,85	2,60	2,73	4
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	2,85	2,40	2,63	5
Lokalni proizvodi	Vrhunske restavracije	2,85	1,60	2,23	3

Preglednica 3.18.2: Skupna ocena ranljivosti – Monterosa.



Slika 3.18.5: Nabor turističnih proizvodov – Monterosa.

3.18.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ranljivost turistične destinacije Monterosa je ocenjena z 2,85, kar pomeni, da je malo pod povprečjem, ravni skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 2,23 (lokalni proizvodi) do 3,23 (turno smučanje/golf).³⁸ Seznam proizvodov je zelo športno usmerjen in vsebuje aktivnosti s področja alpskih poletnih in zimskih športov pa do umetnosti in kulture ter izkustva narave. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa ponudbe (alpskih) športov pokažejo najvišje ravni ranljivosti, in so zato najbolj tvegane.

Najbolj ranljiva gospodarska parametra sta tista, ki kaže ta investicijske razmere in odvisnost trga dela od turizma, in oba sta precej visoka. Okoljska ranljivost je odvisna od določenega smučarskega središča, in se giblje od nizke do zmerno visoke.

Monterosa ima prilagoditveno prožnost 3,20, kar je rahlo nad povprečjem. Déležniki so mnenja, da bi njihove organizacije lahko imele korist od sprememb v strategiji, ki nastajajo zaradi težav s podnebnimi spremembami, in so se strinjali s tem, da stalni prebivalci aktivno sodelujejo pri procesu upravljanja v regiji in odločanja o njej. Tudi obiskovalci so prepričani, da okoljski dejavniki še dodajo vrednost aktivnostim, ki jih ponujajo v Monterosi. Kot pomembne alternative pri nadaljnjem razvoju je bil omenjen kulturni turizem v kombinaciji s ponudbami okoljskega izobraževanja.

Gostje izjavljajo, da so najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na njihovo izbiro počitniške destinacije, avtentičnost regije, kakovost storitev, velika raznolikost aktivnosti in izletov pa tudi lahek dostop in višina stroškov.

3.18.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prva delavnice: oblikovanje strategij prilagajanja na podnebne spremembe in njihov vpliv na alpski turizem na delavnicah NetSyMod, z analizo Swot in aplika-

³⁸ Na voljo je bil izčrpen niz podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 13 od 13 parametrov.

cijo DSS/e-tool, ki jo je razvila beneška Università Cà Foscari.

Tema druge delavnice: oblikovanje strategij po meri za alpsko turistično destinacijo, ki so jo že prizadele podnebne spremembe, in sicer na delavnicah NetSyMod, z analizo Swot in aplikacijo DSS/e-tool, ki so jo preizkusili s podporo RAVA Env in RAVA Tour.

Namen in cilji

Visoko zastavljeni cilj prilagoditvenih strategij je zmanjšati sezonsko turistično naravnost. Da bi cilj dosegli v celoti, bodo strategije povezale sedanje prednosti lokacije s promocijo dodatnih turističnih dejavnosti (npr. podeželje, bolj organizirane poletne dejavnosti, doline).

Strategije

Z uporabo DSS/e-tool, so lokalni akterji predstavili usmeritve za turistično panogo in gospodarstvo. Sodelujoči so uporabili tudi analizo Swot in obsežno podatkovno zbirko o okolju in družbi.

Oblikovali so tri glavne turistične usmeritve. Prva je namenjena razvoju pohodniških poti na visokih nadmorskih višinah in izboljšanju žičniških naprav (MonteRosa: oglejte si MonteRosa), druga se osredotoča na trajnostni razvoj, kulturno dediščino in dobro počutje (MonteRosa: nič kilometrov) in tretja na oblikovanje sistema povezav med dolinami (MonteRosa: tri doline z enim imenom). Ker želijo deležniki zmanjšati odvisnost lokacije od zimskega turizma, nameravajo spodbujati osnovne turistične prvine, značilne za pokrajino (naravo, kulturo in

zdravje), in usklajevati odnose med državljani, združenji in ustanovami.

Intenzivna razvojna strategija (MonteRosa: oglejte si MonteRosa) je navkljub pozitivnemu učinku, ki bi ga imela na lokalno gospodarstvo, v zadnjem krogu ocenjevanja izgubila točke zaradi prevelikega okoljskega bremena, ki bi ga povzročila.

Ocena

Predlagane strategije so bile ocenjene na podlagi kazalnikov, katerih pomembnost so opredelili sodelujoči: okoljski stroški, vplivi na lokalno gospodarstvo, vplivi na turistično panogo, inovacije, okoljski vplivi, izvedljivost različnih predlogov in njihovi dolgoročni trajnostni vidiki.

Analiza je pokazala, da obstaja potreba po čimprejšnji integraciji turističnih dejavnosti. To je verjetno edini način za povečanje ponudbe dejavnosti v turistično šibkejši poletni sezoni. Deležniki menijo, da je treba nujno okrepiti promocijo lokalnih izdelkov in kulture. Povezavo smučarskih destinacij na visokih nadmorskih višinah s trajnostnim sistemom javnega prevoza vidijo kot nujno.

Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Deležniki si obenem želijo, da bi:

- podnebne spremembe razumeli kot pomemben del turizma in regionalnega načrtovanja, saj ima velik vpliv na vse naložbe v smučišča;
- spodbujali bolj trajnostno mobilnost in tako okrepili okoljsko naravnost lokacije, uporabnikom pa olaj-

šali dostop do odročnih lokacij in zmanjšali stroške na območju;

- spodbujali in izboljšali sodelovanje med združenji, ustanovami in deležniki.

Delavnice so pokazale, da so vplivi podnebnih sprememb na lokalni ravni že vidni. Projekt ClimAlpTour je ponudil dobro priložnost za razpravo o razvoju tega območja, pri čemer je omogočil tudi hkratno predstavitev glavnih gospodarskih in turističnih kategorij.

3.19 Stubai Tirol



TVB Stubai Tirol

Slika 3.19.1: Dolina Stubai, v ozadju njeni ledeniki.

Lokacija: Avstrija

NUTS 2: AT33 Tirol

NUTS 3: AT332 Innsbruck

Površina: 317 km²

Število prebivalcev: 12.793 (leta 2008)

Število prebivalcev na km²: 40

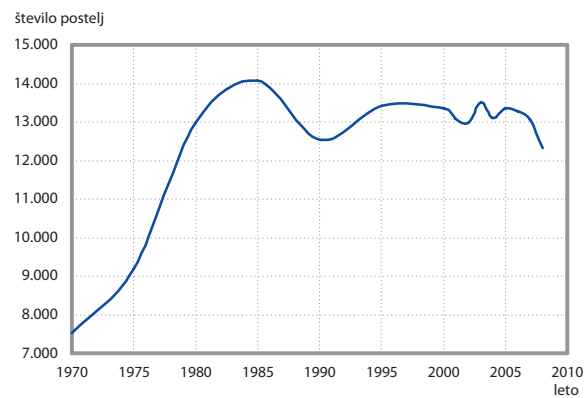
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 662 m/3498 m

Upravno središče in njegova nadmorska višina: Neustift (993 m)

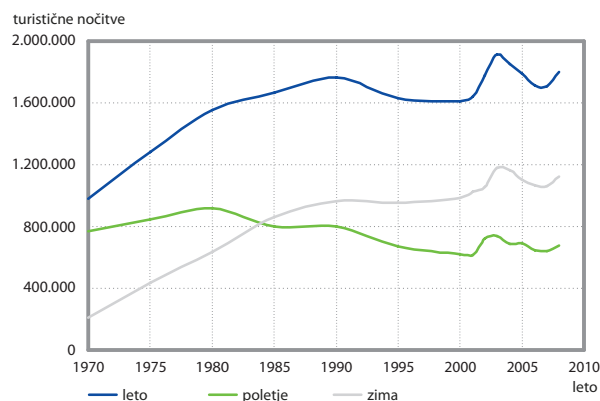
Najbližji dostop na avtocesto: Schönberg (11 km)

Najbližji železniški postaji: Patsch (12 km), Innsbruck (23 km)

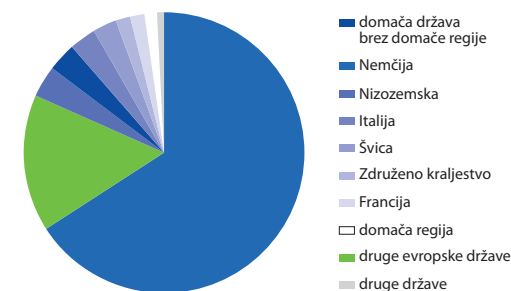
Najbližja mednarodna letališča: Innsbruck (25 km), Salzburg (196 km), München (222 km)



Slika 3.19.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1970 do 2008 – Stubai Tirol.



Slika 3.19.3: Celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 1970 do 2008 – Stubai Tirol.



Slika 3.19.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Stubai Tirol.

Prevladujoč zimski turizem

3.19.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Smučišče na ledeniku; • zagotovljena snežna odeja; • profil nadmorske višine; • regionalni viri; • naraščajoča stopnja zasedenosti; • obsežne gozdne in naravne površine (77,2 %) na destinaciji; • lahek dostop; • intenzivnost turizma je le rahlo nad povprečjem. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prometna situacija na destinaciji; • odvisnost od zimskega turizma; • starajoče se prebivalstvo na destinaciji; • malo urbanih objektov in slabo razvito kmetijstvo; • razpoložljivost gradbenih zemljišč; • odvisnost od nemških turistov pozimi (66 %).
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Krepitev poletnega turizma; • smučišče na ledeniku; • zimski turizem; • inovativni koncepti ureditve prometa in prevoza na destinaciji; • sprememba strukture gostov; • raznolikost flore in favne; • migracije; • inovativni proizvodi prek sodelovanja s tradicionalnimi lokalnimi panogami (npr. kmetijstvom); • vse večja okoljska ozaveščenost potrošnikov. 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pomanjkljivo upravljanje prometa na destinaciji; • migracije; • taljenje ledenika; • nevarnost poplav; • nevarnost naravnih nesreč; • spremembe flore in favne; • taljenje večnega ledu; • pomanjkanje snega; • splošna prihodnja prometna obremenjenost; • omejitve razpoložljivih zemljišč; • naraščajoči stroški oskrbe z vodo; • ustvarjanje nizke dodane vrednosti v poletni sezoni.

Preglednica 3.19.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Stubai Tirol.

³⁹ Na voljo ni bilo popolnega niza podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 10 od 13 parametrov.

⁴⁰ Za namene in cilje, ocene in nadaljnje ukrepe po zaključku projekta glej poglavje 3.13.3: Wilder Kaiser. (stran 107)

3.19.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

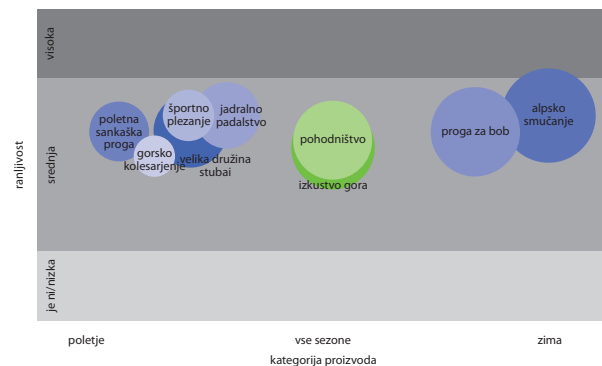
Ranljivost turistične destinacije Stubai Tirol je ocenjena z 2,91, kar pomeni, da je malo pod povprečjem, ravni skupnih ranljivosti pa se gibljejo od 2,66 (gorsko kolesarjenje) do 3,16 (alpsko smučanje/jadralno padalstvo/športno plezanje).³⁹ Seznam proizvodov je močno športno usmerjen in zajema predvsem aktivnosti na prostem s področja alpskih poletnih in zimskih športov. Ob primerjavi ranljivosti različnih turističnih proizvodov pa te športne aktivnosti na prostem kažejo najvišje ravni ranljivosti in so zato najbolj tvegane.

Kaže, da je število ekstremnih gospodarskih dogodkov v zadnjih petih letih naraslo, in pričakovati je, da bo v prihodnosti naraslo še bolj. Investicijske razmere za okoljske projekte kot tudi vsesplošna klima za investicije so ocenjene negativno. Poleg tega je tudi število postelj med leti 2000 in 2008 padlo za 8 %, kar je samo še prispevalo h gospodarski ranljivosti turistične destinacije. Glede družbene ranljivosti pa so deležniki menja, da bi se smisel za skupnost in sodelovanje lahko izboljšala. Okoljska ranljivost (zanašanje na naravne vire) se giblje med 1 in 5 in je močno odvisna od upoštevanih smučarskih površin.

Stubai Tirol ima srednjo prilagoditveno prožnost (3,09). Prepričanje, da obstojijo pomembne alternative za razvoj turizma in mnenje, da okoljska merila dodajajo vrednost ponujenim aktivnostim v turistični destinaciji, pozitivno

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Alpsko smučanje	Alpski zimski šport	2,91	3,40	3,16	10
Jadrarno padalstvo	Alpski poletni šport	2,91	3,40	3,16	5
Športno plezanje	Alpski poletni šport	2,91	3,40	3,16	3
Proga za bob	Alpski zimski šport	2,91	3,00	2,96	9
»Velika družina Stubai«	Družinske ponudbe	2,91	3,00	2,96	6
Poletna sankajska proga	Alpski poletni šport	2,91	3,00	2,96	4
Pohodništvo	Pohodništvo/Sprehajanje	2,91	2,80	2,86	7
Izkustvo gora	Gorske železnice/ Izkustvo gora	2,91	2,60	2,76	8
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni šport	2,91	2,40	2,66	2

Preglednica 3.19.2: Skupna ocena ranljivosti – Stubai Tirol.



Slika 3.19.5 Nabor turističnih proizvodov – Stubai Tirol.

vplivajo na prilagoditveno prožnost. Vsi ostali parametri so v okviru srednjih vrednosti.

3.19.3 Prilagoditvene strategije⁴⁰

Število organiziranih delavnic: 1

Tema delavnice: oblikovanje prilagoditvenih strategij in možnosti za uresničevanje.

Strategije

Razmislek o strategijah se je osredotočil na krepitev zimskega turizma zaradi ugodne visoke lege. Zimski turizem

je velika prednost destinacije, saj ima celo možnosti za razvoj konkurenčnih prednosti zaradi posledic podnebnih sprememb na nižjih nadmorskih višinah. Ciljna skupina so zlasti družine in mladi gostje. Spodbudili bomo tudi trajnostni razvoj, posebno pri okoljskih in gospodarskih vprašanjih. Deležniki si v tem pogledu želijo več regionalne turistične proizvodnje in izvajanja okoljevarstvenih ukrepov. Oblikovani bodo okolju prijazni ukrepi in ukrepi, ki varujejo naravne vire. Da bi izboljšali konkurenčnost, bodo okrepili tudi poletno sezono. Deležniki na destinacijah so razvili 79 ukrepov, ki obsegajo mladinske hostle, območja z malo prometa in žičnico, ki bi povežala vas na vhodu v dolino z ledenikom na njenem koncu.

3.20 Val d'Isère

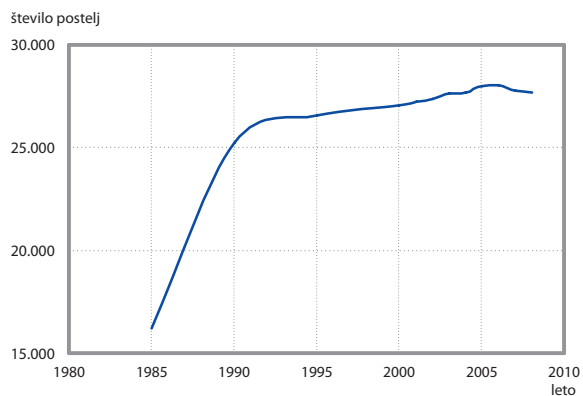


Lokacija: Francija
NUTS 2: FR71 Rhône-Alpes
NUTS 3: FR717 Savoie

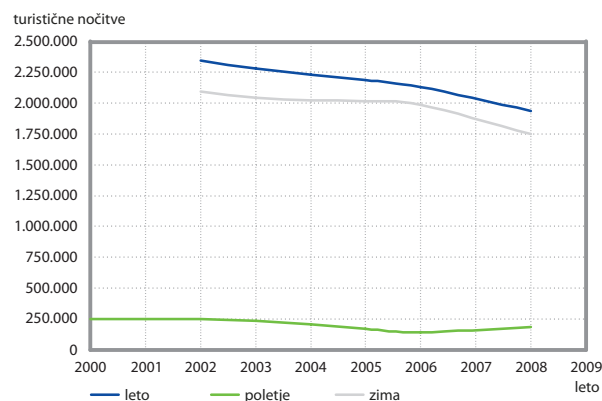
Površina: 94 km²
Število prebivalcev: 1753 (leta 2008)
Število prebivalcev na km²: 18,6
Najnižja in najvišja nadmorska višina: 1850 m/3350 m
Upravno središče in njegova nadmorska višina: Val d'Isère (1850 m)

Najbližji dostop na avtocesto: Moutiers (59 km)
Najbližja železniška postaja: Bourg St. Maurice (22 km)
Najbližji mednarodni letališči: Chambéry (130 km), Ženeva; (174 km)

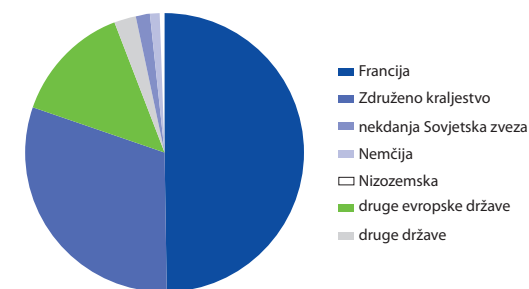
Slika 3.20.1: V srcu svetovno-znanega smučarskega središča Val d'Isère je istoimenska vas, ki je prepoznavna po svoji tradicionalni arhitekturni dediščini.



Slika 3.20.2: Razvoj destinacije po številu postelj v letih od 1985 do 2008 – Val d'Isère.



Slika 3.20.3: celoletne, poletne in zimske turistične nočitve v letih od 2000 do 2008 – Val d'Isère



Slika 3.20.4: Poreklo zimskih gostov v letu 2008 – Val d'Isère.

3.20.1 Swot analiza

<p>Prednosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dobro obnovljena vas z dušo ter s pomembno arhitekturno dediščino; • okolje z veliko naravno vrednostjo (bližina Nacionalnega parka Vanoise); • svetovna prepoznavnost letovišča pozimi; • visokokakovostna turistična ponudba (nastanitveni objekti, trgovine, storitve); • dobro opremljeni nadstandardni objekti za preživljanje prostega časa; • poln koledar športnih in kulturnih dogodkov pozimi in poleti; • visoka stopnja organizacije med lokalnimi deležniki, ki temelji na njihovem strokovnem znanju in dopolnjujoči naravi njihovih različnih struktur. 	<p>Slabosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na zimski turizem izvaja pritisk močna konkurenca, osredotoča pa se na športe na snegu; • močna odvisnost od tujih turistov pozimi (velik delež jih prihaja iz Velike Britanije); • nestabilne vremenske razmere ovirajo poletne turistične dejavnosti; • geografsko zelo oddaljena lokacija vasi (kar je slabost poleti); • pogledi lokalnih deležnikov se osredotočajo na občino; • območje je znano po tem, da je drago, kar lahko poleti odvrne veliko turistov s srednjim dohodkom; • padanje števila najbolj iskanih nastanitev in naraščanje števila manj iskanih nastanitev; • zelo malo zemljišč je na voljo za razvoj v prihodnosti.
<p>Priložnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prepričevanje zvestih zimskih strank, da v letovišče pridejo tudi poleti; • krepitev in promocija zavarovanega območja (v sodelovanju z Nacionalnim parkom Vanoise); • nadaljnji razvoj sodelovanja z Nacionalnim parkom Vanoise v namen skupnega oblikovanja novih turističnih paketov, ki so prilagojeni povpraševanju; • širjenje javnih dogodkov, na katerih temelji ugled letovišča poleti; • oblikovanje poletne turistične ponudbe, ki temelji na specifičnih virih območja; • izboljšanje sodelovanja z deležniki na celotnem območju in zunaj njega v poletnem času; • krepitev in večanje števila ekološko usmerjenih dejavnosti, ki se odvijajo, in večji poudarek na listini o narodnem trajnostnem razvoju, ki jo je podpisalo letovišče; • izkoriščanje lege letovišča na potovalnih poteh za nagovarjanje različnih vrst turistov (kolesarje, motoriste, pohodnike). 	<p>Nevarnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> • Družbeno-kulturni razvoj in spremembe v vedenju in zahtevah turistov; • nastanek novih turističnih destinacij; • premožnejši zimski turisti, ki se lahko preusmerijo v druga letovišča; • znaten delež nelokalnih gospodarskih akterjev, ki morda niso globoko ukoreninjeni v letovišču; • velika odvisnost od snega; • težave, povezane z družbenim ravnovesjem (na primer med domačini, sezonskimi delavci in vikendaši); • občutna neravnovesja, ki so posledica zelo visokih cen nepremičnin.

Preglednica 3.20.1: Swot analiza za pilotno lokacijo Val d'Isère.

3.20.2 Nabor turističnih proizvodov in prilagoditvena prožnost

Ocenjuje se, da je ranljivost destinacije Val d'Isère 2,98, kar pomeni, da je povprečna, stopnje splošne ranljivosti pa se gibljejo med 2,69 (gorsko kolesarjenje) in 3,29 (športna tekmovanja).⁴¹ Nabor turističnih proizvodov za Val d'Isère je izjemno raznolik in vključuje alpske zimske in poletne športe, umetnost in kulturo, wellness in vrhunske restavracije. Ranljivi so različni turistični proizvodi, toda pri športnih tekmovanjih in alpskem smučanju so opazne najvišje ravni ranljivosti in zato so te aktivnosti tudi v največji nevarnosti.

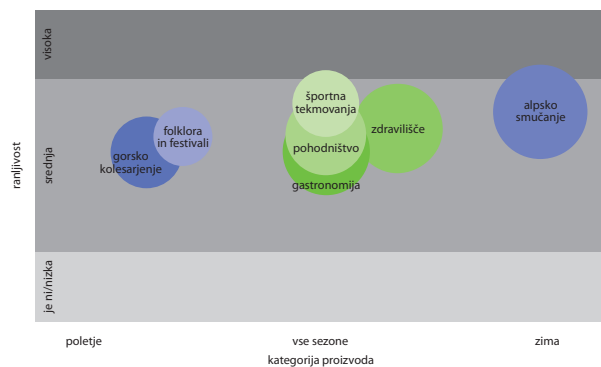
Gospodarski parametri kažejo stabilen razvoj. Turizem je zdaleč najbolj prevladujoča panoga v Val d'Isèru (intenzivnost turizma znaša 11,03), kar je poudarjeno z veliko odvisnostjo trga dela od turizma. Z indeksom starosti v višini 36,05 % je družba v Val d'Isèru neenakomerno razporejena med različne starostne skupine, pri čemer mladi tvorijo največji delež prebivalstva.

Val d'Isère ima prilagoditveno prožnost v višini 2,76, kar je pod povprečjem. Vendar deležniki menijo, da bi njihove organizacije imele korist od sprememb strategij, vpeljanih zaradi podnebnih sprememb, ter da igrajo stalni prebivalci aktivno vlogo pri upravljanju destinacije in

⁴¹ Na voljo je bil izčrpen niz podatkov; projektni partner je priskrbel podatke za 12 od 13 parametrov.

Turistični proizvodi	Klasifikacija	Ranljivost destinacije	Ranljivost proizvoda	Skupna ranljivost	Pomembnost proizvoda
Športna tekmovanja	Športna tekmovanja /dogodki	2,98	3,60	3,29	5
Alpsko smučanje	Alpski zimski športi	2,98	3,40	3,19	10
Zdravilišče	Wellness/toplice/zdravje	2,98	3,00	2,99	9
Pohodništvo	Pohodništvo/sprehodi	2,98	2,80	2,89	7
Folklor in festivali	Umetnost in kultura	2,98	2,80	2,89	4
Gastronomija	Vrhunske restavracije	2,98	2,40	2,69	8
Gorsko kolesarjenje	Alpski poletni športi	2,98	2,40	2,69	6

Preglednica 3.20.2: Skupna ocena ranljivosti – Val d'Isère.



Slika 3.20.5: Nabor turističnih proizvodov – Val d'Isère.

v procesu sprejemanja odločitev. Prav tako trdijo, da nevladne socialne in okoljske organizacije bistveno prispevajo k napredku regije. Ustanovitev »gorske okrogle mize« je bila opredeljena kot bistvena alternativa za nadaljnji razvoj. Poleg tega bi se morale podpirati tudi turistične dejavnosti z omejenim vplivom na okolje.

Obiskovalci zatrjujejo, da sta najpomembnejša dejavnika, ki vplivata na njihov izbor počitniške destinacije, zanesljivost vremena (sneg v zimski in sonce v poletni sezoni) in stroški.

3.20.3 Prilagoditvene strategije

Število organiziranih delavnic: 2

Tema prve delavnice: inovacije v poletnih turističnih dejavnosti v Val d'Isèru.

Tema druge delavnice: inovacije v poletnih turističnih dejavnosti v Val d'Isèru.

Namen in cilji

Cilj delavnic je bil predlagati nove, konkretne strategije za razvoj poletnega turizma v Val d'Isèru. Občina je močno odvisna od turizma, še zlasti od zimskih športov, po katerih je Val d'Isère svetovno znan. Povečana konkurenca, finančna kriza ter šibkost funta so dejavniki, ki so vplivali na število turistov pozimi, saj je bil prevladujoči britanski trg oslabljen. Poletni turizem predstavlja le 10 % letnih turističnih nočitev v letovišču. Oddaljenost lokacije, visoka nadmorska višina in nezanesljive vremenske razmere so slabost poleti. Delavnice so torej obravnavale nove priložnosti za razvoj poletnega turizma z namenom povečanja skupnih prihodkov in zmanjšanja odvisnosti od zimskega turizma.

Strategije

Zbiranje zamisli na prvi delavnici je obrodilo tri predloge za poletne turistične dejavnosti v Val d'Isèru. Oblikovani so bili konkretni ukrepi, ki so pomembni za vsako izmed teh predlogov. Kot izhodišče je bila ustvarjena »skrinja zakladov« obstoječih virov, s katero so bila izpostavljeni obstoječa infrastruktura, storitve ter naravna in kulturna dediščina, ki je na voljo za prihodnji razvoj proizvodov. Primeri predlaganih ukrepov za vsak predlog vključujejo:

Val d'Isère kot samostojna poletna destinacija:

- ureditev umetniške poti s skulpturami/kipi, ki jih ustvari povabljeni umetnik, pri čemer se z umetnostjo združi promocija in obveščanje o lokalni flori in favni ter pokrajini;

- organizacija dogodkov v vasi v sodelovanju s počitniškimi središči, kot je Club Med, da se tako obiskovalce iz teh središč zvabi v vas;
- ureditev panoramske razgledne točke, da se čim bolj izkoristi razgled na gore, ki bi postala osrednja znamenitost v vasi.

Val d'Isère kot postojanka na potovanjih:

- ponudba polpenzijskih cen po konkurenčnih cenah in zagotavljanje ustrezne infrastrukture znotraj občine za potujoče obiskovalce; na primer vzdrževalni servisi za motocikle in kolesa;
- ponudba po meri narejenih paketov za potujoče skupine in društva (na primer društva voznikov oldtimerjev, društvo lastnikov ferrarijev itd.), da se jih spodbudi k temu, da Val d'Isère postane ena izmed njihovih postojank;
- vzpostavljanje stikov z organizatorji potovanj in izdajatelji turističnih vodnikov, da se jih spodbudi, da Val d'Isère vključijo kot uradno postojanko v različnih programih potovanj.

Val d'Isère kot vrata v Nacionalni park Vanoise:

- sodelovanje z organizatorji potovanj in turističnimi agencijami, da se oblikuje ponudba paketov, ki združujejo namestitev v Val d'Isèru z vodenimi pohodi po parku;
- ponudba fotosafarijev s fotografi vodniki v parku in namestitvijo v Val d'Isèru.

Ocena

Zgoraj predstavljene tri predloge za poletni turizem v Val d'Isèru so deležniki dobro sprejeli. Ti predlogi jim omogočajo, da se osredotočajo na različne segmente strank, ki so tesneje povezani z enim izmed predlogov, in turistično ponudbo bolje prilagodijo specifičnim zahtevam različnih segmentov. Večina predlaganih ukrepov je konkretnih in realističnih, čeprav je za mnogo izmed njih potrebno boljše sodelovanje lokalnih podjetij (še zlasti ponudnikov namestitev). Njihova pomanjkljiva udeležba na delavnicah namiguje, da bo to morda ovira. Udeležba župana na drugi delavnici je bila neprecenljiva, saj je bolj verjetno, da bo dal pobudo za uresničitev zamisli, ki so nastale na delavnicah.

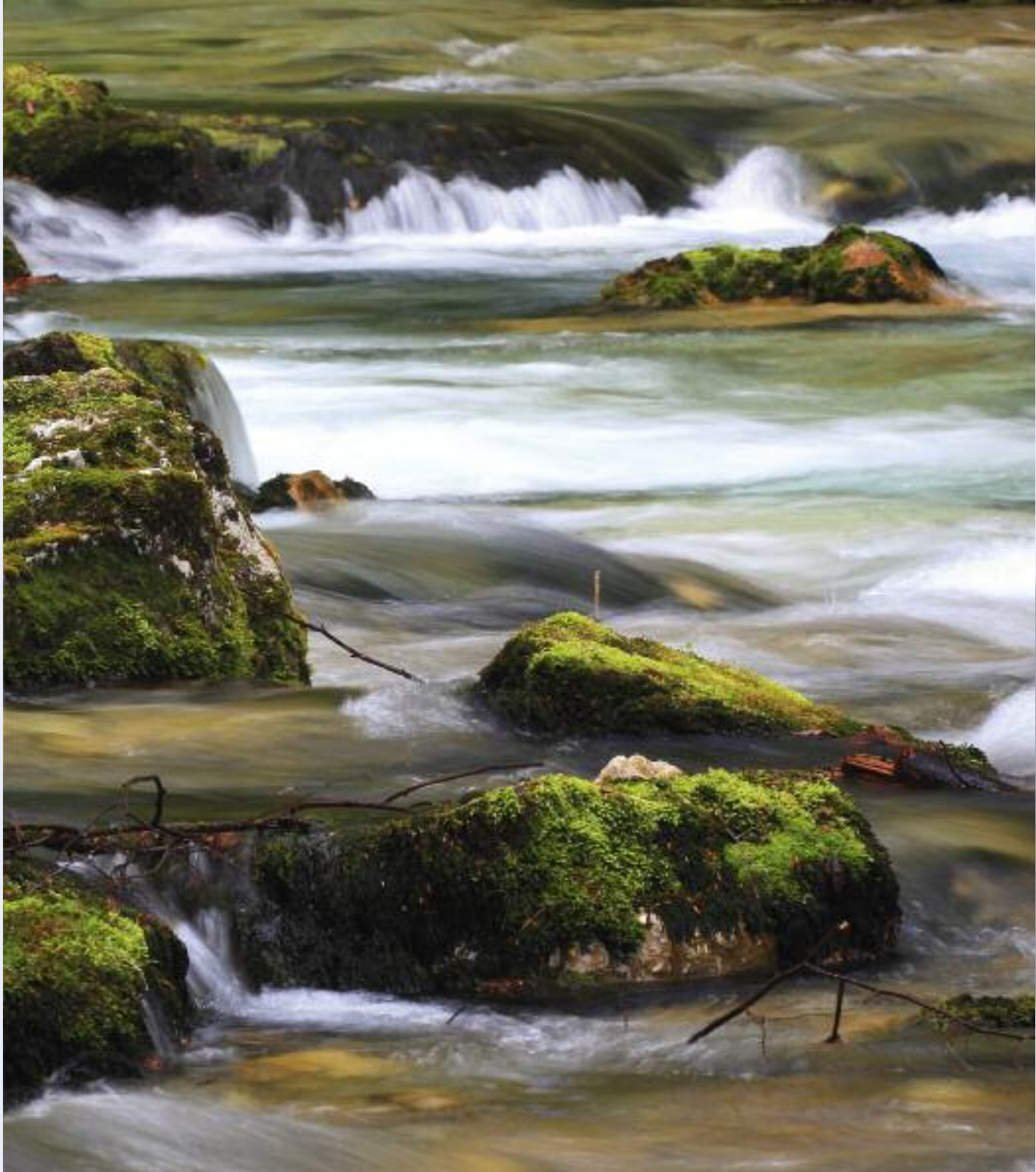
Nadaljnji ukrepi na destinaciji po zaključku projekta

Občina namerava delo, ki se opravlja v letovišču, pretvoriti v konkretne dejavnosti za razvoj poletnega turizma. To delo se bo začelo, ko bo InstMont predstavil končne rezultate projekta občinskim svetnikom, morda pa se bo nadaljevalo tako, da se bodo uvedli in redno nadzorovali ukrepi, ki so bili prednostno opredeljeni. Pilotna lokacija želi deliti svoje izkušnje in se naučiti iz izkušenj, ki so rezultat tega projekta na drugih pilotnih lokacijah v Franciji in v preostalem alpskem prostoru, ter iz oblikovanih prilagoditvenih strategij.



Agence Nuts, Office de Tourisme de Val d'Isère

Slika 3.20.6: Jedro vasi Val d'Isère.



4

STRATEGIJE, VIZIJE IN STRATEŠKI RAZVOJ

4.1 Splošne prilagoditvene strategije glede na sezonsko strukturo ClimAlpTour-ovih pilotnih lokacij

Način, kako pilotna območja gledajo na svojo prihodnost v smislu prilagoditve podnebnim spremembam, je močno odvisen od njihove trenutne situacije in odvisnosti od letnega časa. Na osnovi prilagoditvenih strategij, predstavljenih v 3. poglavju, in enotne delitve na pilotna območja, ki so pretežno poletna, pretežno zimska in celoletna turistična središča, smo izdelali tri »deskriptorska polja«, za vsako skupino po enega.

Deskriptorsko polje (ang. tag cloud) je likovna predstavitev besed iz besedila. »Deskriptor« običajno sestoji iz ene same besede (vendar to ni strogo obvezno), ki so največkrat navedene po abecednem redu, pomembnost posameznega deskriptorja pa je prikazana z velikostjo in/ali barvo pisave. Drugače povedano pa deskriptorsko polje temelji na številu ponovitev posamezne besede oziroma deskriptorja. Za potrebe te publikacije smo običajno pot izdelave deskriptorskih polj nadgradili. Nismo jih izdelali iz »surovega« besedila prilagoditvenih strategij, v katerih bi bili deskriptorji posamične besede iz besedila, temveč smo besedilo najprej preoblikovali v deskriptorje, ki pomensko povsem sovpadajo z izvornim besedilom in so oblikovani tako, da dajejo preglednejšo sliko prilagoditvenih strategij. Obenem smo jih tudi poenotili, saj so avtorji prilagoditvenih strategij enako zaznavo (n.pr. hra-

na) izrazili na različne načine: hrana, kuhinja, gastronomija, kulinarika, ali pa n.pr. izdelava umetnega snega in proizvodnja umetnega snega. Zaradi kompleksnosti vsebine so deskriptorji prilagoditvenih strategij večinoma sestavljeni iz več besed. Da bi jih program oblikovanja deskriptorskih polj lahko razumel kot eno besedo, jih je treba povezati in ob tem se pokažeta dve možnosti: ali besede pisati skupaj, t. j. brez presledka, ali jih povezati z vezaji. Zaradi razumljivosti smo se odločili za slednjo možnost.

Deskriptorsko polje, oblikovano iz prilagoditvenih strategij za območja s prevladujočim poletnim turizmom, jasno kaže željo po preusmeritvi v destinacijo s celoletno turistično dejavnostjo, krepitvi od snega neodvisne ponudbe, ki bo slonela na raznolikosti dejavnosti in sega od gastronomije, naravne in kulturne dediščine do športnih aktivnosti. Pri tem je pomembno okrepiti sodelovanje med različnimi deležniki in povezovanje ponudbe. Pri širjenju ciljnih skupin se je potrebno še posebej osredotočiti na družine. Na področju mobilnosti se nakazuje omejitve rabe osebnega avtomobila in potreba po izboljšanju javnega prometa.

Deskriptorsko polje, oblikovano iz prilagoditvenih strategij za območja s celoletnim turizmom, kaže poudarjen celoletni turizem in želje po okrepitvi poletne sezone ter razvijanje od snega neodvisne ponudbe v zimski sezoni. Pomembno je sodelovanje med različnimi deležniki v smislu usklajevanja in povezovanja ponudbe, v okviru katere



Slika 4.1.1: Deskriptorsko polje prilagoditvenih strategij za pilotne lokacije s prevladujočim poletnim turizmom.



Slika 4.1.2: Deskriptorsko polje prilagoditvenih strategij za pilotna mesta s celoletnim turizmom.

boljša-raba-javnih-zgradb celo-leto dediscina družinski-turizem eko ekološke-aktivnosti gastronomija glede-vode-ucinkovita-izdelava-snega gostoljubnost image infrastruktura izdelava-umetnega-snega iztrzek javni-promet koncept-poletne-s-vezine konkurencne-cene krepitev-lokalnega-gospodarstva lokalni mladinski-hotel nadzor-nad-zemljo narava narava-kultura-zdravje območja-za-pesce okolje omrežje omrežje-pohodniških-poti pocitnice-v-paketu pohodniške-poti poletje poslovni-model-dobre-prakse pot-forma-v-iva promocija raba-praznih-javnih-zgradb regionalen regionalni-turistični-proizvodi sodelovanje sodelovanje-civilne-družbe-z-ustanovami strategija-celoletnega-turizma strategija-oblikovanja-eko-letovisca strategija-poletnega-turizma strategija-zimskega-turizma tematske-poti trajnostnost upokojeanci upravljanje varstvo-narave vmesna-destinacija zicnice zima zmanjšanje-sezonskosti

Slika 4.1.3: Deskriptorsko polje prilagoditvenih strategij za pilotna mesta s prevladujočim zimskim turizmom.

je treba okrepiti možnosti za kolesarjenje, pohodništvo, kmečki turizem in pri tem izrabiti lokalne vire. Poti za večanje turističnega obiska so v boljši informiranosti s pomočjo uporabe sodobnih medijev ter v učinkovitih prijemih trženja, pri čemer so glavna ciljna skupina zlasti družine pa tudi šola. Trajnostni vidik je močno poudarjen, še zlasti mobilnost z učinkovito ureditvijo avtomobilskega prometa in parkiranja.

Deskriptorsko polje, oblikovano iz prilagoditvenih strategij za območja s prevladujočim zimskim turizmom, kaže močno poudarjeno krepitev poletnega turizma, pri čemer pa seveda zimske sezone ne zanemarija, saj so naravne razmere zanj ugodne. Tudi tu je močno poudarjeno sodelovanje in povezovanje ter mreženje različnih deležnikov in ponudnikov storitev in blaga. Ponudba v poletnem času naj bi slonela na pohodništvu, izletih, kulinariki in naravi. Novi turistični proizvodi naj bi bili počitnice v paketu in destinacija kot vmesna postaja. Slediti je treba trajnostnemu vidiku in izgrajevati okoljevarstveno podobo. Tudi tu predstavljajo ciljno skupino družine.

4.2 Poročila za oblikovanje politik: ugotovitve na podlagi pilotnih lokacij

Načrtovanje turizma

- Podnebne spremembe je treba pri načrtovanju turizma dobro upoštevati.

- Regionalne in prostorske razvojne načrte turističnih destinacij bi bilo treba pregledati glede njihove prilagojenosti podnebnju; cilje in načela bi bilo treba ustrezno prilagoditi.
- Načrtovanje turizma bi moralo biti sestavni in nenehni del dejavnosti turističnih služb v destinaciji.
- Alpske turistične destinacije bi morale oblikovati regionalno alpsko podnebno zavezništvo, ki bi zagotavljalo standarde za načrtovanje trajnostnega turizma.

Delovanje turizma in njegovo vodenje

- Razviti je treba znak kakovosti za lokalne proizvode in vzpostaviti sodelovanje med proizvajalci in potrošniki (restavracije, hoteli, trgovine z živili, itd.)
- Regionalne in nacionalne vlade bi se morale osredotočiti na izzive v zvezi s prometom pri gorskem turizmu.
- Infrastruktura za obnovljive vire bi lahko delovala kot spodbujevalec trajnostne podobe destinacije.
- Umetno zasneževanje bi moralo stopiti na okolju prijazno pot.
- Deležniki iz različnih turističnih področij (povpraševanje in preskrba) bi morali aktivno sodelovati pri razvijanju trajnostnega turizma.
- Trajnostnost bi morala biti sestavni del političnega delovanja in prakse upravljanja v turistični industriji.

Investiranje v turizem

- Zakoni in spodbude bi se morali prilagoditi v korist podnebnju prijaznih investicij.

- Prenove zgradb bi morale biti narejene v skladu s stilom tradicionalne lokalne arhitekture, da se s tem ohrani avtentičnost.
- Investicije se morajo osredotočiti na zmanjševanje odvisnosti turizma od letnega časa, tako da se investira v razvoj celoletnega turizma in oblikuje višjo ekonomsko vrednost.
- Ustanoviti bi bilo treba posebne podporne programe, ki bi za investicije v sektor turizma, katerega namen je trajnostnost, ponujali kredite z nižjimi obrestnimi merami.
- Potrebne so investicije za razvoj učinkovitega trajnostnega umetnega zasneževanja.
- Pobude »zelenega razvoja« bi morale postati bolj vidne, s čimer bi privabile tradicionalne investitorje, da bi sledili tem smernicam.

Pospeševanje in trženje turizma

- Pobude za trženje bi se morale osredotočiti na naravno okolje, v kombinaciji s tradicionalnimi/kulturnimi značilnostmi.
- Močnejše bi se morali osredotočiti na reklamiranje lokalnih/regionalnih proizvodov in storitev.
- Ker tržni segment »zelenih« potrošnikov raste, to predstavlja dobro priložnost za destinacije, da svojo strategijo ustrezno prilagodijo temu nastajajočemu povpraševanju in trgu.
- Turistične destinacije bi si morale prizadevati za pospeševanje regionalnega trženja in spodbujanje notranjih poslovnih krogov.

- Uvesti bi morali lokalne tržnice (n.pr. ustanovljena kot zveza), ki bi ponudile možnost lažjega dostopa vsem lokalnim proizvodom (kultura, obrt, gastronomija in kmetijstvo).

Gradnja kapacitet

- Lokalne politične in upravne ustanove bi morale organizirati izobraževanje z vsebinami na temo družba-okolje, trajnostni regionalni razvoj in učinkovito družbeno in naravi prijazno kakovostno upravljanje, kar bo ustvarilo turistične déležnike, usposobljene za več ravni.
- V participatorne procese bi morali biti vključeni visokošolski znanstveniki.
- V destinacijah z intenzivnim turizmom ima človeški faktor – gostoljubnost – vpliv na podobo celotnega turističnega središča. Občasni priliv turistov lahko prebivalci, ki niso neposredno povezani s turizmom, občutijo kot nadlogo. Lokalna oblast bi jim morala na ustrezne načine predstaviti koristi, ki jih turizma predstavlja za turistično središče. Eden od teh načinov bi lahko bil, da bi organizirali letno zborovanje o gospodarstvu turističnega središča, na katero bi bili povabljeni vsi prebivalci. Na zborovanju bi lahko: razložili pomembnost turizma za lokalno gospodarstvo; zagotovili forum za prebivalce, na katerem bi objavili svoje poglede in pomisleke; predstavili podobo turističnega središča, ki bi jo prebivalci z veseljem predstavljali obiskovalcem; prepoznali, dali priznanje in podprli znanje in izkušnje lokalnih prebivalcev na

področju zgodovinskih dogodkov in lokalnih značilnosti.

Potrošnja turističnih proizvodov in storitev

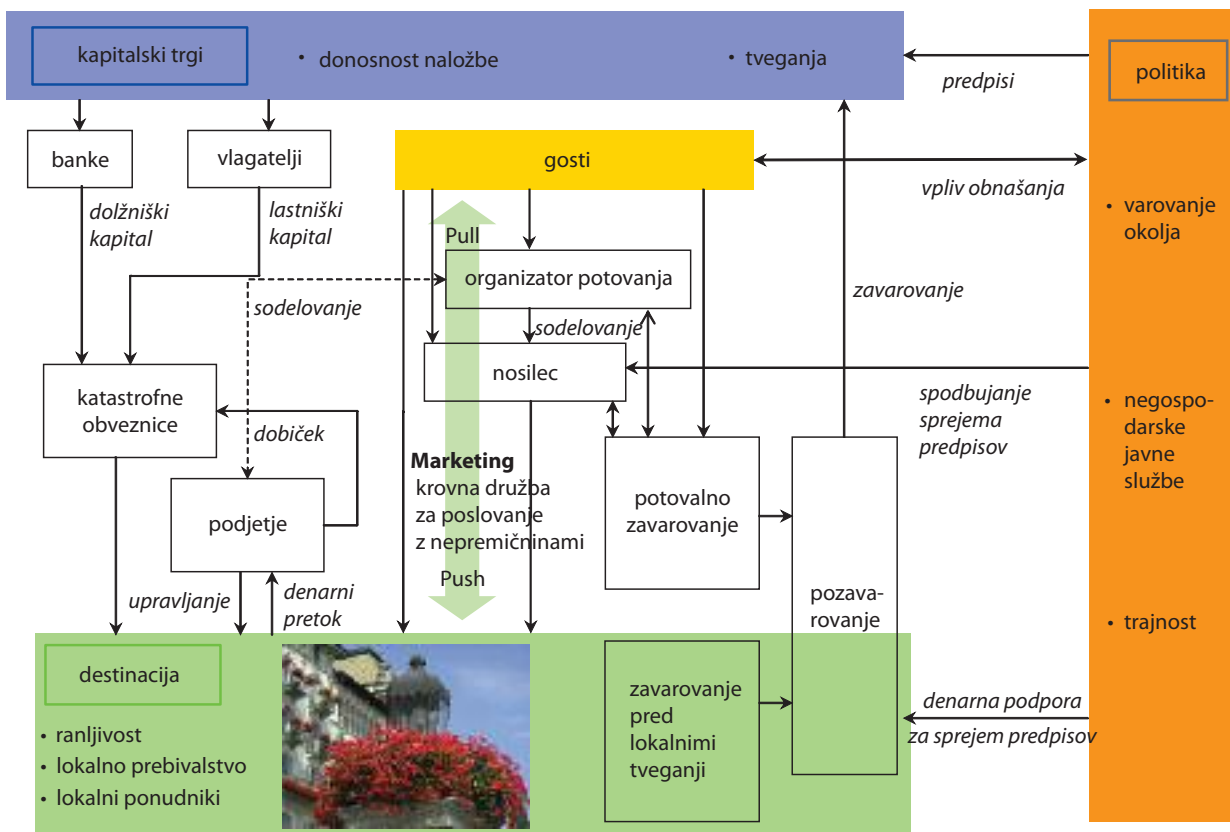
- Z namenom, da bi se lahko spopadli z naraščajočo konkurenčnostjo, se krepiti zavest o potrebi po opredelitvi tipičnih značilnosti (t. j. nalepke) za destinacije. Če je taka nalepka dobro oblikovana na osnovi obstoječega lokalnega proizvodnega sistema, bo njen vpliv zagotovo večji.
 - Oblikovanje zavesti lokalnega prebivalstva in gostov glede vrednosti lokalnih/regionalnih proizvodov. V tem smislu bi morali biti lokalni proizvodi posebej označeni, da bi jih turisti lahko prepoznali.
 - Lokalne oblasti bi morale prve začeti z oblikovanjem mrež za lokalne proizvajalce in turistične delavce v lokalnem turizmu tako, da bi naredili seznam lokalnih dobaviteljev, kar bi olajšalo razvoj neposredne trgovske povezave med lokalnimi dobavitelji in delavci v lokalnem turizmu, in bi se v imenu lokalnih dobaviteljev pogajali z zunanjimi turističnimi organizacijami, ki delujejo v tem turističnem središču. Razvijanje zaščitne znamke (ki bi predstavljala vse lokalno proizvedene dobrine) v sodelovanju s turističnimi organizatorji bi koristilo trženju turizma v turističnem središču in dalo spodbudo novim dobaviteljem, lokalnim proizvajalcem.
- #### **Spremljanje in ovrednotenje turističnega razvoja**
- Treba bi bilo ustanoviti skupino za trajnostne pobude z namenom, da bi postavila trajnostne cilje in spre-

ljala izboljšave na tem področju. Ta skupina lahko predlaga svoje pobude, da s tem spodbudi oblikovanje zavesti o trajnostnosti v regiji.

- Občasne revizije: kako se odvija načrtovano poslovanje.
- Občasne povratne informacije s strani uporabnikov sistema – turistov.
- Rezultate teh spremljanj bi morali vključiti v skupne koncepte, te pa bi morali ustrezno prilagoditi.
- Boljša informiranost o turističnih dejavnostih bi pripomogla k prepoznavanju določenih trendov v obnašanju turistov in je najboljše zagotovilo za prejem turističnih taks. Te podatke bi lahko primerjali tudi s porabo vode in energije, da bi lahko opredelili visoko-potrošne ustanove in jim pomagali, da bi dosegle potencialno varčevanje, tako pri virih kot pri financah.
- Pričakovati je, da bodo regionalne in nacionalne oblasti uvedle te predpise o poročanju in spremljanju, kar bi koristilo načrtovanju lokalnega turizma.

4.3 Strateški razvoj alpskega turizma v času podnebnih sprememb – celostni pogled

Podnebne spremembe so dolgoročen pojav. V turistično dejavnost je vpletenih veliko posameznikov in podjetij, na katere vpliva politična ureditev na več ravneh, zato so



Slika 4.3.1: Strateška priporočila za različne skupine deležnikov na področju turizma.

strateška priporočila namenjena različnim skupinam deležnikov. Skupine deležnikov in njihovi cilji v turistični mreži so prikazani na sliki 4.3.1:

- alpske destinacije in njihovo upravljanje (zeleno);
- politika (oranžno);
- turistična dejavnost (bela polja v sredini);
- kapitalski trgi (modro).

Skupni cilj je v alpski regiji ohraniti sedanje in vanjo pritegniti nove goste (rumeno). Z uporabo trženjskega pristopa »pull« skušajo destinacije goste prepričati o svojih prednostih s promocijo turističnih proizvodov in storitev. Po drugi strani pristop »push« upošteva, da se dojevanja gostov, življenjski slog, potrebe in želeni proizvodi skozi čas spreminjajo, zato se morajo destinacije prilago-

diti novim okoliščinam. V času podnebnih sprememb sta za trženje destinacij oba pristopa izredno pomembna.

Splošna priporočila

1. V času podnebnih sprememb v alpskem prostoru **ne obstaja ena sama splošna strategija** za prilagoditev turizma. Če upoštevamo raznolikost Alp, moramo zagotoviti vrsto prilagodljivih strategij tako na lokalnih kot na regionalnih ravneh.
2. Večje kot so strateške spremembe v turističnem sistemu destinacije, bolj je treba **upoštevati deležnike** v procesu sprememb, bodisi neposredno bodisi posredno. To še zlasti velja za pomembne deležnike izven destinacije.

Destinacije in regionalni razvoj

3. Glavna alpska mesta (npr. Innsbruck ali Grenoble) morajo razmisliti tako o prilagajanju kot o ukrepih za omilitev posledic podnebnih sprememb, medtem ko za večino redko poseljenih alpskih regij z malo lokalnega prometa velja, da so **strategije prilagajanja bolj pomembne** od strategij za omilitev posledic podnebnih sprememb. Alpski prostor se mora podnebnim spremembam **prilagoditi**, zato bo prispevek tega prostora k zmanjševanju izpustov toplogrednih plinov ostal razmeroma majhen.
4. Končni izidi strategij prilagajanja so lahko:
 - manjše ali večje **spremembe** sedanjega nabora turističnih proizvodov; na nižjih nadmorskih višinah na primer zmanjšanje števila proizvodov, poveza-

nih z zimskimi športi, ki naj bi jih nadomestile nove priložnosti poletnega in celoletnega turizma;

- varovanje in **krepitev sedanjih** turističnih struktur, na primer na smučiščih, ki ležijo na večjih nadmorskih višinah, da bi lahko zadostili povečanemu povpraševanju iz smučarskih središč z manj zanesljivo snežno odejo.
5. Razprave o vplivu podnebnih sprememb na turizem na licu mesta morajo temeljiti na načelih **jasnosti, sodelovanja, pravične porazdelitve in predvsem tržno usmerjenega pristopa**. V preteklosti so načrte in ocene tveganja običajno pripravljala zavarovalniška podjetja in banke, a lokalne oblasti do njih niso dovoljevale dostopa, da ne bi vznemirjali deležnikov in gostov.
 6. Varovanje okolja in gospodarski interes lahko v alpskem prostoru uravnovesimo le, če bomo hkrati ustvarili priložnosti tako za množični kot trajnostni turizem. Pri oblikovanju strategije za nova zaščitena območja v dosedanjih zimskošportnih središčih je treba sprejeti naraščanje množičnega turizma v drugih regijah na večjih nadmorskih višinah ali to možnost vsaj preučiti. Pri tem se poraja še eno vprašanje: ali obstaja možnost razprave o čezmejnem sistemu nadomestil za celoten alpski prostor, s čimer bi vlagatelje v nova zimskošportna središča prisilili, da sredstva vložijo tudi v obnovo drugih alpskih regij. Državni sistem nadomestil je v rabi že več let, a čezmejni sistem nado-

mestil bi lahko ponudil več prožnosti. Ker bodo destinacije na večjih nadmorskih višinah morda povečale vložke v zimske športe, bi lahko te vložke povezali z nadomestili, ki bi jih prejeli predeli na nižjih nadmorskih višinah na severnem in južnem robu Alp. Prvi korak v to smer bi lahko storili s spremembo Alpske konvencije: splošno čezmejno sodelovanje, ki ga ureja Alpska konvencija (1. točka 2. člena), je opredeljeno v Protokolu Varstvo narave in urejanje krajine, in sicer v 1. točki 3. člena (Mednarodno sodelovanje): »Pogodbenice se zavezujejo, da bodo še posebej sodelovale [...] pri preprečevanju poškodb narave in krajine in pri kompenzacijah zanje...« Zaenkrat so izravnalni ukrepi omejeni na nacionalne zakone, kot je zapisano v 2. točki 9. člena (Posegi v naravo in krajino).

7. Trajnostno paradigmo okoljske, ekonomske in družbene enakosti je treba prenesti na turistični trg, kjer bi morale lokalne strategije prilagajanja spodbujati:
 - donosnost za turistične ponudnike;
 - kakovostne počitnice za goste;
 - kakovost življenja lokalnega prebivalstva.Zaradi različnih političnih mehanizmov v alpskih državah (prispevni in neprispevni), bo treba razmisliti o strukturnih spremembah lokalnega političnega sistema, ki bi pospešile procese prilagajanja na podnebne spremembe. Če ti procesi ne bodo stekli, bi lahko razpadel celoten regionalni turistični sistem.

Politika

8. Strategije bi bilo treba **predvsem tržno usmeriti** (spodbuda), poleg tega pa bi si morali prizadevati za ureditev (prepovedi in subvencije), ki bi sistem varovala. Vseeno pa moramo vprašanje podnebnih sprememb reševati skupaj z drugimi ključnimi vprašanji, kot so zdravje, demografske spremembe in tehnološki razvoj, kjer je to smiselno.
9. **Ni potrebe po subvencioniranju umetnega zasneževanja** iz javnih sredstev, kar še zlasti velja za manjša smučarska središča. Če je dejavnost dobičkonosna, bi morala vpletena podjetja sama vlagati in pokrivati stroške z višjimi cenami. V nasprotnem primeru bi se morali usmeriti v druge dejavnosti v okviru regionalnega načrtovanja.

Turistična dejavnost

10. Podnebna nevtralnost se ne prodaja sama od sebe. Če naj poletni in letoletni turizem deloma nadomesti dobičkonosne zimske športe, mora obstajati dodatna vrednost tudi na **bilancah stanja turističnih ponudnikov** in ne le v zavesti gostov. To je mogoče le, če nova ponudba spodbudi pripravljenost plačati več. Primeri za to so regionalna kulinarika, šport, wellness in zdravstvene storitve. Te turistične niše lahko omogočijo nadpovprečne prispevne marže in okrepijo podobo kraja kot podnebnju prijazne destinacije, pri čemer podnebnih sprememb ne bi poudarjali kot tržni argument).

11. **Trženjske strategije** za alpski prostor bi morali dodatno razdelati. Alpski prostor ima velik turistični potencial tako za enodnevne izlete kot za dolge počitnice (npr. vse poletje). Podoba, ki jo želimo predstaviti gostom, zajema tako »športno igrišče« kot »nedotaknjeno, trajnostno, zeleno pokrajino«. Ob rastočih cenah prevoza imajo Alpe prednost, saj so bližnja počitniška destinacija za Evropejce.

Kapitalski trgi

12. Pri **razporeditvi kapitala za turistične projekte** bi morali danes trajnostne vidike upoštevati bolj kot v preteklosti. To velja ne le za okoljske vplive, ampak tudi za finančni vidik, saj se vlagatelji vse bolj zavedajo dejstva, da greta okoljska in finančna vzdržnost z roko v roki.
13. **Orodja za obvladovanje tveganj** (ne le celostne strategije, temveč tudi delne elemente) je treba razvijati ter jih dati na voljo lokalnim deležnikom, zlasti malim in srednje velikim podjetjem v turistični dejavnosti in organizacijam za trženje destinacije. To bi lahko vključevalo tudi podporo pri trženjski analizi, razvoju proizvodov itn, kar bi lahko uresničili s pomočjo svetovanj in/ali brezplačnih usposabljanj (odvisno od finančnega položaja ustanove, ki pomoč potrebuje). V obeh primerih obstaja možnost velikega dobička za vlagatelja, še zlasti, če bodo odločitve deležnikov o vlaganjih in projektih ustreznejše.



5
SKLEPI

5.1 V smeri trajnostnega razvoja turizma

Spodnji sklepi so nastali na osnovi neposrednih izkušenj številnih partnerjev ter vzorčnih študij. V celoti so rezultati projekta pokazali potrebo po tem, da se dejavnosti usmerijo k bolj trajnostni obliki turizma kot najučinkovitejši prilagoditveni strategiji za spopadanje z vplivi (negativnimi in pozitivnimi) podnebnih sprememb. Še posebno zanimivo je to, da se ujemajo z aktivnostmi Večletnega programa Alpske konvencije.

Alpska regija je izredno ranljiva in zelo raznolika

Alpska regija je eno od območij, na katero podnebne spremembe najhitreje vplivajo. Seveda so lokalne razmere v regiji zelo različne v smislu pričakovanih sprememb podnebja, tipologije in intenzivnosti turizma ter sposobnosti prilagajanja, zaradi česar je nemogoče zasnovati eno samo pot za reševanje tega problema. S projektom je bilo analiziranih 22 pilotnih območij z različnimi okoljskimi, družbenimi in gospodarskimi razmerami z namenom, da bi turizmu v Alpah zagotovili globalno perspektivo. Uvodni rezultati projekta so potrdili, da ni ene same strategije, s katero bi aktualne izzive lahko obvladovali v celotnih Alpah.

Podnebne spremembe so priložnost in grožnja

Poletnemu turizmu lahko podnebne spremembe koristijo. Toplejša poletja (kot npr. leta 2003) bi privabila več

ljudi v hribe in vodne aktivnosti bi lahko bolje zaživele. Turistična sezona bi se lahko podaljšala. Obenem pa je možno, da se suše in naraščajoči splošni pritisk na vodne vire poleti pojavijo pogosteje tudi v Alpah, ki so »vodni stolp Evrope«. Po drugi strani pa bo zimski turizem ogrožalo pričakovano zmanjšanje snežne odeje in ledenikov. Negativni zapleti pri zimskem turizmu in športu so predvsem odvisni od snežne zanesljivosti. Danes že velja 57 od 666 glavnih smučarskih središč v Alpah za snežno nezanesljive⁴². Vsekakor pa pomenijo podnebne spremembe priložnost tudi za snežno zanesljiva turistična središča, ker bodo imela v prihodnosti manj konkurence.

Prihodnja družbeno-ekonomska pričakovanja niso nič manj odločilna kot podnebne razmere

V zadnjih nekaj desetletjih se je pozitiven trend turističnega povpraševanja v alpskih destinacijah zmanjševal in povprečno trajanje obiskov se je občutno skrajšalo. Številne destinacije so dosegle stopnjo zrelosti in trg je zdaj zasičen. Globalizacija je vse hitreje povečevala število konkurentov in spremenila potovalne navade. Stroški energije vse bolj spodjedajo presežke izkupička za nastanitev in prevoz. Razpoložljivost vode in stroški zanjo predstavljajo vedno večji problem za proizvodnjo umetnega snega. Ta dejstva sama po sebi upravičujejo dvom o modelu tradicionalnega razvoja, ki je temeljil na »belih sanjah«, se pravi smučanju, in je prevladoval od sedem-

desetih let 20. stoletja. Namesto tega potrebuje alpski turizem zaščitne znamke (npr. zaklade Alp), inovativnost in fleksibilnost.

Prilagoditev bi morala biti glavna smer v dolgoročnem načrtovanju turizma

O prilagoditvi podnebnim spremembam se ne bi smelo razmišljati izolirano. Podnebne spremembe so le še ena vrsta pritiska na že dodobra pritisku izpostavljene turistične sisteme, ki imajo specifične močne in šibke strani. Čeprav je turistično povpraševanje zelo prilagodljivo in se navade turistov stalno in hitro razvijajo, potrebuje turistična ponudba (ki se nanaša na alpske destinacije kot celoto) več časa, da bo lahko narejen tak načrt za dejavnosti, v katerem bodo upoštevane družbene, gospodarske in okoljske omejitve. Vsekakor obstajajo avtonomne dejavnosti (n.pr. umetni sneg, načrt smučarskih prog, itd.), s katerimi se lahko ukvarjajo turistični ponudniki, vendar bo najbolj odločilno vlogo v prizadevanju za prilagoditev odigrala »načrtovana prilagoditev«. Podnebne spremembe so zgolj priložnost, da se pritegne najprimernejši krog lokalnih déležnikov v proces določanja aktivnosti za izboljšanje trajnostnosti turizma v vsakem alpskem turističnem središču.

Ljudje v Alpah so pripravljeni

Dvig zavesti pri déležnikih – vključno s turisti, lokalnim prebivalstvom in poslovneži – o vplivu podnebnih spre-

⁴² Na splošno velja, da je smučarsko središče snežno zanesljivo, če je v sedmih od desetih zim dovolj debela snežna odeja (vsaj 30 do 50 cm) na voljo za smučanje najmanj 100 dni v času od 1. decembra do 15. aprila.

memb na turizem v Alpah je eden od ciljev celotnega projekta. Vseeno pa so na participatornih delavnicah, ki so se odvijale v času trajanja projekta, lokalni déležniki že dokazali, da so na straži glede podnebnih sprememb, ki se že čutijo. Močno se že zanimajo za to vprašanje in se ga dobro zavedajo. Poleg tega so izrazili željo, da bi bili bolj vključeni v sodelovanje. Kar resnično še vedno manjka prenekateri destinaciji, je to, da bi spustili déležnike za skupno mizo, kjer bi se sporazumeli, kako nadaljevati pot za izboljšanje situacije. V pilotnih območjih, kjer so izvedli raziskavo z metodo delfi, Analizo socialnih omrežij, teste DSS/e-tool in druge metode za pritegnitev lokalnih déležnikov, je projekt ponudil priložnost in metodologijo, kako premagati to omejitev. Rezultati delavnic so izpostavili tudi dejstvo, da lokalna skupnost, če se z njo posvetuje ob uporabi ustrezne metodologije, lahko dobi jasen in »pred-podnebnimi-spremembami-varen« pogled na to, kakšen bi lahko v prihodnosti bil turizem v Alpah.

Treba je odločno ukrepati

Nekatera s turizmom povezana vprašanja so posebno odločilna za alpsko regijo, ne glede na vplive, ki so posledica podnebnih sprememb. Alpska turistična destinacija mora biti prepoznavna. Lokalna kultura, obrt, gastronomija in kmetijstvo so elementi, ki imajo med destinacijskimi posebnimi lastnostmi precejšnjo moč, in treba bi jih bilo spodbujati. Druga odločilna dejavnika, ki imata silen vpliv na alpski turizem, pa sta promet in energija.

Trezen razmislek o tem, kako izboljšati njuno trajnostnost, bi bil primeren za večino alpskih turističnih središč.

5.2 Nadaljnji ukrepi

Glede na to, kar smo spoznali, bi bilo treba ukrepati, kot sledi:

Spremeniti obliko razvojnih strategij, da se zmanjša odvisnost od letnih časov. To bi spremenilo priložnosti za turistično ponudbo. Alpska turistična središča bi se morala odmakniti od tradicionalnih zimskih in poletnih dejavnosti, kot sta smučanje in pohodništvo. Namesto tega bi morali investirati v razvoj vinskega in prehrabnega turizma, promocijo lokalnih proizvodov, izlete s pokušinami, dejavnosti za wellness in organiziranje športnih in kulturnih prireditev, če omenimo samo nekaj možnosti. Vsi ti proizvodi so močno cenjeni v tistih alpskih turističnih središčih, ki jih že razvijajo, in ta središča postajajo vse bolj priljubljena, bistveno bolj od onih, kjer spodbujajo zgolj tradicionalne aktivnosti. Torej obstaja potencial, ki ga prav tako lahko izkoristijo tudi druge destinacije.

Koordiniranje lokalnim okoliščinam prilagojenih razvojnih strategij s cilji Alpske konvencije, v okviru načel trajnostnega razvoja. Vsaka destinacija ne more ponuditi celotnega niza zgoraj navedenih dejavnosti.

Rezultati projekta nazorno kažejo, da je zelo priporočljivo razvijati specifične zaščitne znamke, ki naredijo destinacijo enkratno s tem, da so izkoriščene njene svojstvene možnosti. To bo tudi omejilo tveganja, ki nastajajo zaradi divje globalne konkurence v turizmu.

Primere **učinkovitega načina dela** bi bilo treba sporočati naprej, da bi spodbudili izmenjavo izkušenj znotraj območja Alp.

Skupni napor v smeri **dolgoročnih prilagoditvenih programov** tako na regionalni kot na lokalni ravni bi morali postati prednostna naloga in trajati neodvisno od mandata ene politične vlade. Javne investicije bi morali uporabljati za dolgoročno načrtovanje. Te bi morale še posebej paziti na varstvo okolja in pričakovano podnebje in obenem zmanjšati vlaganje v izgradnjo nove infrastrukture za smučarske proge.

Potrebno je graditi na zanimanju lokalnih déležnikov za probleme podnebnih sprememb in njihovo zanimanje izkoristiti, da bi se lahko oblikovala dinamika pri raziskovanju potenciala razvojnih možnosti.

6 Viri in literatura

- Abegg, B. et al. 2007: Climate change impacts and adaptation in winter tourism. V: Agrawala, S. (ed.), Climate Change in the European Alps. Paris: OCSE.
- ASTAT (Provincial institute for Statistics, Autonomous Province of Bolzano/Bozen), 2010. Il turismo in alcune regioni alpine – 2009, astat INFO št. 35.
http://www.provincia.bz.it/astat/it/mobilita-turismo/?474.asp?redas=?yes&?News_?action=?4&News_?article_?id=?335040, spletna stran pogledana junija 2011
- Bausch, T. 2009: Die kommunalen Steuereffekte des Tourismus: die Verschuldung vieler Gemeinden ist kein Zufall. Tourismus Management Passport, Edition 02/09 Master. München.
- Bieger, T. 2006: »Dal turismo esteso a quello di destinazione.« In: Il turismo nello spazio alpino, Swiss Confederation – Federal Observatory of territorial development, information bulletin, št. 2, 55–58. www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/4037.pdf, spletna stran pogledana julija 2011.
- Chaix, C. 2010: Climate Change and tourism in the Alps: An analysis based on the pilot sites of the Alpine Space project »ClimAlpTour«
http://www.institut-montagne.org/ori-oai-search/notice.html?id=institut-montagne-ori-wf-1-77971&format=dc_id&resultBackUrl=, spletna stran pogledana julija 2011
- CIPRA, 2006: Klima – Wandel – Alpen. Tourismus und Raumplanung im Wetterstress. In: Tagungsband 23 der CIPRA Jahresfachtagung 2006 vom 18.–20. Mai 2006 in Bad Hindelang/Nemčija. Munich, Schaan: CIPRA International.
- CIPRAInfo, 2006: »Turismo – settore senza fantasia?« In: Clima e Alpi in mutamento. Gli effetti del clima sul turismo e sulla pianificazione del territorio, CIPRAInfo št. 80.
<http://www.cipra.org/it/alpmedia/pubblicazioni/2609>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Dietz, C. 2006: Vulnerabilität und Anpassung gegenüber Klimawandel aus sozial-ökologischer Perspektive. Aktuelle Tendenzen und Herausforderungen in der internationalen Klima- und Entwicklungspolitik. <http://www.sozial-oekologische-forschung.org/intern/upload/literatur/Dietz1.pdf>, Paris 2010.
- EEA, 2009: Regional climate change and adaptation – The Alps facing the challenge of changing water resources, Technical Report št. 9.
<http://www.eea.europa.eu/publications/alps-climate-change-and-adaptation-2009>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Fleischhacker, V., Formayer, H. 2007: Die Sensitivität des Sommertourismus in Österreich auf den Klimawandel.
http://www.austroclim.at/fileadmin/user_upload/reports/StCl06D1.pdf, spletna stran pogledana maja 2010.
- Föhn, P. 1990: »Schnee und Lawinen.« V: Schnee, Eis und Wasser der Alpen in einer wärmeren Atmosphäre, Internationale Fachtagung, Mitteilungen VAW ETH Zürich 108, 33–48. Zürich: ETH.
- Gallée, H. 2010: Climate Changes over the Alps http://www.institut-montagne.org/ori-oai-search/notice.html?id=institut-montagne-ori-wf-1-77971&format=dc_id&resultBackUrl=
- Gessner, S., Siegrist, D. (in press): Klimawandel: Adaptionsstrategien im alpinen Sommer- und Wintertourismus. Ergebnisse einer alpenweiten Delphi-Befragung. V: Zeitschrift für Tourismuswissenschaft.
- Haebeli, W. & Beniston, M. 1998: »Climate change and its impacts on glaciers and permafrost in the Alps«, *Ambio*, vol. 27, 258–265.
- Harrer, B., Scherr, S. 2002: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. Dwif Schriftenreihe vol. 49/2002. München.
- IPCC, 2007: Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the International Panel on Climate Change. New York: Cambridge University Press.
- IPCC, 2007: Contribution of Working Groups I, II and III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr.pdf, spletna stran pogledana julija 2011.

- Italian National Tourism Observatory ONT, 2008: Il turismo montano in Italia. Modelli, strategie e performance. www.isnart.it/forum/custom/documento/file/turismo%20montano.pdf, spletna stran pogledana julija 2011.
- Kämpf, R., Hunziker, C. 2007: Successo e competitività del turismo alpino (Sintesi). <http://www.seco.admin.ch/themen/00476/00508/index.html?lang=it>, spletna stran pogledana maja 2010.
- Keller, P. 2005: Le cadre conceptuel, Introduction to the 4th Snow and Mountain Tourism World Congress, Canillo (Principauté d'Andorre), 14–16 April 2005.
- Macchiavelli, A. 2006: »Le stazioni alpine invernali: tendenze e questioni in gioco.« In: Macchiavelli, A. (ed.), Il turismo della neve, 13–66. Milano: Franco Angeli.
- Macchiavelli, A. 2009: »I cambiamenti del mercato e le implicazioni sulle destinazioni alpine.« Speech during the workshop Il turismo della media montagna. Quali strategie ed interventi in un contesto che cambia?, Chiuro (Sondrio), 11–12 November 2010. www.climalptour.it/files/wwfchiuroandreamacchiavelli.pdf, spletna stran pogledana julija 2011.
- Macchiavelli, A., 2006b: »Fattori di stabilità e scenari di cambiamento.« In: Macchiavelli, A (ed.), Il turismo montano fra continuità e cambiamento, 13–29. Milano: Franco Angeli.
- OCSE, 2007: Climate Change in the European Alps: Adapting Winter Tourism and Natural Hazards Management. Paris: OCSE.
- Parry, M. L. (ed.) 2007: Climate change 2007: impacts, adaptation and vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Preston, B. L. 2008: Mapping Climate Change Vulnerability in the Sydney Coastal Councils Group. Systems Approach to Regional Climate Change: Adaptation Strategies in Metropolises. CSIRO and Sydney Coastal Councils Group Inc.: Sydney.
- Solomon, S. et al. (eds.) 2007: Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press, Cambridge (see also http://www.ipcc.ch/publications_and_data/ar4/wg1/en/contents.html)
- Swiss Confederation, 2010: Strategia di crescita per la piazza turistica Svizzera. <http://www.evd.admin.ch/themen/00129/01523/index.html?lang=it>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Vanat, L. 2006: Bilan de saison 2005/06 – Suisse, Fréquentation des domaines skiabiles, septembre 2006. <http://www.vanat.ch/RM-CH-palmares-JS2006-R.pdf>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Vanat, L. 2007: Bilan de saison 2006/07 – Suisse, Fréquentation des domaines skiabiles, septembre 2007. <http://www.vanat.ch/RM-CH-palmares-JS2007-R.pdf>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Vanat, L. 2008: Bilan de saison 2007/08 – Suisse, Fréquentation des domaines skiabiles, septembre 2008. <http://www.vanat.ch/RM-CH-palmares-JS2008-R.pdf>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Vanat, L. 2009: Bilan de saison 2008/09 – Suisse, Fréquentation des domaines skiabiles, septembre 2009. <http://www.vanat.ch/RM-CH-palmares-JS2008-R.pdf>, spletna stran pogledana julija 2011.
- Viganò, G., Mottironi, C. 2010: Note introduttive alla programmazione turistica. Milan: MET Bocconi University.
- Weingartner, W. 1998: »Il Tirolo pone dei limiti alle infrastrutture turistiche.« V: CIPRA (ed.), I Rapporto sullo stato delle Alpi, 254–255. Torino: CDA.
- Zimmerl, F. 2001: Die Alpen im Klimawandel – Ökologische und ökonomische Folgen für den Wintertourismus in Österreich. www.wsl.ch/publikationen/pdf/8408.pdf, spletna stran pogledana julija 2011.



www.climalptour.eu