



TRAJNOSTNI TURIZEM V ALPAH

Poročilo o stanju Alp

ALPSKA KONVENCIJA
Alpski signali – posebna izdaja 4

KOLOFON

Uredil:

Stalni sekretariat Alpske konvencije
www.alpconv.org
info@alpconv.org

Glavni sedež:

Herzog-Friedrich-Strasse 15
A-6020 Innsbruck
Avstrija

Izpostava:

Viale Druso-Drususallee 1
I-39100 Bolzano-Bozen
Italija

Grafično oblikovanje in tisk: De Poli & Cometto - Italija

Tiskanje: Linea Grafica - Castelfranco Veneto - Italija

Prevodi: INTRALP

Slika na naslovnici: Giuliano Gusatto

© Stalni sekretariat Alpske konvencije, 2013

ISBN 9788897500124



CO₂ nevtralna publikacija
kompenzirana z nakupom
certifikatov za obnovljive
vire v Alpah

2013 | YDH-12-GCW

TRAJNOSTNI TURIZEM
V ALPAH
POROČILO O STANJU ALP

ALPSKA KONVENCIJA
ALPSKI SIGNALI – POSEBNA IZDAJA 4

To poročilo je odobrila Alpska konferenca preko svojega Stalnega odbora na njegovi 51. seji, dne 20. novembra 2012. Pripravo tega poročila je koordiniral Stalni sekretariat Alpske konvencije skupaj s francoskim predsedstvom *ad hoc* strokovne skupine.

Zasnovo in pripravo zemljevidov sta naredila UBA Dunaj, v okviru sodelovanja z Evropsko agencijo za okolje (EEA) in EURAC Research.

Besedilo je pripravilo francosko predsedstvo *ad hoc* strokovne skupine in njeni člani, v sodelovanju s Stalnim sekretariatom.

Stalni sekretariat Alpske konvencije

Marco Onida, generalni sekretar

Regula Imhof, namestnica generalnega sekretarja (koordinatorka poročila RSA4)

Marcella Morandini, projektna uradnica

Člani *ad hoc* strokovne skupine:

Predsedstvo

Francija

Georges Ribière, Conseil général de l'environnement et du développement durable, Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, et de l'Énergie

(Stalni odbor za okolje in trajnostni razvoj, Ministrstvo za ekologijo, trajnostni razvoj in energijo)

Člani

Avstrija

Elisabeth Süßenbacher, Umweltbundesamt

(Agencija za okolje, Oddelek za rabo tal in bio-varnost)

Katharina Mayer-Ertl, Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend

(Zvezno ministstvo za gospodarstvo, družino in mladino, Oddelek turizem in zgodovinski objekti)

Francija

Hélène Jacquet-Monsarrat, DATAR France, Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale, Mission "dynamique des territoires"

(Medresorska agencija za prostorsko načrtovanje in privlačnost regij, misija za dinamiko območij)

Jean Pierre Chomienne, DATAR France

(Medresorska agencija za prostorsko načrtovanje in privlačnost regij)

Italija

Stefano Balbi, Università Cà Foscari Venezia (strokovnjak, imenovan s strani regije Veneto) in

CMCC – Evro-sredozemski center o podnebnih spremembah

Andrea Bianchini, EURAC Research, svetovalec Ministrstva za okolje, prostor in morje

Luca Cetara, European School of Economics, svetovalec Ministrstva za okolje, prostor in morje

Thomas Streifeneder, EURAC Research, Institut za regionalni razvoj in upravljanje lokacij, svetovalec Ministrstva za okolje, prostor in morje

Drugi prispevki:

Julia Bönisch, *Giulia Dal Bo*, *Andrea Omizzolo*, *Harald Pechlaner*, *Anna Scuttari* –

EURAC Research, Institut za regionalni razvoj in upravljanje lokacij

Liechtenstein

Holger Frick, Amt für Wald, Natur und Landschaft

(Urad za gozdove, naravo in upravljanje rabe prostora)

Nemčija

Thomas Bausch, Alpenforschungsinstitut GmbH
(Institut za raziskovanje Alp)

Slovenija

Blanka Bartol, Ministrstvo za infrastrukturo in prostor, Direktorat za prostor

Švica

Juliane Barras, ARE Bundesamt für Raumentwicklung
(Zvezni oddelek za okolje, promet, energijo in komunikacije DETEC, Zvezni urad za prostorski razvoj ARE)
Jonas Schmid, ARE Bundesamt für Raumentwicklung
(Zvezni oddelek za okolje, promet, energijo in komunikacije DETEC, Zvezni urad za prostorski razvoj ARE)

Opazovalke, ki so sodelovale v ad hoc strokovni skupini:

CAA (Club Arc Alpin), *Veronika Schulz*
CIPRA International, *Christian Baumgartner*
FIANET, *Laurent Reynaud, Raphael Schönbächler*
ISCAR (Mednarodni znanstveni odbor za raziskovanje Alp), *Philippe Bourdeau*
Pro Mont Blanc, *Barbara Ehringhaus*

Znanstveni pregled (organiziran s strani ISCAR-ja)

Prof. John Tuppen, Univerza Joseph Fourier Grenoble, Francija
Prof. Magda Antonioli, Univerza Bocconi Milan, Italija
Prof. Tanja Mihalič, Univerza v Ljubljani, Slovenija

Kontaktne točke Alpske konvencije**Avstrija**

Ewald Galle, Lebensministerium
(Zvezno ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo, okolje in upravljanje z vodami; Oddelek V/9 Mednarodne okoljske zadeve)

Francija

Marine de Carné, Ministère de l'Écologie, du Développement Durable, et de l'Énergie
(Ministrstvo za ekologijo, trajnostni razvoj in energijo)
Isabelle Paillet, Ministère de l'Écologie, du Développement Durable, et de l'Énergie
(Ministrstvo za ekologijo, trajnostni razvoj in energijo)

Italija

Paolo Angelini, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare
(Ministrstvo za okolje, prostor in morje)

Liechtenstein

Felix Näscher, Amt für Wald, Natur und Landschaft
(Urad za gozdove, naravo in krajino)

Monako

Patrick Van Klaveren, Ministère d'État, (državno ministrstvo), Délégué Permanent auprès des Organismes Internationaux à caractère scientifique, environnemental et humanitaire
(Ministrstvo za zunanje zadeve, Stalni predstavnik za mednarodne organizacije za področje znanosti, okolja in humanitarnih zadev)

Nemčija

Silvia Reppé, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
(Zvezno ministrstvo za okolje, varstvo narave in jedrsko varnost)
Peter Eggensberger, Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit
(Bavarsko državno ministrstvo za okolje in javno zdravje)

Slovenija

Tanja Bogataj, Ministrstvo za infrastrukturo in prostor

Švica

Silvia Jost, ARE Bundesamt für Raumentwicklung
(Zvezni oddelek za okolje, promet, energijo in komunikacije DETEC, Zvezni urad za prostorski razvoj ARE)

Institucije in osebe, ki so prispevale k poročilu

Pri pripravi poročila so sodelovale tako javne kot zasebne institucije; prispevale so podatke, primere dobre prakse, študije primerov in bile na voljo za posvetovanja. Posebna zahvala gre naslednjim institucijam:

Avstrija

Statistik Österreich (Statistični urad Avstrije)
Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, Sektion Tourismus und Historische Objekte (Zvezno ministrstvo za gospodarstvo, družino in mladino, sekcija za turizem in zgodovinske objekte)
Lebensministerium - Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
(Zvezno ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo, okolje in upravljanje voda)
Österreichischer Gewerkschaftsbund/Gewerkschaft vida Bundesfachgruppe Tourismus (Sindikat hotelirstva, gostinstva in osebnih storitev – vida)
Umweltbundesamt
(Okoljska agencija Avstrije, oddelki za "rabo prostora in bio-varnost", "promet in hrup", "biotsko raznovrstnost in varstvo narave")
Wirtschaftskammer Österreich, Bundesparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (Avstrijska gospodarska zbornica, Sektor za turizem in pristočasne aktivnosti)
Avstrijske zvezne dežele "Länder" z regijami, ki so del območja Alpske konvencije

CAA, Club Arc Alpin (Združenje planinskih organizacij alpskega loka)

EEA, European Environmental Agency (Evropska agencija za okolje)

Evropska komisija, Generalni direktorat za podjetništvo in industrijo, Enota za razvoj turizma

Francija

ADEME, Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie
(Francoska agencija za okolje in upravljanje z energijo)
IRSTEA, l'institut national de recherche en sciences et technologies pour l'environnement et l'agriculture (Nacionalni raziskovalni institut za znanost in tehnologijo za okolje in kmetijstvo)
Ministère de l'Écologie, du Développement durable, et de l'énergie,
Direction des affaires européenne et internationales ; Conseil général de l'environnement et du développement durable,
Commission permanente des ressources naturelles
(Ministrstvo za ekologijo, trajnostni razvoj in enegijo, Direktorat za evropske in mednarodne zadeve, Generalni odbor za okolje in trajnostni razvoj, Stalna komisija za naravne vire)
Ministère de l'égalité des territoires et du logement – Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale (Ministrstvo za teritorialno enakost in stanovanja, Medresorska agencija za prostorsko načrtovanje in regionalno privlačnost)
Ministère chargé de l'industrie – sous-direction du tourisme – Atout France
(Ministrstvo za industrijo – Poddirektorat za turizem - Atout France)

Italija

Italijansko partnerstvo Evropskega teritorialnega sodelovanja »Alpski prostor« za projekt ClimAlpTour: Ministero dell’Ambiente e Della Tutela Del Territorio e Del Mare (Ministrstvo za okolje, prostor in morje); Regione Veneto (Pokrajina Veneto), kot vodilni partner, in Università Cà Foscari, Venezia (Univerza Benetke)

Eurac Research (Raziskovalni inštitut EURAC)

European School of Economics (Evropska ekonomska šola)

CMCC – Centro Euro-Mediterraneo sui Cambiamenti Climatici (Evro-sredozemski center za podnebne spremembe)

Liechtenstein

Amt für Statistik (Statistični urad)

Amt für Wald, Natur und Landschaft (Urad za gozdove, naravo in krajino)

Liechtenstein Marketing

Nemčija

Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen
(Bavarsko državno ministrstvo za delo in socialno varnost, družino in ženske)

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
(Bavarsko državno ministrstvo za prehrano, kmetijstvo in gozdarstvo)

Bayerisches Staatsministerium des Innern
(Bavarsko državno ministrstvo za notranje zadeve)

Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus
(Bavarsko državno ministrstvo za šolstvo in kulturo)

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie
(Bavarsko državno ministrstvo za gospodarstvo, infrastrukturo, promet in tehnologijo)

CIPRA Deutschland
(CIPRA Nemčija)

Slovenija

Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo, Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo ter Direktorat za turizem in internacionalizacijo, Sektor za turizem

Ministrstvo za infrastrukturo in prostor, Direktorat za prostor

Ministrstvo za kmetijstvo in okolje

Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport, Direktorat za kulturno dediščino

Statistični urad Republike Slovenije

Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Oddelek za ekonomijo

Lokalna turistična organizacija Sotočje

Lokalna turistična organizacija Bohinj

Zavod za turizem Maribor

Švica

Bundesamt für Raumentwicklung
(Zvezni urad za prostorski razvoj)

Bundesamt für Statistik
(Zvezni urad za statistiko)

Bundesamt für Umwelt
(Zvezni urad za okolje)

Fondation pour le développement durable des régions de montagne
(Fundacija za trajnostni razvoj v gorskih območjih)

Staatssekretariat für Wirtschaft
(Državni sekretariat za gospodarstvo)

UAB, Universitat Autònoma de Barcelona
(Neodvisna univerza v Barceloni)

KRATICE

AK	Alpska konvencija
ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line (internetne povezave, tehnologija za prenos podatkov)
CAA	Club Arc Alpin (Združenje planinskih organizacij alpskega loka)
CIPRA	Commission Internationale pour la Protection des Alpes (Mednarodna komisija za varstvo Alp)
DG	Directorate General (of the European Commission) (Generalni direktorat Evropske komisije)
EEA	European Environmental Agency (Evropska agencija za okolje)
ERA	Eco Region Alpe Adria (Eko regija Alpe Adria)
ESDS	European Sustainable Development Strategy (Evropska strategija za trajnostni razvoj)
ETC	European Territorial Cooperation (Evropsko teritorialno sodelovanje)
GCOS	Global Climate Observation System (Globalni sistem opazovanja podnebja)
GTI-DTD	International Task Force for Sustainable Tourism Development, UN Marrakech process on sustainable consumption and production (Mednarodna skupina za trajnostni razvoj turizma, ZN Marakeš proces o trajnostni potrošnji in proizvodnji)
INTERREG	Interregional Cooperation Programme (Medregionalni program sodelovanja)
IPCC	Intergovernmental Panel on Climate Change (Medvladni odbor o podnebnih spremembah)
ISCAR	International Scientific Committee on Research in the Alps (Mednarodni znanstveni odbor za raziskovanje Alp)
LAU	Local Administrative Units (Administrativne enote na lokalni ravni)
LEADER	Liaison Entre les Actions de Développement de l'Economie Rurale (Evropski program za spodbujanje razvoja podeželja)
LFAs	Less favoured areas (Območja z omejenimi možnostmi)
MAP	Multiannual Work Programme of the Alpine Conference (Večletni program dela Alpske konference)
NUTS	Nomenclature des unites territoriales statistiques (Klasifikacija statističnih teritorialnih enot v Evropski Uniji)
NUTS 3	okraji (D), skupine okrajev (A), province (I), departmaji (F), kantoni (CH)
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Organizacija za ekonomsko sodelovanje in razvoj)
PLANALP	Platform for Natural Hazards of the Alpine Convention (Platforma za naravne nesreče Alpske konvencije)
PPP	Public Private Partnership (javno-zasebno partnerstvo)
R&R	Raziskave in razvoj
RSA 1	First Report on the state of the Alps (Prvo Poročilo o stanju Alp)
RSA 2	Second Report on the state of the Alps (Drugo Poročilo o stanju Alp)
RSA 3	Third Report on the state of the Alps (Tretje Poročilo o stanju Alp)
RSA 4	Fourth Report on the state of the Alps (Četrto Poročilo o stanju Alp)
SGI	Services of General Interest (Storitve splošnega pomena)
SOIA	System for Observation and Information on the Alps (Sistem opazovanja in informiranja v Alpah)
SRES	Special report on emissions scenarios (Posebno poročilo o emisijskih scenarijih)
UN-ECE	United Nations Economic Commission for Europe (Gospodarska komisija Združenih narodov za Evropo)
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Svetovna turistična organizacija pri Združenih narodih)
WTTC	World Travel and Tourism Council (Svetovni svet za potovanja in turizem)

PREDGOVOR PREDSEDNIKA SKUPINE STROKOVNJAKOV

To četrto Poročilo o stanju Alp, ki se posveča razvoju trajnostnega turizma v Alpah, je pripravila skupina strokovnjakov iz različnih držav alpskega loka v tesnem sodelovanju s švicarskim predsedstvom Alpske konvencije, Stalnim odborom in Stalnim sekretariatom.

Kot koordinator te skupine se želim zahvaliti strokovnjakom za njihovo delo in kakovost njihovih prispevkov. V teku številnih izmenjav in srečanj skupine je vladal pravi duh kolektivnega ustvarjanja poročila v vzdušju zaupanja in gostoljubja.

Prav tako moram poudariti iskanje uravnotežene priprave tega poročila, med željo po "trajnosti" turizma na eni strani in zavedanjem gospodarskih in družbenih danosti, ki jih ta panoga prinaša alpskim območjem in njihovim prebivalcem na drugi strani. Prav tako smo si prizadevali doseči ravnovesje v strukturi in redakciji besedila med tremi stebri trajnostnega razvoja.

V imenu vseh sodelujočih strokovnjakov želim, da bi to poročilo vodilo v operativne ukrepe, ki bodo omogočili optimizirati izvajanje Protokola "Turizem" Alpske konvencije, ki je bil podpisan pred 15 leti. Ob tem smo lahko ponosni, da so bili prvi ukrepi že potrjeni na 51. seji Stalnega odbora v Milanu konec novembra 2012. Slednje potrjuje tako pomen, ki ga države pripisujejo turizmu za njihov lasten razvoj kot tudi njihovo voljo za ohranitev njegovih temeljev.

*Georges Ribière, predsednik skupine strokovnjakov,
Urad za okolje in trajnostni razvoj,
Ministrstvo za ekologijo, trajnostni razvoj in energijo*

PREDGOVOR STALNEGA SEKRETARIATA

Četrto Poročilo o stanju Alp se osredotoča na trajnostni turizem. Poročilo izhaja iz potrebe, izražene v Protokolu "Turizem" Alpske konvencije, ki je bil sprejet 16. oktobra 1998, po doseganju večje skladnosti med turizmom in okoljem ter v skladu z enim izmed vodilnih načel Konvencije skuša obravnavati izzive trajnostnega turizma ne glede na politične in upravne meje na območju Alp.

Okolju prijazen turizem je postal bistveni faktor pri spodbujanju gospodarskega razvoja v Alpah in s tem tudi pri izboljšanju življenjskega standarda podeželskih skupnosti. Varovanje naravnega okolja je pomembno ne samo za ohranjanje raznolikosti flore in favne, temveč tudi za zaščito alpske krajine, ki privlači turiste poleti in pozimi. S pomočjo Protokola "Turizem" Alpska konvencija nudi organom odločanja pomoč pri zapleteni nalogi usklajevanja turističnega razvoja ter varovanja in promocije naravne in kulturne dediščine določenega območja.

Turizem je gospodarska panoga, ki zaobjema več sektorjev. Politike o trajnostnem turizmu zahtevajo kombinirano delovanje več vej uprave na nacionalni, regionalni in lokalni ravni. Alpska konvencija, okvir za aktivnosti na več ravneh, nudi pomoč pri zagotavljanju doslednosti med različnimi pobudami. Tu gre navadno za smernice, razvojne programe in sektorske načrte, za katere je potrebna presoja pred sprejetjem, predvsem z ozirom na vse možne družbenogospodarske posledice za lokalno prebivalstvo in javne finance. Druge možne posledice, ki jih je treba upoštevati, so posledice za kakovost tal, vode in zraka ter vplivi na naravne ekosisteme in na podeželje.

Trenutno predstavljajo glavne izzive za vse alpske države namembnost rabe tal, spremembe krajine, prilagajanje podnebnim spremembam in ustvarjanje delovnih mest za ohranjanje poselitve in zagotavljanje upravljanja oddaljenih krajev. Ustvarjanje delovnih mest zahteva samo po sebi izboljšave na primer na področju hotelirstva in gostinstva, z boljšimi delovnimi pogoji in nudenjem možnosti izobraževanja za motiviranje osebja in izboljšanje njegovih zaposlitvenih perspektiv. Dodaten izziv je nudenje takšnih javnih storitev, ki ustrezajo pričakovanjem bodisi rezidentov bodisi obiskovalcev.

V pomoč pristojnim organom odločanja, ki se trudijo, da dosežejo te cilje in s tem spodbudijo trajnostni turizem, četrto Poročilo o stanju Alp nudi kot prvo pregled vseh opredelitev, klasifikacij, trajnostnih turističnih politik in pravnih okvirov. Nato opravi pregled dejanskega stanja turizma v celotnem alpskem loku in končno obravnava izzive, ki jih postavlja industrija, vključno s predstavitvijo možnih instrumentov in rešitev za prihodnje ukrepanje. Rezultat tega dela je poročilo, bogato s podatki in analizami, kot narekuje tradicija pisanja Poročil o stanju Alp Alpske konvencije.

Čestitamo vsem predstavnikom pogodbenic Alpske konvencije, strokovnjakom in vsem, ki so prispevali k delu, pa se zahvalimo za veliko požrtvovalnost pri pisanju tega poročila, za katerega je bilo na voljo izredno malo časa. Upamo, da bo to poročilo koristen in s podatki podprt prispevek k debati o trajnostnem turizmu na lokalni, nacionalni in mednarodni ravni.

Marco Onida, generalni sekretar Alpske konvencije

*Regula Imhof, namestnica generalnega sekretarja Alpske konvencije,
odgovorna za Sistem opazovanja in informiranja v Alpah*

VSEBINA

A.	Uvod	13
A.1.	Cilji Poročila o stanju Alp	13
A.2.	Opredelitve: trajnostni turizem	13
B.	Trajnostne turistične politike	17
B.1.	Mednarodne politike za razvoj trajnostnega turizma	17
B.2.	Politike Evropske unije za razvoj trajnostnega turizma in druge pobude na ravni Evropske unije	18
B.3.	Pravni okvir, institucije in politike osmih alpskih držav	19
C.	Alpska konvencija	35
C.1.	Trajnostni turizem znotraj Protokola "Turizem" Alpske konvencije	35
C.2.	Trenutni odzivi Alpske konference na trajnostni turizem	36
D.	Položaj turizma na območju Alp	45
D.1.	Raznolikost alpskega turizma	45
D.2.	Položaj in vpliv turizma v Alpah	51
E.	Izzivi alpskega turizma – gonilne sile	94
E.1.	Začetna tipologija: glavni tipi turizma v Alpah	94
E.2.	Prednosti in slabosti glavnih tipov alpskega turizma	96
E.3.	Gonilne sile, ki vodijo k spremembam, in potrebe alpskega turizma po prilagajanju	100
E.4.	Prihodnje priložnosti in nevarnosti, vezane na glavne tipe turizma	110
E.5.	Izzivi za pospešitev trajnostnega turizma v Alpah	112
F.	Pospeševanje razvoja trajnostnega turizma v Alpah	115
F.1.	Možnosti za odzivanje na izzive in pospeševanje trajnostnega turizma	115
F.2.	Orodje za trajnostni razvoj alpskega turizma	117
F.3.	Oblikovanje in izvajanje projektov sodelovanja	119
G.	Priloge	121
G.1.	Kazalniki trajnostnega turizma za alpske destinacije	121
G.2.	Glosar	123
G.3.	Alpe, območje trajnostnega turizma	125
G.4.	Viri in literatura	125

SLIKE

Slika 1:	Avdio in video vodnik na pametnem telefonu	40
Slika 2:	Pohodništvo v snegu v Narodnem parku Ecrins	41
Slika 3:	Visokogorska alpska cesta na Grossglockner	42
Slika 4:	Kozorog pri Grossglocknerju	42
Slika 5:	Jahanje v narodnem parku Visoke Ture	43
Slika 6:	Delež potencialnih naselitvenih območij znotraj vsake občine	46
Slika 7:	Pozidane površine kot delež pri potencialnih naselitvenih območjih znotraj vsake občine	46
Slika 8:	Glavni razlogi za potovanje na izbrane destinacije v Avstriji	47
Slika 9:	Značilnosti mega-dogodkov	50
Slika 10:	Bistveni elementi verige turističnih storitev	51

Slika 11:	Autour du Mont Blanc	53
Slika 12:	Logotip Autour du Mont Blanc	53
Slika 13:	Butiner 2004	53
Slika 14:	Butiner 2005	53
Slika 15:	Izbira načina prevoza v turizmu (potovanje od izvora do cilja) na območju Alp	55
Slika 16:	Izpusti CO ₂ glede na vrsto prometa	56
Slika 17:	Spletna stran "Hoja med oblaki"	57
Slika 18:	Shuttle avtobusni prevozi v Naravnem parku Paneveggio-Pale di San Martin	59
Slika 19:	Poštene parkirnine EMS	59
Slika 20:	Informacije za obiskovalce	59
Slika 21:	Intenzivnost turistične dejavnosti: hotelske postelje in podobne nastanitvene zmogljivosti na populacijo	61
Slika 22:	Indeks turistične funkcije na osnovi prebivalstva (nočitve) – 2010	63
Slika 23:	Indeks turistične funkcije na osnovi površine (nočitve) – 2010	64
Slika 24:	Povprečno trajanje bivanja – 2010	65
Slika 25:	Povprečno trajanje bivanja – odstopanje v % 2001-2010	66
Slika 26:	Počitniška vas Reka, Urnäsch	70
Slika 27:	Sauris	70
Slika 28:	Vigilius Mountain Resort	71
Slika 29:	Delež turističnih ležišč v alpskem loku glede na vrsto nastanitve	72
Slika 30:	Nočitve v alpskem loku glede na vrsto nastanitve	72
Slika 31:	Razvoj nočitev v hotelih v zimski in poletni sezoni	73
Slika 32:	Zemljevid večjih zaščitenih območij v alpskem loku	77
Slika 33:	Antonijev rov v Idriji	77
Slika 34:	Staro mestro jedro Idrije	77
Slika 35:	Naravni Park Adamello Brenta	78
Slika 36:	Logotip kluba Qualita-parco	78
Slika 37:	Pustolovska karta Liechtenstein	79
Slika 38:	Kakšnega okusa so gore	79
Slika 39:	Rdeči petelin: dodatni prihodek za kmetijo	80
Slika 40:	Rdeči petelin: kvaliteta za goste	80
Slika 41:	Menu "Rešimo podnebje"	80
Slika 42:	Planinske kočje okusa	80
Slika 43:	Plakat "Spoštuj svoje meje"	81
Slika 44:	Naslovnica brošure "Spoštuj svoje meje"	81
Slika 45:	Okolju prijazno turno smučanje	81
Slika 46:	Razvoj prebivalstva po občinah – 1990-2005	82
Slika 47:	Gostota prebivalstva po občinah – 2005	83
Slika 48:	Delež zaposlovanja v hotelih in restavracijah	88
Slika 49:	Primerjava različnih indikatorjev lokalnega pomena turizma	89
Slika 50:	Kaunergrat – turizem brez arhitektonskih ovir Piller Moor Stege	92
Slika 51:	Okvirna tipologija alpskega turizma	95
Slika 52:	Razdelitev Alp na štiri podnebno homogene podregije	100
Slika 53:	Staranje EU27 v prihodnjih 20 letih	105
Slika 54:	Primer ključnih kazalnikov trajnostnega turizma treh alpskih destinacij	122
Slika 55:	Model inovacij gorskih destinacij	123

A. UVOD

A.1. CILJI POROČILA O STANJU ALP

To Poročilo o stanju Alp je po vrsti četrto (RSA 4) po poročilih o prometu, o vodi in o razvoju podeželja. Osrednja tema poročila je trajnostni razvoj turizma, ki se posveča eni izmed tem izvedbenih protokolov Alpske konvencije.

Poročilo je torej popolnoma usklajeno z okvirno konvencijo, še posebej s 25. in 26. členom Protokola "Turizem" (spremljanje obveznosti pogodbenic):

- oceniti vpliv izvedbenega protokola na področju turizma in vpliv drugih povezanih protokolov (členi 25-1, 2 in 3, Protokol "Turizem");
- preučiti obstoječe izzive za turizem v Alpah in možnosti za širše izvajanje protokola, tudi ob upoštevanju sprejetja, po potrebi, ustreznih sprememb Protokola (člen 26, Protokol "Turizem").

Poročilo dopolnjuje delo Odbora za preverjanje Alpske konvencije in upošteva trenutno stanje trajnostnega razvoja na področju turizma v Alpah. Nazadnje Poročilo skuša nuditi čim bolj izčrpen pregled stanja trajnosti turizma v Alpah. Pomanjkanje ustreznih podatkov predstavlja šibko točko te analize.

Poročilo vsebuje:

- splošen uvod o tem, kaj je trajnostni turizem;
- pregled stanja turizma v alpskih regijah pogodbenic;
- analiza odzivov v zvezi s trajnostnim turizmom v Alpah, ki so jih že bili deležni Alpska konvencija in njeni protokoli;
- predstavitev možnosti in priložnosti za boljši razvoj trajnostnega turizma v Alpah. Ta del je specifično namenjen različnim skupinam deležnikov (državam, regijam, skupnostim, podjetjem, turistom) in želi spodbuditi boljše izvajanje Protokola "Turizem" Alpske konvencije.

A.2. OPREDELITVE: TRAJNOSTNI TURIZEM

Svetovna turistična organizacija (UNWTO) opredeljuje turizem in njegove gospodarske učinke na pojem obiskovalcev na naslednji način:

"Obiskovalec je oseba, ki potuje v glavni namembni kraj izven svojega običajnega okolja za manj kot eno leto iz glavnega razloga (poklic, razvedrilo ali drugi osebni razlogi), ki pa ni povezan z zaposlitvijo pri delodajalcu v obiskani državi ali kraju. Obiskovalec (domači, prihajajoči ali odhajajoči) je opredeljen kot turist (ali obiskovalec, ki prenočuje), če

njegovo/njeno potovanje vključuje nočitev, drugače je dnevni obiskovalec (ali izletnik)."

Ker večina statistik in analiz temelji na podatkih o obiskovalcih, ki prenočujejo, in ker se podatki o dnevnih obiskovalcih redko zbirajo, se to poročilo osredotoča na obiskovalce, ki prenočujejo in ki bodo v Poročilu imenovani "turisti". Pojem dnevni obiskovalci bo omenjen v nekaterih delih besedila, ker sta oba vidika tesno povezana.

Osrednja tema tega poročila je trajnostni turizem. Za razliko od bolj pogosto uporabljene besedne zveze "trajnostni razvoj" nimamo enotne definicije za "trajnostni turizem", ki bi predstavljala enoten pojem za vse deležnike.

Precejšen razvoj tega sektorja, ki je neposredno vezan na gospodarski razvoj in na globalizacijo, je spodbudil celo vrsto organizacij, da so ponudile izbor pojmov, ki opredeljujejo "trajnostni turizem".

Na mednarodni ravni Združeni narodi (UN), Svetovna turistična organizacija (UNWTO), Program Združenih narodov za okolje (UNEP), Organizacija Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo (UNESCO), Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD) kot tudi nevladne organizacije so pripravili množico priročnikov in akcijskih programov na temo trajnostnega razvoja, s poudarkom na indikatorjih. Na ravni Evropske unije sta se Evropski parlament in Evropska komisija v svojem delovnem procesu lotila teme "evropskega trajnostnega razvoja". Na nacionalni ravni je večina držav pripravila osnutek Agende 21 ali nacionalno strategijo za trajnostni razvoj, ki vključuje poglavje o turizmu.

V tem smislu opredeljuje Svetovna turistična organizacija Združenih narodov (UNWTO) trajnostni turizem kot "turizem, ki v celoti upošteva svoj sedanj in prihodnji gospodarski, družbeni in okoljski vpliv in ki se ukvarja s potrebami obiskovalcev, industrije, okolja in gostiteljskih skupnosti" (sdt. unwto.org/en/content/about-us-5).

Trajnostni turizem bi moral:

- optimalno izkoriščati okoljske vire, ki predstavljajo ključni dejavniki za razvoj turizma, ob ohranjanju bistvenih procesov in podpiranju naporov za ohranjanje naravne dediščine in biotske raznovrstnosti;
- spoštovati družbeno in kulturno prilstnost gostiteljskih skupnosti, ohraniti njihovo grajeno in živo kulturno dediščino ter tradicionalne vrednote in prispevati k medkulturnemu razumevanju ter strpnosti;
- zagotavljati izvedljive, dolgoročne gospodarske aktivnosti, ki prinašajo enakomerno porazdeljene koristi vsem deležnikom, vključno s stalno zaposlitvijo in priložnostmi

za ustvarjanje prihodka, družbenimi storitvami za gostiteljske skupnosti, ter prispevati k zmanjševanju revščine.

Evropska komisija opredeljuje trajnostni turizem kot "turizem, ki je izvedljiv tako v gospodarskem kot v družbenem smislu in ki ne škoduje okolju in lokalni kulturi", kar pomeni uravnotežen pristop k trem stebrom trajnosti.

Izraz "trajnostni turizem" pomeni bolj uveljavljanje ciljev trajnostnega razvoja na področju turizma, tako kot se dogaja v drugih sektorjih (promet, energija, kmetijstvo itd.), kot pa samostojno področje, zato bomo v tem poročilu raje uporabljali izraz "trajnostni razvoj turizma".

Trajnostni razvoj turizma

Turizem je gospodarska dejavnost, ki pospešuje ustvarjanje novih delovnih mest in lokalni razvoj: temelji na spodbujanju in ovrednotenju naravnih, zgodovinskih, kulturnih in družbenih virov. Za številna območja predstavlja včasih izmed vseh edino razpoložljivo platformo, ki omogoča prebivalcem, da "živijo in delajo v svoji regiji".

Zato je trajnostni razvoj tega sektorja velik izziv, ko gre za doseganje trajnosti brez nevarnosti spreminjanja osnovnih virov. Mobilnost in njen vpliv na podnebne spremembe, ohranjanje naravnih virov (vode, zemlje, ranljivega okolja itd.), zmanjšanje onesnaženja in količine odpadkov, doseganje dobro uravnoteženega premikanja v času in prostoru in spoštovanje družbenih in kulturnih tradicij, to je samo nekaj izzivov, ki jim je treba biti kos, ne glede na lokacijo (razvite države ali države v razvoju) ali na vrsto turizma (množični ali nišni turizem), ob upoštevanju indikatorjev, kot na primer sposobnosti obvladovanja in ustrezne meje nepovratnosti.

Izzivi vplivajo na vse deležnike (organizatorji potovanj, prevozniki, razvijalci turizma, gostinski delavci, lastniki restavracij, lastniki trgovin, vodje potovanj, načrtovalci, ponudniki in upravljalci turističnih proizvodov, regionalni deležniki ter izvoljeni predstavniki in seveda tudi turisti) in na vsa območja ter njihove dejavnosti: gostinstvo, nastanitve, prevoz. Tudi drugi sektorji občutijo vplive, predvsem prostorsko načrtovanje, promet, energija, kmetijstvo, okolje, trg zaposlovanja in življenjski slog potrošnikov.

Razumljivo je torej, da se v Marakeškem procesu ZN o "trajnostni potrošnji in proizvodnji" ena sedmih delovnih skupin (*International Task Force for Sustainable Tourism Development* - GTI-DTD) ukvarja s temo trajnostnih turističnih projektov. Cilj za vsako od projektnih skupin je dati v skupno rabo znanje in dobre prakse, razvijati prenosljive projekte in orodja ter ozaveščati turistične subjekte in turiste. Od leta 2006 do leta 2010 je v tem kontekstu Mednarodna

delovna skupina za razvoj trajnostnega turizma (GTI-DTD) izvedla približno 40 projektov in pobud ter sprejela priporočila za ustrezne politike na primer na področju trženja, krepitve zmogljivosti, porabe blaga in storitev, nadaljnega spremljanja in ocenjevanja. Januarja 2011 se je delovna skupina GTI-DTD razvila v partnerstvo ZN. Izbrali so sedem delovnih tem: podnebne spremembe, varstvo okolja in biotske raznovrstnosti, boj proti revščini, okvirji političnega delovanja, kulturna in naravna dediščina, zasebni sektor, finančno poslovanje in investicije.

Na ravni Evropske unije je leta 2004 Evropska komisija ustanovila namensko skupino za trajnostni turizem "*Tourism Sustainability Group*" (TSG), ki ji je bila med drugim poverjena naloga, da pripravi poročilo o "Ukrepih za bolj trajnostni evropski turizem". Poročilo določa specifične odgovornosti za posamezno skupino deležnikov – trajnostne destinacije, trajnostna podjetja, odgovorni turisti – in je bila podlaga za Sporočilo Komisije iz leta 2007 z naslovom "Program za trajnostni in konkurenčni evropski turizem".

Razvoj trajnostnega turizma obsega torej celo paleto turističnih dejavnosti in deležnikov, od ponudbe turističnih proizvodov s strani "ponudnikov storitev" do turističnega povpraševanja s strani "potrošnikov". Zanimivo v tem pristopu je to, da prenaša odgovornost na vse deležnike in dejavnosti na določenem območju.

Čeprav se države in regije močno trudijo izboljšati trajnostno ponudbo v alpskem turizmu, je obnašanje potrošnikov večkrat dodatni ključni element za zmanjševanje negativnih vplivov turizma v Alpah. Tega ne gre razumeti kot izrecen izziv za alpski turizem, kajti uvajanje bolj trajnostnih življenjskih slogov in vzorcev potrošnje je vprašanje, ki se postavlja za celotno evropsko družbo. Potrošniki imajo veliko odgovornost v družbi, saj lahko s svojim povpraševanjem vplivajo na uspeh in sprotno prilagajanje proizvodov, ki so jim nuden.

Tradicionalno so Alpe bile in še vedno so platforma za inovacije na področju trajnostnih turističnih proizvodov, ki združujejo odgovorno uporabo virov in visoko raven storitev za prosti čas. Na ta način lahko vedno bolj odgovorni potrošniki ugotovijo, da se turizem in trajnostni vidiki med seboj ne izključujejo.

Različne oblike trajnostnega turizma

Ob upoštevanju vsega zgoraj povedanega je pomembno poudariti, da trajnostnega razvoja turizma ne smemo zamenjati za oblike turizma, ki so povezane s tem pojmom.

Nekaj pristopov je omenjenih tu spodaj. Indikatorji, izbrani za vrednotenje turizma z vidika trajnosti, bomo obravnavali kasneje v poročilu.

- **“Ekoturizem”** ali **“zeleni turizem”** je turizem v naravnem okolju in vključuje elemente ohranjanja narave in virov, elemente izobraževanja in družbenogospodarske koristi na lokalni ravni (v glavnem se uporablja za turizem v tretjem svetu). Izraz “podeželski turizem” se uporablja za turizem na podeželju, na primer za turistične kmetije, in se občasno enači z “zelenim turizmom”, čeprav nimata nujno enakih trajnostnih ciljev.
- **“Etični turizem”** ali **“odgovorni turizem”** gre bolj za moralni cilj, ki ga je mogoče zaslediti pri vseh omenjenih oblikah turizma, kot pa za samostojno obliko turizma. Namen tega turizma je uveljavljanje ciljev “Globalnega etičnega kodeksa v turizmu”, ki jih je leta 1999 sprejel UNWTO: strpnost, človekove pravice in svoboščine, spoštovanje različnosti, ki izvira iz etnične pripadnosti, običajev in vere, izobrazbe in usposabljanja. Vključuje tudi Deklaracijo iz Cape Town-a o odgovornem turizmu iz leta 2002.
- **“Geoturizem”**, kot “ekoturizem” spodbuja ohranjanje okolja in virov ob upoštevanju geoloških posebnosti ter blaginjo lokalnih prebivalcev, zajema pa tudi celovito pojmovanje prostora, na primer zgodovine, kulture, krajine, kulinarike, umetnosti, lokalne flore in favne, se pravi značilnosti, ki prispevajo k “občutku kraja”.
- **“Pravični turizem”** tako kot pri oznaki “pravična trgovina” določa prerazporeditev deleža dohodkov od turističnih dejavnosti lokalnim skupnostim. V glavnem gre za “zeleni turizem”, je pa lahko tudi podeželski ali urbani turizem. Skuša združevati interese turizma in spoštovanje krajevne skupnosti (kulture in načinov življenja). To obliko turizma pogosto izbirajo v manj razvitih državah, še posebej v južnih predelih Alp.
- **“Socialni turizem”** je oblika turizma, ki se obrača na potrošnike s posebnimi potrebami, družine, mladino, upokojence, hendikepirane, in se navadno odvija v posebnih centrih za skupine (počitniški centri, šotorjenje na prostem, počitniška naselja itd), ki jih ne smemo zamenjati z gostinsko kamping infrastrukturo oziroma infrastrukturo na prostem. Cilji te oblike turizma so pravica do počitnic in nudenje dostopnega turizma za vse.
- **“Solidarnostni turizem”** je neposredno vezan na lokalne družbenogospodarske projekte. Turisti in organizatorji potovanj se smejo udeležiti, posredno ali neposredno, razvojnih pobud ali projektov: delavnice za obnovev, razvoj naprav in opreme, vrtanje vodnjakov, social in kulturni projekti itd. Sem spadajo mladinski delovni tabori.
- **“Turistična dejavnost na kmetiji”** (poznana tudi pod izrazom počitnice na kmetiji, predstavlja del turizma na podeželju) je turizem, ki je tesno povezan s kmetijstvom,

kmečkim življenjem in podeželjem. Turiste približa naravi in jih vključuje v razne dejavnosti obdelavanja in upravljanje krajine. Turisti sodelujejo v aktivnostih in življenjskem slogu lokalnih prebivalcev ter se seznanijo z živalmi, gojenjem rastlin in pridelavo živil. Turisti na kmetiji prinašajo kmetom neposredni dohodek in jim omogočajo diverzifikacijo gospodarske dejavnosti. Drug pozitiven učinek je ta, da se turistična dejavnost na kmetiji opira na že obstoječo turistično infrastrukturo in pripomore k bolj homogeni porazdelitvi turizma na podeželju.

Družbena odgovornost gospodarskih družb (*Corporate Social Responsibility* – CSR) v turizmu se navezuje na nabor orodij, ki je namenjen uresničevanju trajnosti v turističnem poslovanju.

V odnosu do teh oblik turizma so dobre prakse, ki se izvajajo v Alpah, zaslužno jasen primer trajnostnega razvoja turizma.

B. TRAJNOSTNE TURISTIČNE POLITIKE

B.1. MEDNARODNE POLITIKE ZA RAZVOJ TRAJNOSTNEGA TURIZMA

Politike, ki pospešujejo razvoj trajnostnega turizma v državah članicah Evropske unije in pogodbenicah Alpske konvencije, so del širšega okvira.

Na tem mestu ne moremo navajati vseh svetovnih organizacij in pobud, ki so povezane s turizmom, trajnostnim ali ne-trajnostnim. Njihovo število je neposredno sorazmerno z gospodarsko močjo sektorja: skoraj ena milijarda potovanj v tujino (število stalno narašča), 100 milijonov neposrednih zaposlitev (in ravno toliko posrednih zaposlitev), povprečno 5 % svetovnega BDP-ja in 30 % izvoza storitev (UNWTO).

V naslednjih odstavkih bomo obravnavali nekaj pomembnejših organizacij:

1. Svetovna turistična organizacija Združenih narodov UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) ki ima sedež v Madridu, je specializirana institucija Združenih narodov in vodilna mednarodna organizacija na svojem področju. Deluje kot mednarodni forum za vprašanja turistične politike in prostor izmenjave informacij ter strokovnega znanja in izkušenj. Združuje 162 držav in območij in ima več kot 400 pridruženih članov v zastopstvu zasebnega sektorja, akademskih institucij, turističnih združenj in lokalnih turističnih ustanov.

UNWTO igra ključno in odločilno vlogo pri spodbujanju razvoja odgovornega, trajnostnega turizma, dostopnega vsem, s posebnim poudarkom na interesih držav v vzponu, predvsem s pomočjo "Globalnega etičnega kodeksa".

Aprila leta 1955 je na Lanzaroteju (Kanarski otoki) organizirala prvo mednarodno konferenco o trajnostnem turizmu, ki se je z "Listino za trajnostni turizem" obrnila na mednarodno skupnost.

Izdala je številne referenčne vodiče: "Praktični vodič za razvoj in uporabo indikatorjev trajnostnega turizma" leta 1997, "Politike in orodja za trajnostni turizem – Vodič za oblikovalce politik" leta 2005, "Turizem in trajnost: pregled" leta 2005, "Podnebne spremembe in turizem" leta 2008 in "Turizem in biotska raznovrstnost" leta 2010.

2. Svetovni svet za potovanja in turizem WTTC (*World Travel and Tourism Council*) je mednarodno poslovno združenje potovalnih industrij in forum za vodje podjetij v potovalni in turistični industriji. Nagrade WTTC-ja "Turizem za jutri" so med najvišjimi priznanji na svetu v potovalni in

turistični industriji. Njihov cilj je prepoznati dobre prakse v trajnostnem turizmu v svetovnem merilu. WTTC se resno ukvarja s temo podnebnih sprememb.

3. Pobuda organizatorjev potovanj TOI (*Tour Operators Initiative*) za razvoj trajnostnega turizma je pobuda, ki so jo razvili organizatorji potovanj za organizatorje potovanj s podporo Svetovne turistične organizacije Združenih narodov UNWTO (ki gosti sekretariat Pobude organizatorjev potovanj TOI), Programa Združenih narodov za okolje UNEP in organizacije Združenih narodov za izobraževanje, znanost in kulturo UNESCO, ki so tudi polnopravni člani Pobude. Gre za forum, ki združuje glavne mednarodne zasebne organizatorje potovanj.

4. Program Združenih narodov za okolje UNEP (*United Nations Environment Programme*) se že od ustanovitve ukvarja z vključevanjem okolja v človekove dejavnosti in je pred kratkim izvedel dve pomembni pobudi. Prva je bila leta 2007 objava praktičnega vodiča za upravljanje okoljskih in družbenih vplivov gorskih ekskurzij z naslovom "Turizem in gore". Ta vodič opredeljuje najboljše prakse za gorski turizem na področju energije, prometa, biotske raznovrstnosti, podnebja, varnosti, lokalnih skupnosti itd.

Druga je poglavje "Turizem" Poročila o prehajanju k "zelenemu gospodarstvu", ki je bilo objavljeno leta 2011 (UNEP 2011) in ki zagovarja ločevanje rasti in porabe naravnih virov s pomočjo zanesljivih pravnih okvirov, ozelenitve gospodarskih dejavnosti, zmanjšanja javnih izdatkov, ki škodijo naravni dediščini, gospodarskih instrumentov in instrumentov za obdavčitev, usposabljanja in raziskav ter mednarodnega upravljanja. Zeleno gospodarstvo pomeni zmanjšanje emisij ogljika in onesnaževanja, večjo energetsko učinkovitost in bolj učinkovito rabo virov ter ohranjanje biotske raznovrstnosti in ekosistemskih storitev. V tem poročilu poglavje o turizmu, napisano v sodelovanju z UNWTO-jem, poudarja pomen ozelenitve sektorja s pomočjo investicij, ki bodo pripomogle k večji učinkovitosti rabe energije in vode, blažitvi podnebnih sprememb, zmanjšanju količine odpadkov, ohranjanju biotske raznovrstnosti in kulturne dediščine ter okrepitvi vezi z lokalnimi skupnostmi. Poročilo trdi, da usklajene "bolj zelene" politike lahko preusmerijo rast sektorja k večji trajnosti in s tem ustvarijo gospodarske koristi ob istočasni krepitvi socialnega in okoljskega konteksta (UNEP, 2011).

To poročilo je eden od ključnih prispevkov UNEP-a k procesu Rio+20, gleda pa tudi dlje od leta 2012. Zelena

ekonomija je bila velika tema na vrhu Rio+20, ki se je odvijal v Rio de Janeiru v Braziliji od 20. do 22. junija 2012. Ob tej priložnosti so si vlade in druge interesne skupine, vključno z gospodarstveniki, agencijami ZN in nevladnimi organizacijami, prizadevale izdelati smernice za nadaljnje delo. Razprava, katere cilj je bilo oblikovanje bodoče etike gospodarjenja z naravnim in človeškim kapitalom planeta, bo lahko v znatni meri vplivala na človekove dejavnosti. Rio+20 si je prizadeval, da bi turizem usmeril k večji trajnosti in etičnosti.

Na XII. Alpski konferenci (7. septembra 2012) so ministri alpskih držav sklenili, da poverijo Stalnemu sekretariatu Alpske konvencije nalogo, da oceni rezultate vrha Rio+20 (dokument "Prihodnost, ki si jo želimo") s ciljem, da postanejo Alpe vzorčno območje izvajanja načel iz tega dokumenta.

5. Odbor za turizem OECD-ja je mednarodni politični forum, ki želi izboljšati sposobnost držav članic OECD-ja, da prilagodijo svoje politike in aktivnosti v podporo trajnostne rasti, zelenih inovacij in konkurenčnosti v turizmu, ter da teme turistične politike bolje vključijo v področja drugih politik. Dvakrat letno zbere vse oblikovalce politik s področja turizma, zato da razpravljajo o glavnih razvojnih dogodkih in izzivih v turistični industriji.

B.2. POLITIKE EVROPSKE UNIJE ZA RAZVOJ TRAJNOSTNEGA TURIZMA IN DRUGE POBUDE NA RAVNI EVROPSKE UNIJE

V naslednjem poglavju se bomo lotili opisa politik za razvoj trajnostnega turizma in turističnih institucij v posameznih državah podpisnicah Alpske konvencije, pred tem pa je zanimivo pogledati, katere izmed držav Evropske unije so podpisale tudi Alpsko konvencijo in njene protokole. Evropska unija je ratificirala Protokol "Turizem" leta 2006.

Ko govorimo o turizmu, se moramo najprej spomniti, da je to predvsem nacionalna ali regionalna pristojnost držav članic. V sporočilu o turizmu je Evropska komisija leta 2010 prvič predlagala konsolidiran politični okvir delovanja za evropski turizem (COM (2010) 352 konč. 30. junij 2010), se pravi usklajeno evropsko turistično politiko.

Odkar je 1. decembra 2009 pričela veljati Lizbonska pogodba, je Evropska unija pridobila pristojnost, da podpre, usklajuje in dopolnjuje aktivnosti držav članic na področju turizma s ciljem spodbujanja in ustvarjanja ustreznega okolja za razvoj podjetništva in sodelovanja med državami članicami.

Turizem je gospodarska dejavnost, ki zmore ustvarjati rast in delovna mesta v Evropski uniji. Evropska turistična industrija pokriva približno 1,8 milijonov podjetij, večinoma malih in srednjih podjetij; zaposluje približno 5,2 % celotne evropske delovne sile (približno 9,7 milijona delovnih mest); igra ključno vlogo pri reševanju problema brezposelnosti mladih in pogosto nudi mladim možnost prve poklicne izkušnje. Neposredno ustvarja več kot 5 % evropskega BDP-ja, je sektor odporen na krizo in za nekatere države članice tudi sektor, ki znatno prispeva k gospodarski oživitvi. Turizem predstavlja tretjo največjo družbenogospodarsko dejavnost v Evropski uniji, po trgovini in distribuciji ter gradbenem sektorju.

Predstavniki držav članic Evropske unije se redno sestajajo v Svetovalnem odboru za turizem (*Tourism Advisory Committee – TAC*), kjer razpravljajo o različnih temah, vezanih na turizem v Evropski uniji, vključno s trenutnimi in bodočimi izzivi, zato da si izmenjajo primere najboljših praks in da svetujejo Evropski komisiji v zvezi s projekti na ravni Evropske unije.

Kot drugo lahko zakonodaja na področju drugih politik Evropske unije (npr. notranji trg, varstvo potrošnikov, zagotavljanje storitev, okolje, energija, promet itd.) pomembno vpliva na turizem zaradi njegove kompleksne strukture in medsektorske narave.

Kot tretje je okolje konsolidirana politika Evropske unije, ki ima svojo pravno podlago v Pogodbi o Evropski uniji od leta 1987 dalje. To politiko so začeli uveljavljati z opredelitvijo in izvajanjem specifičnih predpisov v zvezi z okoljem, vodo, odpadki in kemičnimi snovmi, in jo potem razširili z vključitvijo horizontalnih ukrepov za okoljsko presojo, dostop državljanov do informacij in pravnega varstva, sodelovanje v procesih odločanja itd.

Odkar je pojem trajnostnega razvoja začel postajati bolj domač, je prišlo do pomembnega napredka in danes to politiko zaznamuje predvsem cilj vključevanja okolja v vse druge politike Evropske unije, zato da so okoljske omejitve upoštevane v trenutku snovanja in izvajanja tistih politik, ki lahko pomembno vplivajo na okolje.

To vključuje turizem, ki ima zaradi prometa, infrastrukture, objektov (predvsem v obalnih in goratih predelih) in porabe naravnih virov od vedno specifičen vpliv na okolje.

Novembra 2003 je sporočilo Komisije z naslovom "Osnovne smernice za trajnostni evropski turizem" (COM(2003) 716 konč. 21. november 2003) pomenilo prvi korak k vključevanju vidikov trajnosti v turistični sektor. Februarja 2007 je posebna delovna skupina, ki jo je ustanovila Komisija, objavila poročilo z naslovom "Ukrepi za bolj trajnostni evropski turizem" (ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/tsg/tsg_final_report_en.pdf), ki so ga uporabili kot podlago za

sprejetje dokumenta "Program za trajnostni in konkurenčni evropski turizem" (COM(2007) 621 konč. 19. oktober 2007).

Najnovejše sporočilo Komisije "Evropa, prva svetovna turistična destinacija – nov okvir evropske turistične politike" iz junija 2010 (COM(2010)352 konč. 30. junij 2010) se ukvarja z novimi faktorji, ki vplivajo na rast turizma, na primer demografijo, podnebnimi spremembami, energijo in naravnimi viri.

Izražen cilj je izboljšati konkurenčnost sektorja ob istočasnem spodbujanju trajnosti in kakovosti turistične ponudbe, med drugim tudi z utrjevanjem povezanosti turizma s kulturno in naravno dediščino, z ustvarjanjem sistema indikatorjev za trajnostno upravljanje destinacij in evropskim znakom za sheme kakovosti v turizmu, nadrejenim sistemom priznanja shem kakovosti za storitve v turističnem sektorju. Sporočilo poudarja tudi potrebo po vključevanju vseh interesnih skupnosti za zagotavljanje konkurenčne in trajnostne prihodnosti turistične industrije kot tudi za boljše izkoriščanje politik in finančnih instrumentov Evropske unije.

Vzporedno izvaja Komisija posebne aktivnosti, ki pospešujejo razvojne modele trajnostnega turizma, na primer natečaj EDEN, ki nagraduje "Evropske destinacije odličnost" (ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden-destination/index_en.htm), na osnovi vsakoletne teme. Gore še niso bile samostojna tema natečaja EDEN.

Leta 2011 je bil objavljen javni razpis za zbiranje projektov za promocijo trajnostnih transnacionalnih turističnih proizvodov. Nagrajenih je bilo pet transnacionalnih projektov, vezanih na čezmejne, transnacionalne turistične smeri/steze ali poti, ki prispevajo k bolj trajnostni turistični industriji. Projekt o italijanski poti "Via Francigena" vključuje Alpe v svoje geografsko območje.

Stekla je tudi vrsta aktivnosti za povečanje turističnih tokov v in znotraj Evropske unije: Calypso (ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/calypso/index_en.htm), pilotna pobuda "50.000 turistov" (ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/50k/index_en.htm), itd.

Poleg politike Evropske komisije za turizem in povezanih aktivnosti na tem področju je omeniti še druge pobude ali partnerstva oziroma mreže na nivoju Evropske unije, na primer, med drugimi, "Mrežo evropskih regij za konkurenčen in trajnostni turizem". Mrežo NECSTouR (www.necstour.eu/necstour/home.page), so ustanovile leta 2007 tri evropske regije: Katalonija, Rovenca-Alps-Côte-d'Azur in Toskana.

B.3. PRAVNI OKVIR, INSTITUCIJE IN POLITIKE OSMIH ALPSKIH DRŽAV

Vsi nacionalni prispevki temeljijo na podatkih o gorah/gorskem turizmu in opisujejo različne upravne ravni (nacionalne, regionalne, okrajne/pokrajinske, občinske) glede na pristojnosti in organizacijo turizma¹.

Kot izhaja iz naslednjih poglavij, je težko razlikovati med tem, kar je pomembno za trajnostni razvoj turizma, in tem, kar je pomembno zgolj za razvoj turizma.

B.3.1 ZAKONI IN UKREPI TURISTIČNE POLITIKE V ALPSKIH DRŽAVAH

Številne alpske države so sprejele zakone in ukrepe, ki neposredno vplivajo na turizem in ki pokrivajo tudi območje Alp.

Zaradi tipične povezovalne narave turizma vplivajo nanj nacionalni, zvezni in evropski zakoni kot tudi mednarodni zakoni in konvencije, na primer poslovna zakonodaja, promet, postopki za prečkanje meja, delovna zakonodaja, notranja varnost, davčni sistem, varstvo potrošnikov in zdravja, trgovina, migracija, statistika, raziskave o turizmu, izobraževanje in usposabljanje.

Subsidiarne ravni držav (zvezne dežele, kantoni, departmaji, pokrajine) izdajajo še druge predpise, ki vplivajo na turizem, na primer zakone in podzakonske predpise o okolju, pravila o regionalnem načrtovanju z izdajo gradbenih predpisov.

Razna druga področja oblikovanja politik odločilno vplivajo na turizem, med temi še najbolj ukrepi za mala in srednja podjetja.

B.3.2 ORGANIZACIJA TURIZMA V ALPSKIH DRŽAVAH

V večini alpskih držav je turistična politika organizirana po načelu subsidiarnosti, pravice in dolžnosti pa so porazdeljene med različnimi ravni: nacionalno, regionalno in lokalno. V vseh državah je turistična politika v pristojnosti ministrstva za gospodarstvo.

1. Zaradi posebnosti Kneževine Monako v Poročilo nismo vključili specifičnih podatkov za to državo.

Prispevki držav

Avstrija

V Avstriji je turistična politika na nacionalni ravni v pristojnosti Zveznega ministra za gospodarstvo, družino in mladino (BMWFI). Znotraj tega ministrstva je bil ustanovljen Oddelek za turizem in zgodovinske objekte, ki pripravlja strateške smernice za avstrijsko turistično politiko, zagotavlja pretok informacij; deluje kot platforma za vse, ki delajo na področju turizma in za nacionalne in mednarodne organizacije; dodeljuje finančna sredstva in zastopa zvezne interese v okviru Avstrijske nacionalne turistične organizacije.

Leta 2006 je avstrijski parlament ustanovil parlamentarni odbor za turizem.

Leta 2010 je ministrstvo BMWFI v tesnem sodelovanju z devetimi zveznimi deželami in vsemi pomembnimi deležniki v turističnem sektorju uvedlo Nacionalno turistično strategijo (www.bmwfi.gv.at/TOURISMUS/Seiten/Tourismusstrategie.aspx) in v ta namen ustanovilo usmerjalni odbor, v katerem sedijo predstavniki zveznih dežel in ministrstva. Vsako leto minister in predstavniki zveznih dežel podpišejo akcijski načrt s konkretnimi temami in ukrepi za naslednje leto. Poleg tega je bil ustanovljen svetovadni svet (neodvisni strokovnjaki na področju turizma) z nalogo, da na vsakoletni avstrijski konferenci na visoki ravni o turizmu letno poroča o najnovejših trendih in trenutnih izzivih ter svetuje nadaljnje postopke in ukrepe.

Avstrijska nacionalna turistična organizacija ANTO (*Österreich Werbung* – ÖW) je avstrijska nacionalna organizacija za marketing. Prejema osnovno denarno podporo od ministrstva (75 %) in Gospodarske zbornice Avstrije (25 %).

Na začetku leta 2012 je bila ustanovljena nova "Allianz Tourismus Marketing" za okrepitev sodelovanja na področju avstrijskega turizma. Sestavljata jo ANTO in devet turističnih organizacij avstrijskih zveznih dežel in se sestaja vsaj štirikrat letno. Poleg tega so bili ustanovljeni novi odbori, na primer Dan turizma ANTO (enkrat letno), in projektno usmerjene platforme za izbrane izvorne trge in teme (npr. zdravje, kultura, pohodništvo, kolesarjenje) za usklajevanje turističnega marketinga in izogibanje podvajanju. Februarja 2012 je ANTO objavila dokument

za razpravo o "Trajnosti v turizmu", ki prikazuje, kako se lahko avstrijska turistična industrija loti tega vprašanja. Vključuje tudi pogoje in vizijo za proizvode in storitve trajnostnega turizma ter navaja primere dobrih praks (www.austriatourism.com/media/8998/Nachhaltigkeit_Positionspapier.pdf).

Socialni partnerji in druge specifične turistične organizacije so komplementarni elementi avstrijskega turizma:

- Gospodarska zbornica Avstrije (WKÖ) z obveznim članstvom zastopa med drugim interese vseh podjetnikov na področju turizma in priložnostnih dejavnosti.
- Avstrijska zvezna zbornica dela zastopa med drugim interese delovne sile v turizmu.
- *Austria Wirtschaftsservice* (AWS) je tudi specializirana banka v lasti Zvezne republike Avstrije in je zadolžena, da nudi gospodarsko podporo za poslovanje srednjih in malih podjetij.
- *Statistics Austria*, bivša zvezna agencija, ki so ji poverili nalogo, da zbira in posreduje statistične podatke o turizmu.

Obstajata dve glavni turistični združenji na nacionalni ravni, ki zagovarjata interese svojih članov (prostovoljno članstvo): Združenje avstrijski hotelirjev (ÖHV) in Združenje avstrijskih potovalnih agencij in organizatorjev potovanj (ÖRV).

Po načelih avstrijske ustave so vlade zveznih dežel odgovorne za turizem in izdajajo svoje zakone o turizmu, ki urejajo organiziranost turizma tudi na regionalni in lokalni ravni. Na lokalni ravni je župan soodgovoren za razvoj turizma na ozemlju svoje občine/destinacije.

Poleg odgovornosti za turistične teme ima vsaka zvezna dežela svojo organizacijo, ki skrbi za promocijo turizma v Avstriji in izven nje. Zvezne dežele so tudi organizatorke storitev za lokalne turistične organizacije in podjetja. Na regionalni in lokalni ravni pa so prisotne še druge turistične organizacije, ki se ukvarjajo z oblikovanjem podobe, organizacijo pobud in drugih dejavnosti.

Francija

Leta 2007 je francoski turizem na nacionalni ravni postal pristojnost Ministrstva za gospodarstvo, industrijo in zaposlovanje, potem ko je bil vrsto let odgovornost Ministrstva za infrastrukturo in promet. Znotraj ministrstva je poddirekcija za turizem (*Sous-Direction du Tourisme* – SDT) del Generalne direkcije za konkurenčnost, industrijo

in storitve (DGCIS), ki je v glavnem zadolžena za izvajanje predpisov in ohranjanje stikov s pomembnimi institucijami (WTO, evropskimi institucijami, drugimi ministrstvi, krajevnimi oblastmi itd) in poklicnimi dejavniki ter za vodenje posebnih delovnih skupin.

Atout France, gospodarsko interesno združenje (EIG) je glavni javni instrument za razvoj turizma v Franciji. Področje delovanja v pristojnosti tega združenja je opazovanje in spremljanje, pomoč, strokovno znanje in izkušnje, razvoj in usposabljanje, promocija podobe Francije kot turistične destinacije v tujini (njeno mrežo sestavlja 35 uradov na tujem, 250 strokovnjakov ter regionalni odbori za turizem na regionalni ravni), in klasifikacija nastanitvene zmogljivosti. Gospodarsko interesno združenje je partnerstvo med državo, lokalnimi oblastmi in podjetji. Vsako jesen *Atout France* organizira Državna turistična srečanja, priložnost za vse turistične dejavnike, da se srečajo in dobijo od odgovornega ministra za turizem smernice za naslednje leto.

Nacionalni svet za turizem, ki mu predseduje minister, je kolektivni svetovalni forum za državo in turistične subjekte. Po potrebi je sklican Medministrski odbor za turizem in dvakrat letno je ministrskemu svetu predloženo Sporočilo o zimski in poletni sezoni.

Državni organi

Ministrstvo za gospodarstvo in finance in druga ministrstva

Državni nadzorovani organi

Atout France; Nacionalna agencija za počitniške vavčerje (ANCV) za socialni turizem in pomoč na potovanju

Glavne nacionalne zveze, ki združujejo lokalne in regionalne organizacije

Nacionalna zveza regionalnih turističnih odborov (FNCRT); Nacionalna zveza turističnih odborov departmajev (FNCDT); Nacionalna zveza turističnih uradov in združenj za promocijo turizma (FNOTSI); Nacionalno združenje županov klasificiranih središč in turističnih občin; Nacionalno združenje županov zdraviliških krajev; Zveza zelenih letovišč; Nacionalni svet cvetličnih mest in vasi v Franciji; Nacionalno združenje županov gorskih letovišč (ANMSM); Zveza regionalnih naravnih parkov

Glavne poklicne zveze

Nacionalna zveza potovalnih agentov (SNAV, vključuje e-trgovino); Poklicno združenje za solidarnost v turizmu (APS), pravna in finančna jamstvena organizacija za

potovalne agencije; Študijska skupina organizatorjev potovanj (CETO); Francoska zveza poklicev in industrij v hotelirstvu (UMIH), ki predstavlja večino francoskih kavarn, hotelov in restavracij; Nacionalna zveza industrije turističnih dejavnosti na prostem (FNHP), za kampe; Francoska zveza za pohodništvo (FFRP); Nacionalna zveza turističnih združenj (UNAT), naveza turističnih društvenih organizacij; Francosko združenje smučarskih letovišč (bivši SNTF), za žičničarje.

S pomočjo delovanja različnih organov in v sodelovanju s poslovnimi subjekti in njihovimi predstavniki tudi regije, departmaji in občine prispevajo k uresničevanju dejavnosti za razvoj turizma na nacionalni in krajevni ravni. Njihov skupni proračun presega državnega.

Italija

Splošna organizacija uprave v Italiji

Italijanski alpski lok sestavlja 7 dežel (Ligurija, Piemont, Dolina Aoste, Lombardija, Veneto, Trentino-Gornje Poadižje/Južna Tirolska, Furlanija- Julijska krajina), 23 pokrajin in 1756 občin (Stalni sekretariat Alpske konvencije, 2007).

Nekatere občine opravljajo določene dejavnosti v združenih obliki in s tem neodvisno ali v skladu z zakoni ustvarjajo nadaljnjo *ad hoc* upravno raven med občinsko in pokrajinsko (LAU-1). Gre za:

- Gorske skupnosti: www.comunivero.it/index.cfm?menu=331 (78 na območju Alp v Italiji).
- Okrajne skupnosti – "Bezirksgemeinschaften" (8, vse v Avtonomni pokrajini Bolzano/Bozen): www.provincia.bz.it/enti-locali/temi/447.asp.
- Dolinske skupnosti (16, vse v Avtonomni pokrajini Trento): www.provincia.tn.it.
- Združenja občin (29 v alpskem loku): goo.gl/acJtz.
- Metropolitanska območja: www.governo.it/Governo/Constituzione/note.html#20 (Torino in Trst na mejah Alpske konvencije goo.gl/V0t4G).

Nacionalna raven

Maja 2006 je turizem postal področje pristojnosti Predsedstva Sveta ministrov – Oddelek za razvoj turizma in konkurenčnost. Državna uprava ima v glavnem nalogo, da zastopa Italijo na mednarodnih dogodkih, in je zadolžena za usklajevanje promocijskih dejavnosti v tujini. Ena od nalog državne uprave na tem področju je izdelava "nacionalnih smernic" za turizem in, v sodelovanju z deželami, načel in ciljev za spodbujanje in razvoj turističnega sektorja. Država ima tudi nalogo

medsektorskega usklajevanja aktivnosti v pristojnosti in možnost sofinanciranja deželnih in meddeželnih programov za razvoj turizma. V vlogi garanta sme država nadomeščati dežele v primeru neproduktivnega vedenja. Glavne javne ustanove, odgovorne za turistični sektor na nacionalni ravni so:

- Oddelek za razvoj turizma in konkurence italijanske vlade;
- Novi Odbor za turistično politiko (2006) (odlok Predsednika Sveta ministrov z dne 28. julija 2006) in Stalni odbor za promocijo turizma v Italiji (2011) (člen 58 zakonskega odloka št. 79 z dne 23. maja 2011);
- Nacionalna opazovalnica za turizem (ONT) (2006) (člen 9 odloka Predsednika Republike št. 207/2006);
- Nacionalna agencija za turizem (ENIT) (2005) (člen 20 zakona št. 80/2005);
- Nacionalna konferenca dežel in avtonomnih pokrajin.

Glavni deležniki

Po uvedbi "turističnega kodeksa" bodo pomembni nacionalni deležniki v skladu z zakonom deležni posebne pozornosti in predlogov kot tudi ciljnih teritorialnih projektov o prihodnjih strategijah za italijanski turistični sektor. Kodeks še posebej določa, da postane italijansko planinsko združenje CAI prednostni partner v projektih, ki zasledujejo trajnostni razvoj gorskih območij.

Nekateri člani zakona izboljšujejo učinkovitost vloge Nacionalne agencije za turizem; v primerjavi s prejšnjo agencijo ENIT ji določajo višjo in bolj razčlenjeno institucionalno nalogo. Ta agencija uživa veliko stopnjo neodvisnosti in mora izpolnjevati cilje Ministrstva za turizem, ki jo nadzoruje. Glavna naloga agencije je promocija italijanske turistične ponudbe na splošno in spodbujanje njenega trženja. Agencija:

- skrbi za celostno promocijo deželnih turističnih virov;
- pospešuje razne vrste nacionalne turistične ponudbe;
- načrtuje promocijske strategije na nacionalni in mednarodni ravni za pospeševanje trženja italijanskih turističnih proizvodov v tujini;
- razvija aktivnosti za svetovanje in pomoč javnim upravam za promocijo turističnih proizvodov in usklajevanje informacijskih služb in sprejemnih storitev.

Nacionalna opazovalnica za turizem (ONT), ustanovljena z odlokom Predsednika Republike št. 207/2006, ki jo ureja odlok Predsednika Sveta ministrov z dne 16. februarja 2007, ima svoj glavni sedež na Oddelku za razvoj turizma in konkurenco (DSCT) v Predsedstvu Sveta ministrov. Njen cilj je tudi oceniti konkurenčnost Italije na tem področju. Na splošno so glavni cilji Nacionalne opazovalnice za turizem:

- združiti obstoječe raziskave o turizmu z uporabo vseh možnih virov in podatkov na sistematičen način ter jih vključiti v specifične naloge;
- v realnem času širiti informacije in veljavne podatke o turističnih trendih in pojavih;
- snovalcem politik nuditi koristne podatke za razvijanje strateške promocije "Nacionalnega gospodarskega sistema" ter za promocijo turistične ponudbe;
- vloga povezovalnega člana med različnimi institucionalnimi in teritorialnimi dejavniki, ki raziskujejo področje turizma, in nuditi prenosljiv model na nacionalni ravni.

V skladu s cilji in nalogami vsake posamezne institucije se Opazovalnica poslužuje partnerskih institucionalnih organov oziroma sklepa sporazume, konvencije in protokole, še posebej ko gre za ISTAT (nacionalni statistični inštitut), *Banca d'Italia* (državna banka) in *Unioncamere* (Italijansko združenje gospodarskih zbornic), organe, ki pripravljajo statistike o gospodarskih temah, še posebej v povezavi s turizmom.

Regionalna raven

Nedavne spremembe institucionalnih in pravnih struktur, na primer reforma 5. poglavja Ustave, so podelile deželam izključno pristojnost na področju turizma. V tem okviru so naloge alpskih dežel:

- izdaja dovoljenj in ustanavljanje agencij za promocijo turizma (APT);
- določanje in priznavanje lokalnih turističnih sistemov SLT;
- opredelitev vrst nastanitvenih objektov;
- opredelitev aktivnosti, ki pospešujejo razvoj;
- sodelovanje za pripravo sektorskih smernic v okviru Nacionalne konference Dežel in Avtonomnih pokrajin. Deželam je tudi poverjena naloga, da urejajo področje nastanitvenih storitev, potovalnih in turističnih agencij, turističnih kmetij, zaposlitve v turizmu, turističnih informacij in promocije na deželni ravni. Druga zadolžitve dežel je opredelitev politik in programov za razvoj deželnega turizma ob izpolnjevanju obveznosti lokalne avtonomije.

Pokrajinska raven

Pokrajinam so poverjene v glavnem upravne naloge, razen tistih v pristojnosti drugih teritorialnih organov. Z ozirom na funkcije, ki so prenesene na pokrajine, so njihova področja dejavnosti med drugimi, promocijska dejavnost, sprejem turistov, poklici v turizmu, dovoljenja, nadzor in spremljanje dejavnosti turističnih podjetij, morebitno nudenje storitev in dodelitev sredstev turističnim podjetjem, zbiranje in prenos podatkov, turistični sistemi in mreže, usposabljanje itd. Nekatere alpske dežele,

kot na primer Ligurija in Lombardija, so že uveljavile z zakonom predpisano načelo subsidiarnosti, ki pokrajnam predaja vrsto različnih funkcij.

Lokalna raven

Na lokalni ravni nacionalni okvir kaže večjo homogenost subjektov, zadolženih za informiranje in sprejem turistov:

- Uradi "Pro-Loco" (lokalni uradi, ki organizirajo kulturne, športne in poslovne dogodke) so prisotni povsod na deželni ravni z izjemo Gornjega Poadižja/Južne Tirolske;
- Uradi za informacije in sprejem turistov (IAT) so široko razširjeni (z izjemo Avtonomnih pokrajin Trento in Bolzano);
- Konzorciji so prisotni samo v Gornjem Poadižju/Južni Tirolski, Furlaniji-Juljski krajini in Dolini Aoste;
- Lokalni turistični sistemi (STL) so neenakomerno porazdeljen periferen instrument za usklajevanje;
- Tako imenovane terenske agencije za promocijo turizma APT so prisotne v Avtonomni pokrajini Trento.

Občine skrbijo za: usklajevanje dela z APT; promocijo rekreacijskih in športnih dejavnosti; upravljanje dopolnilnih objektov in storitev za turistične dejavnosti; izdajo dovoljenj za turistične kmetije in licenc za hotele in turistične delavce; dejavnosti upravnega nadzora za gorske kočice, kampinge in druge nehotelske nastanitve; druge morebitne funkcije, prevzete od dežel, kot na primer klasifikacija hotelov in določanje omejitev namembnosti. Gorskim skupnostim je poverjena naloga, da pomagajo občinam pri pospeševanju razvoja gorskih območij v okviru deželnih pravnih pooblastil.

Liechtenstein

V Liechtensteinu Nacionalno ministrstvo za gospodarstvo vodi *Lichtensein Marketing*, organizacijo, ki je bila ustanovljena prav za to področje. Organizacija ima upravni odbor, izvršni odbor in revizorje. Zaposluje 7 oseb, ki skupno usklajujejo turistično dejavnost v Liechtensteinu. Upravljajo tudi spletno platformo (www.tourismus.li).

Naloga organizacije *Liechtenstein Marketing* je tržiti Liechtenstein kot gospodarsko in turistično destinacijo. Odgovorna je za marketinško strategijo, upravljanje destinacij in organizacijo velikih dogodkov na nacionalni in mednarodni ravni. Glavne politične naloge zadevajo ponudbo Liechtensteina na tujem, privlačnost za tuje investitorje, promovirajo pa tudi Liechtenstein kot privlačno počitniško destinacijo.

Nacionalni urad za statistiko zbira podatke o turizmu in objavlja letno poročilo, ki je na voljo na spletni strani (www.llv.li/amtsstellen/llv-as-tourismus.htm).

Majhni kraji imajo svoje odbore (npr. odbor za kulturo, odbor za rekreacijske dejavnosti), ki se v manjši meri ukvarjajo s turističnimi temami. To je še posebej pomembno za dva najbolj obiskana kraja: Triesenberg (pohodništvo in kolesarstvo poleti in smučanje pozimi) in Vaduz (dnevni obiskovalci in poslovni turizem).

Zaradi majhnega obsega države v Liechtensteinu in drugih regionalnih organov, zadolženih za organizacijo turizma.

Nemčija

V Nemčiji je turistična politika sestavni del gospodarske politike bodisi na zvezni ravni bodisi na ravni zveznih dežel. Vsa ministrstva za gospodarstvo imajo posebne sektorje za turizem. V okviru zvezne vlade ima Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo splošno pristojnost in nalogo usklajevanja nacionalne turistične politike. Zaradi presečne narave turistične politike podrobna vprašanja pogosto segajo v pristojnost drugih ministrstev, na primer ministrstev za finance, za izobraževanje in raziskave, delo in socialne zadeve, promet, okolje, kulturo in zunanje zadeve. Pomembni primeri so na primer pravila o vstopu tujih obiskovalcev v državo in ukrepi za zagotavljanje varstva zračnega prometa (Zvezno ministrstvo za notranje zadeve), prometne poti in železniški prevozniki v državni lasti DB (Zvezno ministrstvo za promet, gradnjo in razvoj mest) ter večja zavarovana območja in varstvo vrst (Zvezno ministrstvo za okolje, ohranjanje narave in jedrsko varnost).

Odbor za turizem nemškega parlamenta igra pomembno vlogo v turizmu. Kot stalni član odbora komisar za turizem zvezne vlade zastopa interese nemške vlade in jih vključuje v orientacijske razprave.

Zaradi zvezne ustavne strukture Nemčije obstaja veliko področij aktivnosti, pri katerih so zvezne institucije zadolžene, da poskrbijo za pravni okvir, konkretne izvedbene akte in povezane podzakonske akte pa sprejemajo zvezne dežele.

Nemška turistična organizacija (DZT) je odgovorna za promocijo Nemčije kot počitniške in potovalne destinacije na tujem v zastopstvu regij. Denarna sredstva za DZT so se v zadnjih letih stalno večala in znašala približno 26,3

milijonov € v finančnem letu 2009. Poleg tega so turistični subjekti organizirani v združenja in skupine deležnikov, ki se zavzemajo za specifična področja dejavnosti. Na primer Nemško potovalno združenje (DRV) zastopa interese potovalne industrije, Nemška turistična zveza (DTV) zastopa turistične regije in destinacije, Nemško združenje hotelov in restavracij (DEHOGA) zastopa hotelirski in gostinski sektor in Nemško združenje zdravilišč (DHV) zastopa zdravilišča in terme. Med združenji, ki se izrecno ukvarjajo z alpskimi regijami, so na primer Združenje upravljalcev vlečnic in sedežnic (VDS) in Nemška planinska zveza (DAV).

Na Bavarskem se s temami turistične politike na parlamentarni ravni ukvarja parlamentarni odbor za gospodarstvo, infrastrukturo, promet in tehnologijo zvezne dežele. Na ministrski ravni je osrednja pristojnost za turistično politiko v rokah bavarskega ministrstva za gospodarstvo, infrastrukturo, promet in tehnologijo, na zvezni ravni pa obstajajo področja zakonodaje, ki jih pokrivajo pristojnosti drugih ministrstev. *BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH* (bavarski turistični marketing) je dogovoren za promocije Bavarske kot počitniške in potovalne destinacije znotraj nemške države in na tujem. Večina nacionalnih skupin deležnikov ima ustrezne zastopnike na ravni zveznih dežel. Tako Bavarsko združenje hotelov in restavracij (DEHOGA Bavaria) zastopa hotelirski in gostinski sektor na Bavarskem in Bavarsko združenje zdravilišč (BHV) zastopa tamkajšnja zdravilišča in terme. Posebni oddelki za turizem segajo tja do ravni okrožij in okrajev, kjer pristojne oblasti skrbijo za pospeševanje gospodarskega razvoja. Okrožja, v katerih igra turizem pomembnejšo vlogo za gospodarstvo, imajo svoje turistične odbore.

Slovenija

Po zadnjih parlamentarnih volitvah decembra 2011 je turistična politika v pristojnosti Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo in ostaja del celovite gospodarske politike Slovenije. Upravni in zakonski vidiki na področju turizma so predmet dela Direktorata za turizem in internacionalizacijo. Direktorat za turizem in internacionalizacijo posluje kot neodvisen direktorat od maja 2011. Na področju turizma in ekonomskih odnosov s tujino direktorat pripravlja in izvaja turistične politike in strategije, pripravlja predpise na področju turizma in gostinstva, vodi in koordinira zadeve s področja skupne trgovinske politike, skrbi za promocijo slovenskih malih in srednjih podjetij ter za internacionalizacijo industrije in spodbuja tuje investicije v Sloveniji.

V okviru direktorata delujeta dva sektorja:

- sektor za turizem (nacionalna turistična politika in strukturne politike, ki vplivajo na koordinacijo turizma, odnosi s tujino in Evropsko unijo na področju turizma);
- sektor za internacionalizacijo (promocija tujih investicij in internacionalizacija slovenske industrije in malih in srednjih podjetij).

Promocija Slovenije kot turistične destinacije in z njo povezana marketinška dejavnost sta v pristojnosti Slovenske turistične organizacije (STO). STO je ustanovila Vlada Republike Slovenije leta 1995 delno kot gospodarsko organizacijo in delno kot organizacijo v državni lasti. Leta 2010 je STO pridobila nov status institucije v državni lasti, odgovorne za razvoj, promocijo in trženje Slovenije kot turistične destinacije. STO nudi določene storitve proti plačilu tudi za turistično industrijo. V glavnem je odgovorna za upravljanje, promocijo in oglaševanje slovenske turistične znamke "I feel Slovenia". V okviru letnega programa dela podpira ustvarjalnost, inovacije in oblikovanje novih proizvodov in storitev (natečaj Sower award, natečaj Weaver award in Banka turističnih priložnosti Slovenije), pospešuje internacionalizacijo in kakovostno diverzifikacijo turistične ponudbe, spodbuja kakovost in edinstvenost doživetja obiskovalcev, upravlja turistične objekte, skrbi za stike z javnostjo in oglaševalske akcije na pomembnih trgih potrošnikov, opravlja dejavnosti R&R s področja turističnega marketinga itd. (www.slovenia.info).

Zakonodajna oblast na področju turizma pripada Vladi in Parlamentu. Novembra 2010 je Vlada Republike Slovenije ustanovila Svet za turizem, ki se ukvarja s pomembnimi temami na področju turizma. Svetu predseduje predsednik Vlade, njegov namestnik je minister za gospodarstvo. Sestavlja ga 19 članov, to so predstavniki ministrstev ali razni predstavniki vlade, gospodarska turistična združenja in turistična industrija.

Upravne in zakonodajne naloge s področja trajnostnega turizma na območju Alp in izvajanja Protokola "Turizem" v Sloveniji (se pravi okoljski vidiki, trajnostni promet, razvoj podeželja, ekološke inovacije, podnebne spremembe, zavarovana območja, biotska raznovrstnost, upravljanje človeških virov na alpskih območjih/destinacijah so porazdeljene med različnimi sektorji in politikami:

- Ministrstvo za infrastrukturo in prostor (www.mzip.gov.si);
- Ministrstvo za kmetijstvo in okolje (www.mko.gov.si/en/);
- Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport (www.mizks.gov.si/en/);

- Na turistično zakonodajo vpliva tudi evropska zakonodaja npr. s področja varstva potrošnikov, storitev na notranjem evropskem trgu, davkov in carin, migracije itd.

Slovenija nima pokrajinske ravni, ki bi bila zadolžena za turizem, oziroma pokrajinskega turističnega urada, odgovornega za turistično promocijo v Sloveniji in izven nje. Razvoj turizma (brez turistične promocije in marketinga ter turistične zakonodaje) je na regionalni ravni v rokah 12 Regionalnih razvojnih agencij znotraj svetov regij, v katerih sedijo župani občin, zadolženih za regionalni razvoj turizma (12 razvojnih regij) in soodgovornih za izvajanje nacionalne zakonodaje in nacionalnih razvojnih ciljev za slovenski turizem na regionalni ravni.

Na lokalni ravni sta vsak župan in občinski svet tudi soodgovorna za razvoj turizma v občini/destinaciji. Na lokalni ravni pobirajo "turistični davek" (davek, ki se plača v nastanitvenih obratih), ki ga lokalna skupnost uporablja za gradnjo in vzdrževanje turističnih objektov ter za druge pobude za razvoj turizma na lokalni ravni.

Najpomembnejša organizacija civilne družbe na področju turizma je Turistična zveza Slovenije TZS (www.turisticna-zveza.si/OsebnaKartica.php). To je najstarejša nevladna turistična društvena organizacija Prijateljev turizma Slovenije (leta 2005 je slavila stoletnico), v kateri je združenih več kot 655 lokalnih turističnih društev iz cele Slovenije.

Druge pomembne organizacije na nacionalni ravni so: Gospodarska zbornica Slovenije – Gostinstvo in turizem (eng.gzs.si/slo), ki poleg obveznih članov zastopa interese vseh podjetnikov s področja turizma in rekreacijskih dejavnosti, Obrtna zbornica Slovenije (www.ozs.si/eng/prispevek.asp?IDpm=19), ki zastopa med drugim interese malih podjetnikov in obrtnikov v turizmu, in Sindikat gostinstva in turizma (www.sindikar-git.si/eng/). Dve sta najpomembnejši turistični združenji na nacionalni ravni, ki zastopata interese svojih članov (prostovoljno članstvo): Združenje turističnih agencij Slovenije (www.ztas.org/eng/) in Združenje slovenskih zdravilišč (www.slovenskazdravilisca.si/en/informacija.asp?id_meta_type=1&view=Splosno).

Obstajata dve ločeni združenji na ravni industrije: Zavod – Kongresnoturistični urad (www.slovenia-convention.com/) in Nacionalno turistično združenje slovenske turistične industrije, ki je bilo ustanovljeno 16. decembra 1993 s ciljem pospeševanja turizma v Sloveniji kot

strateške gospodarske in razvojne priložnosti. To zasebno združenje opravlja dejavnosti v javnem in zasebnem interesu v Sloveniji in na tujem (www.ntz-nta.si/). Statistični urad Republike Slovenije (www.stat.si) skrbi za zbiranje, analizo in širjenje podatkov o turizmu.

Švica

Švica je zvezna država, organizirana na treh različnih političnih ravneh: konfederacija, kantoni in občine. Sistem deluje po načelu subsidiarnosti, ki izhaja iz ideje, da je najmanjša enota sposobna izvajati nalogo, če ima pristojnost za to, in pripisuje pomembno vlogo decentraliziranim organom, se pravi švicarskim kantonom in občinam. Pristojnosti na področju turizma so porazdeljene med temi tremi ravni glede na pristojnosti posameznih organov. Reforma sistema finančne izravnave in porazdelitve nalog med konfederacijo in kantoni (RPT) je leta 2008 na novo opredelila odgovornosti številnih področij politike; veliko jih je pripadlo izključno kantonom in zvezni ravni.

Junija 2010 je švicarski zvezni svet sprejel novo strategijo za Švico kot turistično destinacijo. Nova strategija nakazuje smernice za nacionalno turistično politiko, ki zasleduje dva glavna cilja: izboljšanje okvirnih pogojev in promocijo turističnih krajev. Za doseg te ciljev se politika opira na štiri strategije: aktivno upravljanje strateških tem, razvijanje medsektorskih nalog, večja privlačnost turističnih storitev in okrepitev Švice kot turistične destinacije na trgih. Državni sekretariat za gospodarske zadeve (SECO) je aprila 2012 objavil prvi izvedbeni program za obdobje 2012-2015 ("Umsetzungsprogramm 2012-2015").

Turistične projekte lahko promovira tudi Zvezna regionalna politika (NRP), politika, ki jo sofinancirajo konfederacija in kantoni s sredstvi od davčne reforme RPT: z reformo sistema finančne izravnave (RPT) je približno 2,5 milijard zveznih sredstev letno prerazporejenih kantonom in na voljo za raznovrstne projekte. Sodelovanje med kantoni in konfederacijo je bilo na novo opredeljeno. Konfederacija je odgovorna za določanje in pregled okvirnih pogojev za različne opredeljene cilje (gospodarstvo, mednarodni odnosi, zdravje, turizem itd.)

Na področju turizma so za razne naloge zadolženi organi na nacionalni ravni:

- Parlamentarna skupina za turizem in promet (sestavljajo jo člani obeh zveznih zbornic) se ukvarja z informiranjem o turističnih zadevah.
- Zvezno ministrstvo za gospodarske zadeve je odgovoren organ za gospodarsko promocijo Švice

s pomočjo Državnega sekretariata za gospodarske zadeve (SECO). V tem okviru skrbi za izvajanje turistične politike na nacionalni ravni. SECO je v stiku z najpomembnejšimi mednarodnimi turističnimi organizacijami (EU, OECD, UNWTO). Poleg tega je SECO zadolžen za Zvezno regionalno politiko (NRP), orodje, ki podpira pobude za razvoj turističnih dejavnosti v obrobni regijah, ki so močno odvisne od turizma.

- Uresničevanje turistične politike se v osnovi oblikuje s spodbujanjem inovacij in sodelovanja (Innotour) na področju turizma kot tudi z nadzorovanjem zunanjih organizacij, kot sta Turizem Švica (ST) in Švicarska hotelska kreditna ustanova (SGH).
- *Schweiz Tourismus* (ST) je javno podjetje pod nadzorom SECO. Njegova glavna naloga je promovirati Švico kot potniško in turistično destinacijo. Ima svoje izpostave v državah, od koder prihaja največ turistov, zato da na kraju samem trži Švico kot turistično destinacijo. *Schweiz Tourismus* tesno sodeluje z najpomembnejšimi turističnimi dejavniki v Švici. ST je tudi v stiku z Urdom za turistične informacije, ki deluje na regionalni ravni.
- Švicarska hotelirska kreditna ustanova (SGH) je javna zadruga, prav tako pod nadzorom SECO. Izdaja ugodna podrejena posojila podjetjem za nastanitvene dejavnosti na turističnih območjih. Poleg tega deluje kot svetovalno telo, s tem da proti plačilu nudi nastanitveni industriji svetovalne storitve.
- Švicarska turistična zveza (STV) je krovna organizacija švicarskega turističnega sektorja. Mnogo pomembnih deležnikov švicarskega turizma je včlanjenih v to zvezo, še posebej pomembna združenja kot so: *Hotelleriesuisse* (švicarsko združenje hotelirjev), *GastroSuisse* (švicarsko združenje restavracij) in *Seilbahnen Schweiz* (švicarsko združenje žičničarjev). Glavna naloga zveze STV je skrbeti za interese članov in turizma nasploh. Spodbuja tudi inovacije in kakovost s pomočjo izobraževanja, označevanja in omrežij.

Kantoni in občine so odgovorni za turistično politiko na nižji ravni. Kantoni upravljajo razne turistične pristojbine, ki jih uporabljajo med drugim za financiranje promocije kantonskih turističnih lokacij. Te pristojbine so: turistični davek (*taxe de séjour*), nočitveni davek (*taxe d'hébergement*) in davek na promocijo (*taxe de promotion économique*).

Uradi za turistične informacije in regionalna turistična združenja promovirajo svojo podobo in proizvode, sodelujejo s podjetjem *Schweiz Tourismus* in dvigujejo

raven ozaveščenosti o pomenu turizma za regijo med prebivalci in pri oblasteh.

Nekateri kantoni, ki so še posebej aktivni na področju turizma, so uvedli tudi specifične storitve ali oddelke za turizem (Bern, Valais, Graubünden, Ticino in St. Gallen se vsi nahajajo znotraj meja Alpske konvencije, Valais in Graubünden pa sta najpomembnejši regiji za alpski turizem).

B.3.3 VLOGA TURIZMA V GOSPODARSTVU

Smernice za oceno gospodarskega pomena turizma

Poročilo o trajnostnem turizmu v Alpah se loteva teme razpoložljivosti in primerljivosti podatkov. Območje alpske konvencije združuje dele osmih držav in ne sovпада z enim samim statističnim območjem.

Kot prvo ima vsaka država svoj način opredelitve in izračunavanja kazalnikov in podatki o trajnostnem turizmu niso vselej na voljo v primerljivih teritorialnih merilih. Poleg tega na primer dnevov bivanja v sekundarnih bivališčih ni mogoče natančno meriti.

Kot drugo je turizem po naravi tak, da otežuje izvajanje temeljnih analiz. Medsektorske in neopredeljive značilnosti turizma ne dovoljujejo ustvarjanja izčrpane slike njegovega vpliva na gospodarstvo, družbo in okolje. Raznolikost okoliščin in zapletenost tematike kažeta, da je občinska raven najprimernejša za natančno analizo turizma. Stranske posledice turizma je pa vseeno težko oceniti (proizvodnja odpadkov, onesnaženje, poraba vode in energije itd.) Ker je turizem pogosto obravnavan kot izključno gospodarski sektor, je v večini primerov uvrščen med sektorje uprave, ki se ukvarjajo z gospodarstvom; pravzaprav so najpogosteje na voljo količinski podatki, ki gospodarsko opredeljujejo turistično ponudbo. Sinergija z drugimi gospodarskimi sektorji, kot so na primer trgovina, gradbeništvo, blagovni promet ali kmetijstvo, povečini ni predmet analize.

Težave z zbiranjem podatkov o okoljskih in družbenih vplivih turizma in pritisk povpraševanja v smeri kakovostnih podatkov in študijskih primerov

Študija švicarskega raziskovalnega inštituta BAKBASEL ponuja kar nekaj podatkov v primerjalni analizi turizma s posebnim delom, posvečenim Alpam (BAKBASEL, 2011). Področje, ki ga upošteva ta študija, se rahlo odmika od uporabnega območja Alpske konvencije, kar je treba upoštevati pri branju podatkov, kajti možno je, da je vplival na rezultate. Študija je bila objavljena decembra 2011 in je opremljena z najnovejšimi podatki. Zaradi pomanjkanja podatkov so avtorji morali seči po ekstrapolaciji in ocenjevanju, zato da so sestavili popolno poročilo o alpski stvarnosti. Zaradi tega so številke, prikazane v naslednjem razdelku, samo okvirne. V naslednjih odstavkih so podatki študije dopolnjeni s številkami iz drugih virov, zato da prikazemo splošen pomen turizma za Alpe, predvsem z gospodarskega vidika.

Turizem je hitro rastoči sektor in število turistov se po celem svetu stalno večja. Postal je pomembna komponenta današnjega načina življenja. Pomen alpskega turizma lahko merimo v deležih trga v svetovnem merilu. Leta 2010 so Alpe

postale ena najpomembnejših turističnih destinacij na svetu. Vendar alpska regija ni zrasla tako hitro kot druge regije, predvsem kot Bližnji vzhod (BAKBASEL, 2011, str. 39). WWF Italija (2006) poroča o 10 % globalnih turističnih nočitev, APAT (2007) pa o približno 12 %.

V zvezi z obiskanostjo je Delovna skupina za promet Alpske konvencije ocenila, da Alpe obišče letno 95 milijonov turistov in 60 milijonov dnevni obiskovalcev (Alpine Convention, 2008, str. 3). Podatek o 95 milijonih turistov pokriva tuj in domači turizem, vendar gre verjetno za podcenitev, kajti nacionalne statistike ne upoštevajo vedno bivanja v sekundarnih bivališčih.

Turistično ponudbo lahko samo delno merimo na osnovi števila razpoložljivih turističnih ležišč. Leta 2010 so v Alpah ocenili podatek v višini 7,3 milijonov ležišč (BAKBASEL, 2011, str. 41). Ta podatek vključuje tudi ležišča v sekundarnih domovih (nekomercialna ležišča), hotelih in drugih nastanitvenih objektih. Kar zadeva povpraševanje so ocenili 464 milijonov nočitev (BAKBASEL, 2011, str. 42). Niti podatki o ležiščih, niti podatki o nočitvah ne vključujejo enodnevnih obiskov, ki so pogosti v Alpah, in zato ne nudijo popolne slike stanja. Dnevni obiskovalci znatno prispevajo k turističnemu prihodu. Grob izračun švicarskega satelitskega računa za turizem je pokazal, da gre eno tretjino turistične prodaje v Švici pripisati dnevnim obiskovalcem (Conseil fédéral Suisse, 2010, str. 15).

Vseeno pa so spremembe omenjenih števil zanimive, ker kažejo na določene trende. Od leta 1995 do 2010 je prišlo do stagnacije v ponudbi turističnih ležišč (samo hoteli). Povprečna rast nočitev pa je dosegla 6,3 % (BAKBASEL, 2011, str. 43). Če si ogledamo situacijo od blizu, lahko ugotovimo razlike med posameznimi državami. V nemških Alpah, kot tudi v Liechtensteinu, so zabeležili upad, v francoskih Alpah stagnacijo, v švicarskih, avstrijskih, italijanskih in slovenskih Alpah pa je prišlo do povišanja števila nočitev v hotelih. Na splošno je študija BAKBASEL zaključila, da je zimska sezona uspešnejša. Povečanje števila nočitev samo po sebi ne pove, ali je šlo za več prihodov in več turistov nasploh ali za daljša bivanja istih oseb.

V zvezi s trgom delovne sile, ki ga je ustvaril turizem, znaša odstotek zaposlitev v hotelih in restavracijah v Alpah najmanj 7 % (BAKBASEL, 2011, str. 40). OECD je ocenila, da turizem pokriva 10-12 % alpskega trga dela (OECD, 2007, str. 18), BAKBASEL pa, da ta predstavlja okoli 15 %, oba vključujeta delovna mesta, ki so posredno in neposredno vezana na turizem (BAKBASEL, 2011, str. 40).

Vsi zgoraj omenjeni podatki so nepopolni oz. ocene stanja. Poleg tega so na področju turizma med regijami opazne velike razlike.

Na osnovi podatkov Delovne skupine "Demografija in zaposlovanje" Alpske konvencije (Price et al., 2011, str. 8) temelji na turizmu gospodarstvo samo 10 % občin, kar predstavlja 8 % alpske populacije; 46 % ležišč pa je koncentriranih v 5 % občin.

To pomeni, da turizem ni enakomerno porazdeljen v alpski regiji, bolj je koncentriran v lažje dostopnih dolinah in

porečjih. 37 % alpskih občin nima turističnih ležišč (Tappeiner et al., 2008, v Price et al., 2011, str. 8).

Povzamemo lahko, da turizem pomembno prispeva k gospodarstvu alpske regije (približno 50 milijard letno po podatkih OECD, 2007), vendar obstajajo velike razlike na regionalni in lokalni ravni. Zaradi tega je treba analizirati gospodarski vpliv turizma na nivoju občin.

Prispevki držav

Avstrija

Po podatkih avstrijskega satelitskega računa za turizem so posredni in neposredni učinki dodane vrednosti turizma leta 2011 znašali 7,4 % BDP-ja (Statistik Austria/WIFO). V letu 2011 je bilo okoli 184.550 ljudi zaposlenih v gostinskem sektorju, ki zastopa 5,4 % celotnega števila delovnih mest na nacionalni ravni (Zvezno ministrstvo za delo, družbene zadeve in varstvo potrošnikov).

V Avstriji so podjetja, zaposlena v turistični industriji in rekreacijskih dejavnosti, pretežno mala in srednja podjetja. Približno 93 % podjetij ima 0-9 zaposlenih. Poleg tega ima 99 % podjetij v turističnem in rekreacijskem sektorju manj kot 50 zaposlenih in skoraj 59 % zaposlenih v tem sektorju dela v teh manjših podjetjih (Gospodarska zbornica Avstrije, statistike o zaposlenosti).

V zadnjih letih se je v Avstriji zgodil premik od poletne k zimski sezoni (nočitve pozimi 1979/1980 33,7 %, danes okoli 50 %). V zimski sezoni 2005-2006 je bilo prvič več nočitev kot tekom poletij (Statistik Austria).

Leta 2011 so avstrijske Alpe zabeležile več kot 60 milijonov nočitev (+3,2 % v primerjavi z letom 2006) in več kot 16 milijonov prihodov (+12,5 % v primerjavi z letom 2006) v hotele in podobne nastanitvene kategorije. To predstavlja 73,1 % vseh nočitev v Avstriji in 62,5 % vseh avstrijskih prihodov v hotele in podobne nastanitvene kategorije. Turizem v alpski regiji v Avstriji še vedno raste, vendar ne tako močno kot prihod (+16 % /2006) in nočitve (+6,3 % /2006) za Avstrijo kot celovito turistično destinacijo.

Francija

Turizem je največja francoska industrija, katerega presežek v plačilni bilanci je leta 2009 znašal približno 8 milijard € in ustvaril 120 milijard € prometa, v skupno 230.000 podjetjih. Njegov delež znaša 6,3 % francoskega BDP-ja in zaposluje neposredno 1 milijon in posredno 2 milijona delavcev. Francija je po številu prihodov mednarodnih turistov najbolj popularna destinacija na svetu (76

milijonov leta 2010, več kot ena četrtnina v Parizu), vendar je samo tretja po ustvarjenih prihodkih, ki znašajo več kot 35 milijard €. Kljub pozitivnim rezultatom, na turizem v Franciji vplivajo trije glavni dejavniki: visoka raven sezonskosti, nesorazmerni teritorialni podatki o številu turistov in periodična družbena neenakost. Ti trije faktorji lahko delno opravičijo raven prihodkov.

Koledar kaže, da je poletna sezona od nekdaj priljubljena francoskim turistom, ki se zgrnejo na počitnice julija in avgusta. Ta trend se je razčlenil v zadnjih letih z večjim številom kratkih počitniških obdobjev v letu, kar pomeni povišanje cen v teh obdobjih. Ta sezonski učinek je ustvaril mnogo sezonskih delovnih mest (ocenjenih 400.000).

Kar zadeva socialni vidik, si ena tretjina Francozov že vrsto let ne privoščijo počitnic, toda ne iz poklicnih ali osebnih razlogov, pač pa zaradi osebnega finančnega stanja. Ko obravnavamo to stisko francoskega turizma, moramo tudi upoštevati relativno visoke cene turističnih storitev, razmerje med ceno in kakovostjo, ki ga ljudje zaznavajo kot dokaj neugodno, in nivo sprejema, ki ga na splošno ocenjujejo kot bazičnega (problemi z jezikom, usposobljenostjo in strokovnim znanjem); tu prevladujejo mala, ranljiva turistična podjetja, ki nimajo več sredstev za investiranje (predvsem za nastanitvene objekte).

Nekaj največjih zasebnih organizatorjev potovanja (vodilnih v tej industriji): *Club Méditerranée*, vodilni organizator na področju počitniških naselij, Pierre et Vacances, vodilni organizator na področju turističnih bivališč, *Groupe Accor* (hoteli vseh kategorij) in skupina *Groupe Le Louvre* (hoteli vseh kategorij).

Italija

Leta 2010 so nočitve v nastanitvenih strukturah italijanske gorske regije znašale 12,8 % nacionalnega povprečja, kar je poneslo gorsko regijo na tretje mesto med vsemi italijanskimi turističnimi destinacijami (tako za morjem in mesti kulturne dediščine). Glede na nacionalnost italijanski turisti predstavljajo velik

delež nočitev (60,2 % v gorskih predelih) (ISNART, 2011). Če pogledamo specifično alpsko regijo, od 820.000 razpoložljivih mest (hoteli in nehotelska nastanitve) pritegnejo italijanske Alpe približno 20 % vseh turistov prenočevalcev (Legambiente, 2009). Turizem v italijanskih Alpah je še vedno izrazito sezonski pojav. Drugačni trendi so prisotni predvsem v deželah s posebnim statutom in v avtonomnih pokrajinah, kjer je zaslediti otipljive znake razvoja turistične kulture gospodarskih subjektov, posledica tečajev usposabljanja za turistične delavce.

Liechtenstein

Turistične destinacije v Liechtensteinu so relativno majhne v primerjavi z drugimi alpskimi območji. Zaradi tega v turizmu niso prisotna velika podjetja. Turistična dejavnost se v glavnem odvija v enem smučarskem kraju, Malbunu, s šestimi hoteli (37.475 nočitev), in v drugih 33 hotelih v dolini Alpskega Rena (77.576 nočitev). Leta 2010 so v Liechtensteinu skupno beležili 166.835 tako porazdeljenih nočitev: 69 % v hotelih, 13,6 % v počitniških apartmajih, 9,2 % v kampih, 4,3 % v mladinskih domovih in 3,9 % v prenočiščih.

Ker so potovalne razdalje zelo kratke (npr. Vaduz-Malbun: 12 km), podatki o nočitvah verjetno ne povedo, kaj počnejo turisti v resnici. Na primer večina turistov prenočevalcev bi se lahko vseeno udeleževala dejavnosti v gorah. Kraj Triesenberg v dolini Alpskega Rena ima 10 hotelov in je samo 7,5 kilometrov oddaljen od smučišč v Malbunu.

Leta 2010 je bilo v hotelih skupno zaposlenih 321 ljudi (povprečno 7,6 v vsakem hotelu). To pa pomeni manj kot 1 % celotnega zaposlitvenega trga v Liechtensteinu (približno 34.000 delovnih mest).

V poletni sezoni odpade na pohodništvo 80 % turističnih dejavnosti v Alpah, sledi gorsko kolesarjenje s 400 kilometrov dostopnih kolesarskih poti. Zimski turizem zastopajo v glavnem različni zimski športi: smučanje, drsanje in krpljanje.

Nemčija

V Nemčiji je turizem ključni gospodarski sektor v rasti tako v vsedržavnem merilu kot tudi prav posebno na nivoju dežele Bavarske. Neposredno odpadejo nanj 4,4 % in posredno 9,7 % nemške bruto dodane vrednosti

in zaposluje 2,9 milijona ljudi neposredno (7 % delovne sile) in 4,9 milijonov ljudi posredno.

Leta 2011 so Bavarske Alpe beležile približno 32 milijonov nočitev in 6,7 milijonov prihodov, ki so prispevali k BDP-ju s 3,94 milijardami € in 65.700 delovnimi mesti. Poleg tega so ocenili, da Bavarske Alpe obišče letno 18 milijonov dnevniških obiskovalcev iz metropolitanskih območij Münchna, Augsburga in Nürnberške regije za razvedrilo, rekreacijo in šport.

Turistični sektor v nemški alpski regiji sestavljajo v glavnem mala in izredno diferencirana podjetja. Ni velikih hotelskih kompleksov in le redki tam prisotni hoteli imajo več kot 200 sob. V gorah se je turizem začel razvijati na začetku 19. stoletja, ko je železnica omogočila lažji dostop do nemških Alp. Takrat se je pojavilo veliko število nastanitvenih ponudnikov in gorskih železniških prog, ki so kmalu naleteli na trajno povpraševanje, ker je bilo območje z lahkoto dosegljivo za obiskovalce. V tistih časih je imelo veliko krajev tudi precej izkušnje v nujenju zdravstvenih storitev, med njimi se jih je veliko posluževalo lokalnih pripomočkov in zdravljenja (npr. sol, mineralna voda, termalne vode, osvežujoče podnebje, čist zrak, Kneippova terapija). Turizem je bil že takrat celoletna dejavnost, zimski športi so bili samo ena od številnih atrakcij. Po drugi svetovni vojni je razvoj sektorja postal bolj dinamičen, prej obstoječe male trgovinske in storitvene strukture so vseeno ohranile svojo vlogo. Veliko kmetovalcev je začelo gledati na turizem kot na dopolnilni vir zaslužka. Velike zdraviliške klinike in obsežno infrastrukturo, kot so kopalnišča in toplice, so zgradili samo v zdraviliških krajih, ki imajo sedaj državno priznanje.

Še danes je alpski turizem na Bavarskem veliko večji vir dohodka v poletnih kot v zimskih mesecih in tudi v zimskem času je zdravstveni in rekreacijski turizem izrazito pomembnejši od zimskih športov. Glavni poudarek je na stiku z naravo v povezavi z različnimi aktivnostmi kot so sprehajanje, pohodništvo, kolesarjenje in plavanje v številnih kopalnih jezerih v poletni sezoni. Kljub znatnemu poslabšanju zaradi številnih reform na področju term in zdravilišč je zdravstveni turizem še vedno velikega pomena za številne kraje.

Slovenija

V letu 2010 je turizem v gorskih letoviščih beležil 23 % vseh nočitev in 25 % vseh prihodov turistov v Slovenijo, kar je prineslo alpski regiji drugo mesto na lestvici

gospodarskih kazalnikov (Slovenski zdraviliški kraji štejejo največ nočitev turistov). Nastanitvene storitve v gorskem turizmu zastopajo v glavnem zasebni subjekti (privatne sobe, apartmaji, počitniške hiše, penzioni, kampi, turistične kmetije s sobami itd). Največje podjetje na tem območju je Sava Hotels & Resorts z velikim številom hotelov, wellness centrov, igrišč za golf, kampov, zdravstvenim turizmom in drugo ponudbo.

Švica

Turizem je zelo pomemben za švicarsko gospodarstvo, vendar ga nacionalne statistike ne upoštevajo. Za

natančno oceno in nudenje podrobnih podatkov o vplivu turizma na nacionalni BDP, povpraševanje in zaposlovanje obstaja statistični okvir merjenja, in sicer satelitski račun za turizem (TSA), ki nudi podrobno sliko proizvodnje turistične industrije in njene povezave z drugimi industrijami. TSA delno financira SECO. Švica je izdelala prvi TSA za leto 1998, druga dva sta sledila v letih 2001 in 2005. TSA do leta 2010 je bil objavljen februarja 2012.

TSA pojasnjuje splošen vpliv turizma na gospodarstvo. Vendar je to kompleksna in zahtevna naloga, ker veliko gospodarskih dejavnosti uspeva prav zaradi turizma (npr. prodaja na drobno, trg z nepremičninami).

B.3.4 JAVNO FINANCIRANJE TURIZMA V ALPSKIH DRŽAVAH

To poglavje obravnava strukturo, sistem in načela javnega financiranja. Zakonodaja Evropske unije postavlja

stroge omejitve v zvezi z direktno pomočjo držav članic turizmu, še posebej z ozirom na konkurenco in notranji trg. Neposredna gospodarska pomoč držav članic ali subvencije so dovoljene, če zasledujejo javni interes brez oviranja konkurenčnosti na trgu.

Prispevki držav

Avstrija

Zvezno ministrstvo za gospodarstvo, družino in mladino (BMWFI) je dogovorno za strateško uporabo proračunskih sredstev za pomoč aktivnostim v turistični in rekreacijski industriji. Poleg zveznih proračunskih sredstev uporabljajo sredstva iz Programa za obnovo Evrope (ERP) in skladov Evropske unije za sofinanciranje.

BMWFI si je zastavilo sledeče splošne cilje za financiranje turističnih aktivnosti: izboljšati okvirne pogoje za turistični sektor, izboljšati kakovost in lokacije, optimizirati obseg in strukturo podjetij s ciljem podaljšanja turističnih sezon, ustvarjanje mrež in navez ter uporaba modernih oglaševalskih metod.

Na osnovi sedanje različice "Splošnih okvirnih pogojev za dodelitev javne pomoči" (2004) BMWFI nudi tudi posamezne subvencije. V tem kontekstu gre omeniti program za obnovo gorskih reševalskih koč, katerega cilj je zagotavljati okoljevarstvene ukrepe reševalske koč v alpskih regijah, ki so lahko pomembne za turizem.

Leta 2011 je nacionalna uprava za turizem razpolagala s proračunskimi sredstvi v višini 1,9 milijona €, od katerih

jih je 29,1 milijona namenila pomoči malim in srednjim podjetjem s pomočjo Avstrijske banke za razvoj turizma, 24,3 milijona € organizaciji ANTO, in naknadnih 8,5 milijona € je Ministrstvo dodelilo v obliki individualnih subvencij za raziskavo in druge projekte. Poleg tega je bilo izdanih skupno 43,4 milijona € iz sklada ERP za posojila malim in srednjim podjetjem v turistični industriji.

Na zvezni ravni ima tudi vseh devet avstrijskih dežel svoja proračunska sredstva za programe za razvoj turizma. Prispevki za turizem izhajajo iz sistema obveznih prispevkov, ki jih plačujejo turistična podjetja za razvoj moderne turistične industrije ob upoštevanju njenega gospodarskega, družbenega, kulturnega, etničnega in ekološkega vpliva. Nočitveni davek *Ortstaxe* je majhna pristojbina, ki jo plačajo turisti in ki je vključena v ceno njihove nastanitve. Krajevne skupnosti jo potem uporabijo za izgradnjo in vzdrževanje turističnih objektov.

Francija

Leta 2011 je ministrstvo razpolagalo s proračunskimi sredstvi v višini približno 50 milijonov € in s približno 500 zaposlenimi. Ti podatki predstavljajo samo majhen delež javnih sredstev, ki so namenjena turizmu. V Franciji je turizem deljena pristojnost, zato obstaja tudi veliko

drugih virov sredstev in zadolženih ministrstev (npr. za kmetijstvo in regionalni razvoj, kulturo, okolje in promet, notranje zadeve, mladino in šport itd.), kot tudi davčnih spodbud za izdatke (DDV, davčne oprostitev) in prispevkov s strani krajevnih oblasti, predvsem regij.

Italija

Ta pregled finančne pomoči turizmu v Italiji upošteva bodisi nepovratna sredstva bodisi subvencionirane kredite. Financiranje je lahko neposredno in posredno – se pravi sredstva namenjena neposredno za specifične projekte ali dodeljena preko obstoječih lokalnih institucij. Upravičenci niso samo zasebna podjetja ampak tudi posamezna gospodinjstva in institucije.

Glavni viri finančnih sredstev so:

- Evropska unija – financira mala in srednja podjetja ali sofinancira razvojne projekte za turizem v glavnem s pomočjo strukturnih skladov (npr. Evropski sklad za regionalni razvoj, Evropski socialni sklad, Evropski garancijski in usmerjevalni sklad za kmetijstvo in druge evropske pobude kot so Interreg, Leader+, Urban in EQUAL);
- Italijanska vlada – financira zasebna podjetja preko industrijskih skladov in družine glede na dohodek s počitniškimi vavčerji (oboje ureja zakonski odlok št. 79/2011), pa tudi s pomočjo olajšav za bančne kredite (npr. projekt "Italia in Turismo");
- Banke – nudijo subvencionirane kredite, ki jih sofinancirajo državni projekti, npr. projekt "Italia in Turismo";
- Javne institucije (regionalne, pokrajinske, lokalne) – financirajo *ad hoc* projekte z javnimi razpisi;
- Druge institucije, fundacije, bančne fundacije, podjetja ali združenja.

Liechtenstein

Liechtenstein Marketing financirajo s prihodki od prodaje proizvodov in storitev (npr. trgovine za turiste), z nacionalnimi subvencijami in davkom na obiskovalce. Ta davek plačajo obiskovalci za vsako nočitev in sredstva so namenjena neposredno podpora *Liechtenstein Marketing*.

Nemčija

Najnižji prag za subvencije, ki jih ni treba prijaviti, je trenutno 200.000 € v treh poslovnih letih.

Bavarska vlada uveljavlja finančne spodbude v okviru evropskih predpisov za okrepitev konkurenčnosti v pretežno malih in srednjih podjetjih v turističnem sektorju (*Bayerisches Regionales Förderprogramm für die Gewerbliche Wirtschaft* – BRF) ter javne infrastrukture v strukturno in gospodarsko šibkejših regijah (*Bayerisches Regionales Förderprogramm für die Gewerbliche Wirtschaft* – BRF).

Glavni cilj spodbud za investicije v turističnem sektorju je izboljšanje kakovosti turistične ponudbe. Kot prvo je podpora namenjena investicijam za modernizacijo in racionalizacijo, velja pa tudi za izboljšanje ponudbe in gradnjo novih objektov za spodbujanje podaljšanja sezon in tudi za odzivanje na specifične potrebe, npr. kulture, ljubiteljev narave in športa, otrok, družin, starejših občanov in hendikepiranih. Okoljske vidike morajo še obravnavati.

Poleg tega so leta 2009 uvedli začasen program financiranja za izboljšanje žičničarske infrastrukture v majhnih smučarskih središčih. Cilj programa je obnova preko 20 let starih vlečnic in pomožne infrastrukture, ki jo pogosto uporabljajo lokalne in regionalne smučarske organizacije. Predpogoj je celoletna uporaba (tudi za poletni turizem).

Druga pomembna pomoč je namenjena branding in marketingu lokacij. Bavarsko ministrstvo za gospodarstvo sofinancira marketinške dejavnosti državne marketinške organizacije *BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH* kot tudi regionalnih turističnih združenj.

Na občinski ravni smejo občine z velikim turističnim prilivom pobirati nočitveni davek. Ta davek zbirajo nastanitveni obrati in ga uporabljajo lokalne skupnosti za namestitve in vzdrževanje turistične infrastrukture. Prav tako smejo državno priznana zdravilišča in termalna središča določiti nočitveni davek kot nadomestilo za povečane potrebe infrastrukture.

Znižanje DDV iz 19 % na 7 % za žičničarske storitve v letu 2008 in za nastanitvene storitve leta 2010 je poenotila stopnjo DDV s stopnjo drugih držav EU.

Slovenija

Ministrstvo za gospodarstvo je leta 2011 dodelilo 23 milijonov € za razvoj turizma: 14,2 milijona € za projekte, ki jih je sofinancirala EU, in 8,8 milijona € za Slovensko turistično organizacijo. Ti podatki ne vključujejo

prispevkov drugih sektorjev (Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, Ministrstva za kulturo in drugih).

Lokalne turistične organizacije prejemajo finančna sredstva iz občinskih proračunov, od turističnih davkov in drugih proračunskih virov, kot na primer članarin, prihodkov od raznih dejavnosti, donacij itd.

Švica

Poleg turistične promocije, ki jo izvaja *Schweiz Tourismus*, in podpore, ki jo uživajo nastanitvene dejavnosti s strani ustanove SGH, podpira Konfederacija turistični sektor z drugima dvema orodjema: zakonom Innotour in Novo regionalno politiko (NRP).

Innotour je zvezni zakon, ki spodbuja inovacije in sodelovanje na področju turizma. Nudi finančno pomoč deležnikom z inovativnimi projekti za turizem. Ta zakon je bil pred kratkim potrjen pregledu. Novi zakon Innotour je stopil v veljavo 1. februarja 2012.

Po pozitivnem odzivu, ki ga je doživel zakon, in potem, ko je bil začasni zakon dvakrat spremenjen, je bil zakon Innotour spremenjen v stalen zakon na podlagi odličnih ocen. Istočasno so zakon uskladili s strategijo Zveznega sveta za rast Švice kot turistične destinacije. Za financiranje Innotoura je švicarski parlament sprejel obvezni kredit v višini 20 milijonov švicarskih frankov za obdobje od 2012 do 2015. Innotour je še vedno osredotočen na že omenjeni kritični temi z vidika promocije: inovacije in sodelovanje, s poudarkom na tretjem ključnem promocijskem pristopu, razvijanju znanja (vključno z združevanjem znanj). Promocija inovacij ostaja najpomembnejši cilj zakona Innotour. Glavna prednostna naloga je ustvarjanje novih poslovnih priložnosti in izboljšanje obstoječih storitev. Promocija sodelovanja pa stremi po razvoju novih proizvodov in ustvarjanju konkurenčnih struktur. Razvijanje znanja se osredotoča na izboljšanje usposabljanja in storitev za dodatno usposabljanje, uporabo izkušenj in znanja, kot tudi izmenjavo informacij med deležniki v švicarskem turističnem sektorju. Innotour se pretežno ukvarja s promocijo na nacionalni ravni, kar pomeni, da bodo sredstva v glavnem uporabljena za projekte nacionalne razsežnosti in za naloge usklajevanja na nacionalni ravni. Z uvedbo novih določil za vzorne projekte bodo deležni promocije tudi regionalni in lokalni projekti.

Turistični projekti na regionalni ravni z močnim vplivom na gospodarstvo lahko prejemajo sredstva Nove regionalne politike.

Nova regionalna politika (NRP) želi okrepiti konkurenčnost gorskih, podeželskih in obmejnih območij z ustvarjanjem dodane vrednosti regij. Na ta način prispeva k ustvarjanju in ohranjanju delovnih mest v regijah, ohranja razpršeno poselitev in zmanjšuje razlike med regijami. Regionalna konkurenčnost je okrepljena s spodbujanjem medregionalnega in mednarodnega sodelovanja, s poenostavitvijo struktur in razvijanjem regionalnih proizvodov.

Čeprav je Nova regionalna politika zvezna politika, so njeni glavni nosilci kantoni, saj bolje in globlje poznajo svoj teritorij. Na osnovi izvedbenih programov in programskih konvencij s Konfederacijo kantoni zbirajo in uvajajo projekte, ki bodo deležni pomoči NRP, in nudijo pomoč med samim izvajanjem projektov. Odločajo o razvrščanju kantonskih in zveznih sredstev. Zvezna finančna sredstva morajo dopolniti enakovredni kantonski prispevki. NRP nudi v glavnem dve vrsti finančne pomoči: 40 milijonov švicarskih frankov letno v obliki nepovratnih sredstev in 50 milijonov švicarskih frankov letno v obliki naložb v vračljiva posojila za projekte, usmerjene v razvoj infrastrukture in povečanje privlačnosti regije.

Obstajajo tudi davčne olajšave za podjetja, ki pospešujejo ustvarjanje delovnih mest.

Prispevek Evropske komisije

Evropski sklad za regionalni razvoj (ESRR) lahko sofinancira projekte, ki so vezani na trajnostni turizem. Cilj sklada ESRR je okrepitev gospodarske in socialne kohezije v državah članicah Evropske unije ob odpravljanju nesorazmerja med regijami. Zaseduje tri glavne cilje: konvergenca (npr. modernizacija in diverzifikacija gospodarskih struktur kot tudi ohranjanje ali ustvarjanje trajnih delovnih mest), regionalno konkurenčno sposobnost in zaposlenost (npr. inovacije in na znanju temelječe gospodarstvo, okolje in preprečevanje tveganja, dostop do prevoznih in telekomunikacijskih storitev) ter teritorialno sodelovanje (npr. razvoj gospodarskih in družbenih čezmejnih dejavnosti, uveljavljanje in razvoj transnacionalnega sodelovanja, vključno z bilateralnim sodelovanjem med obmorskimi regijami, povečanje učinkovitosti regionalne politike s pomočjo medregionalne promocije in sodelovanja, mreženje in izmenjava izkušenj med regionalnimi in lokalnimi ustanovami). S temi cilji in v skladu z nacionalnimi operativnimi programi so projekti, ki se osredotočajo na bolj trajnostne oblike turizma, prav tako lahko deležni sofinanciranja. Bolj podrobno so to projekti, ki so vezani na turizem v okviru ESRR in skrbijo

za izboljšanje kulturne in naravne dediščine, razvijajo infrastrukture za dostopnost in mobilnost, ustanavljajo mreže in grozde podjetij, nudijo storitve z večjo dodano vrednostjo, razvijajo skupne čezmejne strategije za turizem in vodijo medregionalne izmenjave izkušenj.

Evropski kohezijski sklad ravno tako nudi sofinanciranje za prometno in okoljsko infrastrukturo, ki sta zelo pomembni za turistični sektor.

Evropski socialni sklad sofinancira, med drugim, projekte za izobraževalne programe in usposabljanje s ciljem izboljšanja produktivnosti in kakovosti zaposlitve in storitev v turističnem sektorju.

Evropski kmetijski sklad za razvoj podeželja (EKSRP) si prizadeva okrepiti politiko za razvoj podeželja Evropske unije z izboljšanjem konkurenčnosti kmetijstva in gozdarstva, okolja in podeželja, kakovosti življenja in upravljanja gospodarskih dejavnosti na podeželju. V

okviru teh ciljev lahko nudi sofinanciranje za različne dejavnosti na podeželju, ki so vezane na turizem, na primer izboljšanje kakovosti kmetijske proizvodnje in izdelkov, izboljšanje okolja in podeželja, promocija turističnih dejavnosti v okviru cilja diverzifikacije podeželskega gospodarstva in/ali študije in investicije za ohranjanje, restavriranje in izboljšanje kulturne dediščine.

Okvirni program za konkurenčnost in inovacije spodbuja konkurenčnost podjetij, predvsem malih in srednjih podjetij. Od leta 2008 je ta program sofinanciral številne specifične pobude na področju turizma.

Sedmi okvirni program EU za raziskave in tehnološki razvoj in predstavivne dejavnosti (2007-2013) pospešuje dejavnosti, ki lahko koristijo turističnemu sektorju, kot na primer raziskave o informacijskih in komunikacijskih tehnologijah, satelitskih aplikacijah, kulturni dediščini in namenski rabi prostora.

C. ALPSKA KONVENCIJA

Uporaba načel trajnostnega razvoja na področju turizma ni neposredno povezana z vrsto krajine, kot recimo obalnim območjem ali gorami. Drži pa, da so številna združenja, univerze ali raziskovalne ustanove za trajnostni razvoj gorskega turizma izdale številne študije in poročila, hkrati pa je bil gorski turizem tema razprave na konferencah in seminarjih.

Prav tako so države, regije, kantoni, dežele in lokalne skupnosti razvili strategije, politike, zakonodajo in pobude, ki so bile usmerjene v implementacijo načel trajnosti v gorskem turizmu, kot sta zaščita in upravljanje z naravnimi viri in lokacijami, aktivnosti za prilagajanje/blazjenje na podnebne spremembe, diverzifikacija počitniških lokacij, proizvodnja in trženje kakovostnih kmetijskih izdelkov, javni promet, počitniške nepremičnine, promocija trajnostnega turizma in spodbujanje eko-blagovnih znamk itd.

To pomeni, da je v teh dokumentih in akcijskih programih, moč najti številne kazalnike, ki so usmerjeni v trajnostni razvoj turizma in jih lahko uporabimo kot "referenčni okvir za trajnostni razvoj" v gorskih območjih na splošno ter tudi bolj specifično za Alpe. Ti kazalniki so: informacije o pričakovanih gostov; poudarjanje okolja znotraj drugih politik; prostorsko načrtovanje; celosten globalni pristop, ki upošteva definicijo programa in projekta (višja raven) kot tudi njegovo izvajanje in upravljanje (nižja raven) od začetnih faz programa/projekta; upravljanje obiskovalcev iz vidikov časa in prostora; nadzor tokov; lokalni družbeni in gospodarski razvoj; ustvarjanje specifičnih turističnih proizvodov s posebnim poudarkom na kakovosti, zaščiti, upravljanju in promociji lokalnih virov, dediščine, krajine in kulture; upravljanje in vključevanje stavbnega fonda; poudarjanje kriterijev za nizko porabo energije; celovito sodelovanje izvoljenih lokalnih predstavnikov in prebivalstva ter izboljšanje njihove kakovosti bivanja; informiranje, ozaveščanje in izobraževanje, še posebej na področju turizma.

Poudarimo, da Alpska konvencija in njen izvedbeni protokol za področje turizma, skupaj z obstoječim pravom, določata, kakšen je, oziroma kakšen naj bi bil razvoj gorskega turizma.

C.1. TRAJNOSTNI TURIZEM ZNOTRAJ PROTOKOLA "TURIZEM" ALPSKE KONVENCIJE

Poglavitni uradni dokumenti na mednarodni ravni, ki obravnavajo trajnostni turizem na ravni celotnih Alp so Večletni programi dela Alpske konvencije (2005-2010 in 2011-2016), izvedbeni protokol Alpske konvencije o turizmu ter drugi protokoli, povezani s turizmom (urejanje prostora, promet, varstvo narave) ter Akcijski načrt za podnebje v Alpah sprejet leta 2009.

Različna poglavja izvedbenega protokola s področja turizma so de facto specifičen referenčni okvir za trajnostni razvoj turizma v Alpah.

Podpisnice so se zavezale k upoštevanju več ciljev in priporočil. Splošni cilji, povezani s trajnostnim razvojem v turizmu:

- za podpisnice in teritorialne skupnosti: prizadevanje za razporeditev in raznolikost v turistični ponudbi in povpraševanju skozi prostor in čas; vključno s cilji trajnostnega turizma, ki odločajo o politikah, vezanih na prostorski razvoj, promet, kmetijstvo, gozdarstvo in okolje (povezave z drugimi protokoli); delitev odgovornosti; zagotovitev podpore za ekološko šibkejša območja; izvajanje skupnih ukrepov, še posebej na področju čezmejnega sodelovanja; harmonizacija in razvoj raziskav in znanja, povezanega s turizmom; spodbujanje izobraževanja turističnih strokovnjakov in zagotavljanje informacij za javnost; vzpostavitev vsealpskega natečaja za inovativne projekte in proizvode v turizmu;
- za lokalno prebivalstvo: začetek lastnih razvojnih projektov in vključevanje v njihovo izvedbo; zagotoviti, da turizem prispeva k ohranjanju osnove za preživetje stalnega prebivalstva;
- za turistična podjetja: osnovni trajnostni razvoj turistične dejavnosti in njegova promocija naravne dediščine ter kakovosti storitev; razvoj načinov za izboljšanje proizvodnih zmogljivosti in dejavnosti; obravnavati turistične projekte na osnovi specifičnih ekosistemov; diverzifikacija turističnih aktivnosti glede na regionalno okoljsko in socio-ekonomsko raznolikost in trende povpraševanja na trgu;
- za turiste: krepitev spoštovanja narave in lokalnega prebivalstva.

Posebna priporočila vezana na turistične zmogljivosti:

- prispevek k dejanski turistični ponudbi s pripravo razvojnih programov in njihovo oceno s finančnega, socio-ekonomskega in okoljskega vidika (člena 5 in 9) in z

doseganjem pravega ravnovesja pri usmerjanju turističnih tokov med območji (8. člen);

- iskanje ravnovesja med intenzivnimi in ekstenzivnimi oblikami turizma na območjih, ki so pod močnim pritiskom zaradi turizma (6. člen);
- krepitev kakovosti v turistični ponudbi z izmenjavo dobrih praks in razvojem skupnih akcijskih načrtov (7. člen);
- ustanovitev določenih območij miru, kjer ne bodo razvijali turističnih objektov (10. člen);
- dajati prednost komercialnim nastanitvenim zmogljivostim in obnovi obstoječih objektov (11. člen);
- presoja zdaje dovoljenj za žičnice (12. člen);
- spodbujanje dostopa do turističnih krajev z javnimi prevoznimi sredstvi in zmanjšanje odvisnosti od zasebnega motoriziranega prometa (13. člen);
- čim boljše zagotavljanje vključevanja smučarskih prog v naravno krajino in okolje, potrebno jih je ponovno ozeleneti in dovoliti uporabo umetnega snega samo, če to dovoljujejo krajevne vodne, podnebne in ekološke razmere (14. člen);
- nadzor nad športnimi dejavnostmi na prostem, še posebej športne aktivnosti, ki uporabljajo motorizirana vozila (15. člen);
- omejitev ali prepoved dostopa z zračnimi vozili z namenom izvajanja športnih aktivnosti (16. člen).

Prav tako moramo izrecno poudariti pionirski pomen oz. naravo Protokola "Turizem", ki je bil podpisan na Bledu 16. oktobra 1998. Njegova priporočila v celoti sledijo temam trajnostnega turističnega razvoja, saj so se od nastanka stalno razvijala.

C.2. TRENUTNI ODZIVI ALPSKE KONVENCIJE NA TRAJNOSTNI TURIZEM

Ta del prikazuje oceno učinkovitosti Protokola "Turizem" (analiza poročil odbora za preverjanje) in odgovore, ki jih je podala Alpska konvencija.

1. Poročila odbora za preverjanje
2. Turizem in promet (Delovna skupina za promet)
3. Turizem in podnebne spremembe (Akcijski načrt za podnebje)
4. Turizem in zavarovana območja

C.2.1 POROČILA O SKLADNOSTI

Deset let po podpisu Alpske konvencije je VII. Alpska konferenca leta 2002 v Meranu vzpostavila postopek za vrednotenje uveljavitve te mednarodne pogodbe in njenih protokolov. V ta namen je bil ustanovljen Odbor za preverjanje.

Vsak izmed osmih protokolov prav tako vsebuje člen o tem, da bi morali izvajanje obveznosti iz protokolov preverjati.

Z odgovori na vprašalnik, ki ga je pripravil Stalni sekretariat, je vsaka pogodbenica prikazala izvajanje posameznih protokolov v svoji državi v letu 2005 in potem v letu 2009. Na osnovi teh rezultatov je Odbor za preverjanje pripravil poročila za udeležence X. (Evian, marec 2009) in XI. (Brdo, marec 2011) Alpske konference.

XII. Alpska konferenca v Poschiavu (september 2012) je pregledala mehanizem za preverjanje in v proces uvedla sledeče glavne spremembe:

- Pogostost izvedbe vprašalnikov, ki jih izpolnijo pogodbenice je bil podaljšan na 10 let;
- Dodana je bila druga faza procesa preverjanja: po predložitvi poročila izdelanega na podlagi informacij, ki so jih posredovale pogodbenice Alpske konvencije (faza 1), ima Odbor za preverjanje sedaj možnost, da v revizijskem postopku opravi poglobljen pregled ukrepov, ki so jih sprejele pogodbenice, z namenom, da odpravi morebitne pomanjkljivosti in izbere vidike, ki bi jih bilo potrebno bolj poglobljeno obravnavati ter njihov vrstni red.

Odbor za preverjanje je v začetku leta 2013 začel z izvajanjem revidiranega postopka ter za poglobljen pregled izbral temi turizem in varčna raba tal.

Podrobnejši pregled poročil s področja turizma osvetljuje sledeče točke:

- Širok nabor zakonov in določil tako na nacionalnih kot na regionalnih ravneh in sicer tako v federalnih kot v centraliziranih državah. Ta skupek ukrepov je zelo obsežen, vendar tudi zelo kompleksen, saj povezuje tako specifična določila za turizem kot tudi ukrepe, ki na eni strani turizem ovirajo in kjer so upravne pristojnosti, še posebej na področju turizma, deljene med nacionalnimi in lokalnimi organi (glej tudi poglavje o pravnem okvirju, ustanovah in politikah osmih alpskih držav).
- Vedno večji pomen pravnih precedenčnih primerov, povezanih z Alpsko konvencijo, še posebej v zvezi s tožbami, ki so jih vložile NVO in državljani.
- Obstoj "strateških načrtov za turizem", ki so zasnovani za promocijo uravnoteženosti med intenzivnimi in ekstenzivnimi praksami, naravnim turizmom, kakovostjo, dediščino in lokalnim razvojem in so v skladu s cilji protokola.
- Uveljavljanje zakonodaje Skupnosti in proaktivnih politik s področja okoljskih študij ter ocene vplivov pred izvedbo programov in projektov.
- Specifični in skupni odzivi ter pomisleki v vseh državah v zvezi s trajnostjo prometa in mobilnosti, uporabo zračnih in kopenskih motornih vozil za priložne aktivnosti, športne aktivnosti in aktivnosti v divjini.

- Ob predstavitvi poročila tudi predstavitev velikega števila primerov dobrih praks, ki kažejo izvajanje Protokola "Turizem", vendar brez prikaza, da je bil Protokol gonilna sila za njihovo implementacijo.
- Obravnavani primeri dobre prakse, so tudi primeri za diverzifikacijo in spodbujanje številnih znamk in znakov kakovosti.
- Malo izkušenj v mednarodnem sodelovanju med državami, ki niso sosede in se nahajajo izven alpskega omrežja zavarovanih območij; več politik za čezmejno sodelovanje, ki jih je tudi lažje izvajati.
- Malo preizkušanja pri razporejanju počitnic, kajti to je težka tema, četudi je znano, da je to ključni faktor pri boju proti sezonskosti.

Kot zaključek se zdi, da ta poročila kažejo na izvajanje Protokola "Turizem", še posebej preko obstoječih pravil in omenjenih številnih primerov dobre prakse.

To nedvomno drži, vendar le težko ugotovimo, kateri ukrepi so se neposredno razvili iz izvajanja Alpske konvencije in njenih protokolov in kateri so splošni rezultat javnega odziva na okoljske pomisleke v gorskih območjih in na preostalih območjih posameznih držav.

Upravičeno lahko domnevamo, da je skozi leta Alpska konvencija spodbudila ali celo neposredno promovirala pripravo nekaterih takšnih besedil in praks ter da je vedno večja ozaveščenost o delu Alpskih konferenc obrodila plodove še posebej na ravni načrtovanih aktivnosti in razvoja nacionalnih ter regionalnih programov trajnostnega razvoja na območju Alp.

Hkrati so se razvili tudi številni lokalni konflikti v posameznih alpskih državah o uporabi naravnih virov, dediščine in krajine, ki so bili večinoma povezani z izgradnjo turistične infrastrukture in opreme. Drugo Poročilo o preverjanju podaja svoje mnenje o tem dvojnem odnosu: "pritisk gospodarstva in prizadevanje za okolje".

C.2.2 TURIZEM IN PROMET V ALPAH

Alpska regija ne spada samo med ekološko najbolj občutljiva območja v Evropi, ampak je tudi eno najbolj pomembnih območij za preživljanje prostega časa, kjer letno prenoči okoli 95 milijonov turistov, dodatno pa beleži še 60 milijonov dnevnih turistov letno (Alpine Convention, 2008, str. 3). Vendar pa ima turizem in še posebej motoriziran promet, ki je povezan s turizmom, negativne vplive na okolje v Alpah, vključno z onesnaževanjem zraka, hrupom in rabo tal. Ker je turizem nujno povezan s prometom in potovanjem, negativne posledice motoriziranega prometa vplivajo na regijske ekosisteme in zmanjšujejo njihovo rekreacijsko oz. doživljajsko vrednost.

Protokol "Promet"

Glavni cilj Protokola "Promet", ki je bil sprejet na VI. Alpski konferenci v Luzernu leta 2000 je zagotavljanje trajnostne prometne politike, ki bo zmanjševala negativne učinke in tveganja, ki jih prinaša znotraj-alpski in čezalpski promet na raven, ki ne bo škodljiva za ljudi, rastlinje in živalstvo ter za njihova okolja in habitate; med drugim z večjo preusmeritvijo prometa, zlasti tovornega, na železnico in z ustvarjanjem infrastrukture in spodbud za njeno uporabo v skladu s tržnimi načeli.

Kar zadeva promet v turizmu so v 13. členu omenjeni trije cilji:

- spodbujanje ukrepov za zmanjševanje odvisnosti od motoriziranih vozil v turističnih centrih;
- promocija tako javnih kot zasebnih pobud za izboljšanje dostopa z javnimi prevoznimi sredstvi ter spodbujanje turistov, da koristijo te storitve;
- ustanovitev in vzdrževanje območij umirjenega prometa in območij, kjer je promet prepovedan, ustanovitev destinacij brez uporabe vozil, ukrepi za spodbujanje prihodov in bivanja počitniških gostov brez avta.

Delovna skupina za promet

Prva točka mandata, ki ga je Delovna skupina prejela v okviru VII. Alpske konference v Meranu 2002, je poudarila, da "bo Delovna skupina igrala vlogo platforme za zbiranje informacij in širjenje vseh podatkov, ki so namenjeni splošni uporabi in so na eni strani potrebni za oceno izvajanja Protokola "Promet" ter na drugi strani služijo kot informacija za javnost".

Kar zadeva trenutni mandat skupine, so glavni cilji sledeči: razvoj koordiniranih informacij na področjih prometa in turizma; izvajanje Alpske konvencije in predvsem Protokola "Promet"; da bi zmanjšali negativni vpliv prometa na zdravje in okolje; da bi analizirali, informirali in razvijali dobre prakse, še posebej za trajnostno mobilnost v urbanih območjih in njihovi okolici.

Turizem in promet v prvem Poročilu o stanju Alp

Promet je bila tema prvega Poročila o stanju Alp, izdanega 2007. To poročilo navaja, da je gospodarski pomen turizma v Alpah odvisen in povezan z zagotavljanjem prometne infrastrukture in zmogljivosti. To je potrebno, da omogočimo turistom prihod na destinacijo v razumnem času. Prav tako oboje potrebujemo tudi za dobavo blaga in storitev do občin s turistično dejavnostjo. Evropska agencija za okolje ocenjuje, da 80 % vseh turističnih potovanj v Alpe poteka z avtomobilom.

Za energetskim sektorjem je promet drugi največji sektor v EU, ki sprošča emisije toplogrednih plinov. Ko govorimo o izpustih CO₂, specifičnih za promet in vezanih na prevožene

kilometre na potnika, so lahka oz. manjša tovorna vozila na drugem mestu za letali. Vendar pa na splošno prevladujoča vloga osebnih vozil, kot prevoznega sredstva, povzroča, da so motorna vozila ogromen vir izpustov CO₂ tako na globalni kot na evropski ravni. Nadaljnji negativni učinki so izpusti onesnaževalcev v zrak, hrup ob bivalnih območjih ter infrastrukturna pozidanost zemljišč.

Zaradi tega predstavlja prevladujoča vloga osebnih vozil pri turistični mobilnosti v Alpah takšen pritisk na okolje, da moramo to upoštevati še posebej zaradi posebne občutljivosti gorskih ekosistemov.

Regije z visoko gostoto turistične dejavnosti so večinoma smučarska območja, še posebej v Avstriji, Franciji, v Dolomitih in v dolini Aoste v Italiji in v Švici.

Dostopnost na večje razdalje...

Na pomembnih koridorjih in na številnih območjih v Alpah turizem obsega precejšnji del potniškega prometa. Ob vrhuncih ob koncih tedna med počitnicami to redno vodi do zastojev in velikih zamud za avtomobile in tovornjake na cesti ter do prenapoljenih vlakov. Zaradi tega je iskanje alternativ na tem področju zelo nujno.

V letih 2008-2009 je Delovna skupina za promet obravnavala te specifične težave. Poročilo, ki ga je predstavila X. Alpski konferenci (marec 2009) je prikazalo glavne izzive pri uporabi javnega prevoza: dostopnost javnega prevoza in kakovost storitev; intermodalnost; informiranje; politika cen in izdaje vozovnic; koordinacija in sodelovanje med prometom in turizmom.

Podana so priporočila na mednarodni ravni: izboljšanje dostopnosti na večje razdalje in kakovosti javnega prometa; promoviranje boljših in bolj transparentnih informacij o cenah; ter na nacionalni, regionalni in lokalni ravni: izboljšanje informacij o potovanjih še posebej za destinacije; privlačni regionalni in lokalni sistemi javnega prometa; paketi, ki vključujejo turistične proizvode; sodelovanje med deležniki v prometu in turizmu.

...ter dostopnost zadnjega kilometra

Ta priporočila so bila dana predvsem v zvezi z dvema izzivoma: dostopnost javnega prevoza do zadnjega kilometra med železniškimi postajami v dolini in centri v visokogorju; kakor tudi možnosti individualnih poti javnega prometa na samih ciljnih destinacijah.

Trenutna prednostna naloga Delovne skupine "Promet" za koordiniranje informacij

Cilj delovne skupine je temeljito proučiti vprašanja

usklajenosti informacij o javnih prevozi in opredeliti sistem transnacionalnih izmenjav standardiziranih podatkov preko celotnih Alp.

Junija 2012 je Program za območje Alp potrdil ETC projekt AlpInfoNet. Pod vodstvom Bavarskega ministrstva za gospodarstvo, infrastrukturo, promet in tehnologijo ta projekt pripravlja strategije za širjenje informacij o javnem prevozu in integrira obstoječe informacijske sisteme z informacijskim omrežjem za trajnostno mobilnost (AlpInfoNet). Z vključevanjem ključnih tehničnih in političnih deležnikov iz področja prometa, turizma in okolja želijo rešiti tehnične ovire na poti do izvajanja AlpInfoNet-a v več pilotnih regijah z namenom doseganja dolgotrajnih rezultatov. Projekt sestavlja 13 partnerjev iz petih alpskih držav ter številni opazovalci. Projekt ima zagotovljena sredstva in namerava spodbujati prevozna sredstva, ki ne onesnažujejo ali onesnažujejo manj. Vse to kot del mobilnosti v Alpah, še posebej na področju turizma (www.alpine-space.eu/projects/projects/detail/AlpInfoNet/show/#project_partner).

Glavni poudarek tega projekta je zagotavljanje preudarnih, zanesljivih in ne-diskriminatornih informacij o trajnostni mobilnosti v, iz in znotraj območja Alp. Z razširitvijo obstoječih regionalnih in nacionalnih informacijskih sistemov za čezmejni pristop bo projekt razvil transnacionalno informacijsko omrežje trajnostne mobilnosti. Zaradi tega obravnava in koordinira tehnično in politično interoperabilnost ter harmonizacijo izbranih obstoječih informacijskih sistemov (iz področja turizma in prometa) ter obsega premišljeno razširjanje informacij o trajnostni mobilnosti ljudem na potovanju. Deležniki iz turizma in prometa so od začetka aktivno vključeni v projekt, da bi tako zagotovili primeren razvoj in trajnostno izvajanje informacijskega omrežja trajnostne mobilnosti. Projekt si prizadeva olajšati dostop do javnega prevoza z izboljšanjem kakovosti informacijskih storitev. S tem želijo spodbuditi spremembo obnašanja potnikov in povečati uporabo javnih prevoznih sredstev tako s strani turistov kot prebivalcev.

Uporaba motornih vozil v naravnih območjih v Alpah

Študija Stalnega sekretariata Alpske konvencije (2011) analizira trenutno uporabo motornih vozil v Alpah. S podpisom Protokola "Turizem" so se pogodbenice zavezale čim bolj omejiti in, če je potrebno, tudi prepovedati športne aktivnosti z uporabo motornih vozil izven območij, ki jih za to določijo pristojni organi (2. odstavek 15. člena); ter čim bolj omejiti in po potrebi tudi prepovedati pristajanje zračnih plovil v športne namene izven letališč (16. člen).

Na splošno do sedaj še nobena pogodbenica ni sprejela specifičnih določil, povezanih izključno z območjem Alpske konvencije. Četudi je izvajanje določenih aktivnosti na

občutljivih območjih (npr. v visokogorju) ločeno regulirano, ta območja predstavljajo samo del območja, ki ga pokriva Alpska konvencija.

Z upoštevanjem 15. člena Protokola "Turizem" bi morali omeniti, da v skladu z nacionalno zakonodajo dogodki, ki predvidevajo uporabo motornih vozil, niso prepovedani, potrebujejo pa najavo ali dovoljenje. Izvajanje motoriziranih športov (na kopnem/v zraku) na območjih, ki so pravno zaščitena, je na splošno omejeno in stopnja omejitve se razlikuje glede na funkcijo in stopnjo zaščite. Na splošno razlikujemo med osrednjimi in robnimi conami zavarovanih območij. Načini omejitve za motorizirane športe izven zavarovanih območij se med sabo zelo razlikujejo.

Slovenija in Francija uporabljata zelo stroge omejitve. V Sloveniji je v osnovi vožnja z motornimi vozili in s kolesi v naravnem okolju in izven kategoriziranih cest prepovedana. Enak je namen francoske zakonodaje, ki to prepoved vožnje izven cest predvideva za vsa motorna vozila. Tudi nekatere avstrijske zvezne dežele imajo statutarna določila za območja, ki imajo še posebno krajinsko ali ekološko vrednost in/ali za posamezna vozila, ki gredo včasih celo preko omejitve, ki jih določa člen 15(2). Italija se poskuša obvezati k izvajanju politik določenih v 15(2) členu.

Kar zadeva polete za rekreativne namene informacije prejete od pogodbenic ne omogočajo sklepanja, še posebej zato ne, ker zadevna zakonodaja na splošno ne upošteva specifične tematike vezane na Alpe. Če pa upoštevamo določena območja in ogrožene živalske vrste, so v veljavnih določilih na regionalni in lokalni ravni heli-smučanje, pristajanje in vzletanje izven stez pogosto omejeni ali prepovedani. Heli-smučanje je na nekaterih območjih (npr. dolina Aoste, Interlaken, itd.) stalnica v lokalni turistični ponudbi. Vendar ni opredeljeno, ali vzleti in pristanki potekajo na dovoljenih območjih ali izven njih. Potrebno bi bilo nadalje raziskati skladnost takšne prakse s Protokolom "Turizem".

Če povzamemo, je pregled pravnih okvirjev v alpskih državah glede motoriziranih športov podal zelo heterogeno sliko. Vendar se zdi, da so motorizirani športi težava skoraj vsepovsod ter da je to verjetno povezano s heterogeno uporabo predhodno omenjenih določil.

C.2.3 TURIZEM IN PODNEBNE SPREMEMBE V ALPAH

Območje Alp je izredno občutljivo za podnebne spremembe, vendar se lokalni pogoji zelo razlikujejo med regijami kar zadeva pričakovane spremembe podnebja, tipologijo turizma in njegovo gostoto ter sposobnost

prilagajanj. Zaradi tega je nemogoče predvideti enotni način obravnave te teme (Balbi et al., 2011).

Turisti povzročajo 4,4 % globalnih CO₂ izpustov. Za celotni planet obstajajo projekcije, da bo ta rast znašala povprečno 3,2 % letno do leta 2035 (Peeters in Dubois, 2010).

Akcijski načrt za podnebje Alpske konvencije

Marca 2009 je X. Alpska konferenca v Evianu sprejela Akcijski načrt za podnebje Alpske konvencije. Načrt vsebuje nekatere strategije blaženja in prilagajanja na področju turizma in prometa:

Strategije blaženja

Cilji so zmanjšati izpuste CO₂, ki jih povzročajo turistične aktivnosti in zagotoviti, da ponudniki potovanj ponudijo možnosti trajnostnih prevoznih sredstev ter promovirajo počitniške ponudbe, ki so "nevtralne za podnebje".

Ukrepi, predvideni za turizem so:

- začeti redno spremljanje stanja okolja v turističnih krajih vključno z "ogljicnim poročilom" in navezava na to spremljanje pri dodeljevanju dovoljenj in/ali javnih subvencij;
- spodbujati okolju prijazno mehko mobilnost za dostop do turističnih destinacij s spodbujanjem najmanj onesnažujočih prevoznih sredstev (ustrezne pristojbine, uporaba raznih vrst žičnic ali gondolskih žičnic za dostop iz doline do bližnjih počitniških centrov);
- skupni razvoj s ponudniki prometnih storitev za povezave "zadnjega kilometra" ter dostop do turističnih lokacij z uporabo železnice na dolge proge;
- spodbujanje obnove nepremičnin za turistične namene tako, da jih prilagajamo na podnebne spremembe in ne gradimo nove infrastrukture, da povzroča "prazne postelje" (postelje za turiste, ki ostanejo prazne večino leta);
- prilagoditi komunikacijske in marketinške strategije, ki odražajo nove ukrepe;
- razvoj čezmejnih javnih prevoznih sredstev in poenostavljanje cenovnih ponudb v Alpah;
- zagotavljanje zaposlenim v potovalni in turistični dejavnosti, da skupaj razvijejo praktične informacije o mehki mobilnosti, ki je na voljo na različnih lokacijah v Alpah in jo približajo širši javnosti;
- usklajevanje počitnic v šolskih koledarjih, da bi tako omejili vrhunec sezone in razvoj infrastrukture.

Strategije prilagajanja

Za turizem so bili predvideni sledeči ukrepi:

- nadzor pri gradnji turistične infrastrukture na ledeniških in neokrnjenih območjih;

- povezava med vlaganji javnih sredstev v opremo za zasneževanje z oceno posledic takšne tehnologije na okolje in neposredne javne naložbe v alternativne oblike ponudbe;
- podpora lokalnim skupnostim, ki želijo popestriti svoje aktivnosti in ponuditi alternativne ponudbe k alpskemu smučanju pozimi. Širjenje informacij o tem, da bi privabili nove stranke;
- doseganje boljše povezanosti med poletno in zimsko turistično sezono s spodbujanjem turizma v času med sezonama;
- spodbujanje medsebojnega povezovanja med gorskimi turističnimi centri in njihovo okolico (dolina, gorstvo, itd.);
- spodbujanje obnove obstoječih objektov.

Prilagajanje na povečano tveganje za naravne nesreče je nujna naloga, ki že vpliva na območje Alp in presega samo raven turistične dejavnosti. Vendar bi lahko turizem bistveno prispeval k tem prizadevanjem. Projekt AdaptAlp je identificiral deset najbolj potrebnih aktivnosti, ki jih v tem času potrebujemo za priprave na tveganja, ki v Alpah povzročajo globalno segrevanje (AdaptAlp, 2011).

Primer dobre prakse: prilagajanje podnebnim spremembam

Anketa, ki je bila izvedena v okviru projekta ClimAlpTour, je pokazala, da se turisti zelo zanimajo za pridobivanje informacij o podnebnih spremembah v Alpah. Vas Grainau pod najvišjim vrhom Nemčije Zugspitze je zato razvila doživljajsko pot, ki obiskovalce informira o "podnebnih spremembah in vodi" na tem območju. Krožna pot je sestavljena iz 9 postaj, od katerih vsaka obravnava različne vidike podnebnih sprememb in prilagajanja nanje, kot so npr.: rastlinje, ledeniki, varovalni gozd, sestava lesa, oskrba z vodo, permafrost, naravne nesreče in življenjski pogoji za smreke. Za vsako postajo obstajajo dodatne avdio in video razlage, ki jih je možno brezplačno naložiti na pametne telefone (klimawandel-grainau.de). Na primer 3D simulacija podora kamenja, ki ga je povzročila otoplitev pred približno 3.500 leti, in taljenje permafrosta na vrhu gore Zugspitze, oblikovanje krajine in nastanek jezera Eibsee pod skupino Zugspitze.



Nova pot, ki je bila odprta septembra 2012, obravnava dva vidika prilagajanja na podnebne spremembe: najprej je to znamenitost za vse leto, ki ni odvisna od snega pozimi in je torej sama po sebi proizvod prilagajanja, ki na ta način zadosti potrebe obstoječih gostov po informiranju. Drugič je to zabavni način informiranja gostov in lokalnega prebivalstva o najpomembnejših vidikih regionalnih podnebnih sprememb in naravnih procesov prilagajanja kakor tudi antropološke potrebe po prilagajanju.

Slika 1: Avdio in video vodnik na pametnem telefonu

C.2.4 TURIZEM IN ZAVAROVANA OBMOČJA

C.2.4.1 ZAVAROVANA OBMOČJA – MOČNO REGIONALNO OROŽJE ZA RAZVOJ TRAJNOSTNEGA TURIZMA

Iz vidika turizma predstavljajo Alpe, ki v sebi združujejo turizem in naravo, najboljši vir inspiracije za razvoj trajnostnega turizma, ki upošteva tudi varstvo narave. Na eni strani potrebuje koncept varstva narave sprejetje in razumevanje širše javnosti in na drugi strani uporablja turizem naravo kot naravni vir, ki ustvarja prihodke.

V alpskih državah obstaja na nacionalni in na regionalni ravni 7 različnih stopenj varstva: narodni parki, biosferni parki, geološki rezervati in mesta Svetovne dediščine (UNESCO), regionalni naravni parki, naravni rezervati in območja posebne zaščite (kot na primer krajinski rezervati v Nemčiji). Ti različni statusi zaščite vsebujejo posebne cilje, odvisno od države. Na primer avstrijski naravni parki, švicarski in francoski regionalni naravni parki, kakor tudi nekateri izmed na novoustanovljenih narodnih parkov ter območij ob francoskih narodnih parkih ("varovalni pasovi") prispevajo h krepitvi regionalnega razvoja, ki vključuje tudi razvoj trajnostnega turizma v zavarovanih območjih in njihovem

okolju (tako v francoskih narodnih parkih in v avstrijskem narodnem parku Visoke Ture osrednje območje na splošno ni naseljeno, medtem ko je varovalni pas obdelan s pomočjo trajnostnega kmetijstva in tudi obsega varovanje naravne in kulturne dediščine).

Zavarovana območja s svojo na splošno visoko stopnjo biotske raznovrstnosti (veliko število posebnih habitatov in rastlinskih ter živalskih vrst) in značilno krajino, kakor tudi razmeroma visokim pomenom znotraj kulturne dediščine so zavezani, da pomagajo pri razvoju eko-turizma in trajnostnega lokalnega razvoja.

Turizem je priložnost za zavarovana območja, da pridobijo višjo prepoznavnost s pomočjo razvoja novih regionalnih verig dodane vrednosti, z regionalnimi modeli in regionalnimi marketinškimi pobudami. Na eni strani s tem krepijo turistično ponudbo in dajejo nove impulze, na drugi strani spodbujajo lokalni gospodarski razvoj z ustvarjanjem novih zaposlitvenih možnosti in spodbujanjem razvoja novih nočitvenih zmogljivosti na podeželju. Sodelovanje med zavarovanimi območji in lokalnimi ter regionalnimi ponudniki turistične dejavnosti je pomembno za uspešno uveljavitev zavarovanih območij kot turistične atrakcije. To lahko dosežemo s skupnimi ponudbami in komunikacijo, marketinškimi kampanjami, skupnim nastopom na spletu, informacijskim centrom in dogodki.

Primer dobre prakse

Obstaja več znanih primerov turističnih znamenitosti v alpskih zavarovanih območjih. V zahodnih Alpah območje Briançonnais v Narodnem parku Ecrins (F) (www.ecrins-parcnational.fr/), območje Narodnega parka Grand Paradiso v dolini Aoste (I) (www.grand-paradis.it) in Piedomont (I) (www.pnpgp.it) s Fundacijo Grand Paradis, so področja, ki jih je potrebno omeniti, saj so bila oblikovana izrecno za spodbujanje trajnostnega turizma v delu Narodnega parka v dolini Aoste.

Naravni parki na Južnem Tirolskem (I) (http://www.provinz.bz.it/natur/2803/vr/index_i.html), zaščitena območja na avstrijskem Štajerskem (A) (www.steiermark.com/naturparke/de/naturparke) in UNESCO-biosferni rezervat Entlebuch (CH) (www.biosphaere.ch/de/welcome.cfm) so primeri dobre prakse, kjer zavarovana območja v Alpah uporabljajo metode trajnostnega turizma kot orodje regionalnega razvoja z namenom zaščititi naravo in krajino in hkrati poudariti lokalno kulturo in lokalno gospodarstvo. Triglavski narodni park (SI) (www.tnp.si/images/uploads/NA_OBISKU_sloang_jan2011.pdf), regionalni park Škocjanske jame (SI) (www.park-skocjanske-jame.si/eng/tourist_centershtml) in Narodni park Berchtesgaden (D) (www.nationalpark-berchtesgaden.de/english/index.htm) so se usmerili na ozaveščanje turistov. Obstajajo informacijski centri, učne poti, vodeni ogledi in ekskurzije o varstvu narave in upravljanju s tokovi obiskovalcev.



Slika 2: Pohodništvo v snegu v Narodnem parku Ecrins (F), Claude Dautrey © Parc national des Ecrins

Vsi ti parki in organizacije si prizadevajo omejiti okoljski vpliv intenzivnega turizma. Takšen razvoj trajnostnega turizma lahko dosežemo z učinkovito zakonsko ureditvijo na mednarodni, nacionalni in regionalni ravni, kot tudi s promocijo in ozaveščanjem, ki je usmerjeno v turistično dejavnost na zavarovanih območjih (npr. promocijske kampanje nacionalnih naravnih krajin v Nemčiji www.nationale-naturlandschaften.com).

Manjši parki kot je Regionalni naravni park Chartreuse (F) so razvili zanimive koncepte usmerjene v turizem, ki so bolj poznani na regionalni ravni. Primer dobre prakse na področju sodelovanja med turistično destinacijo na zavarovanem območju v Alpah je Švicarski narodni park, ki je bil ustanovljen v sodelovanju z zavarovanim območjem Biosfera Val Mustair in turistično organizacijo regije Engadin ter Narodnega parka regija Unterengadin/Val Mustair.

Ti primeri predstavljajo samo majhen izbor dobrih praks na območju Alp. Trajnosten turizem postaja vedno pomembnejši znotraj dela zavarovanih območij v Alpah in spada med glavne cilje regionalnega razvoja in varstva narave. Vsako zavarovano območje v Alpah poskuša razdelati svoje splošne koncepte razvoja regije znotraj privlačne in trajnostne destinacije v okviru eko-turizma.

Narodni park Visoke Ture (A)

Gorstvo "Visoke Ture", ki je del največjega narodnega parka na območju Alp, je postalo model trajnostnega turizma. Leta 2009 so avstrijske zvezne dežele Koroška, Salzburg in Tirol – skupaj z občinami, ki se nahajajo na območju narodnega parka ter s podjetjem *Großglockner Hochalpenstraßen AG* in različnimi marketinškimi enotami – razvili skupno blagovno znamko: *Hohe Tauern - Die Nationalpark-Region (Visoke Ture – regija narodnega parka)*.

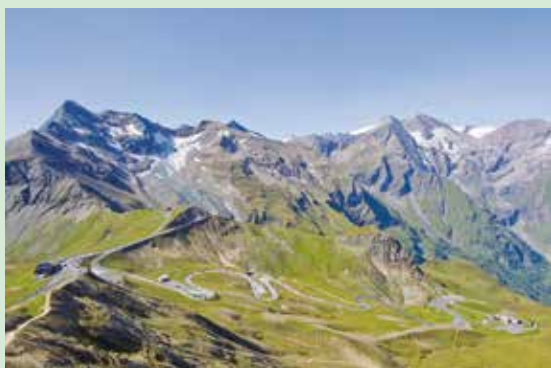
Močna blagovna znamka z močno vsebino

Skupaj so zvezne dežele in njihovi partnerji uspeli narediti turistično blagovno znamko Hohe Tauern (Visoke Ture). Blagovna znamka je osnovana na petih tako imenovanih "svetilnikih", naravnih virih znotraj alpske regije: vrh Großglockner z znano visokogorsko alpsko cesto Großglockner Hochalpenstraße, upravljanje planin, nadzorniki v narodnem parku, slapovi in zimska čarovnija.

Še posebej s svojimi "zelenimi" turističnimi ponudbami Narodni park Visoke ture postavlja v središče svojih aktivnosti varstvo narave – in to varstvo je definirano kot edinstvena naravna in kulturna krajina – ter spoštljivo vedenje, ki bi se naj izvajalo vzporedno. Z visokogorsko cesto na Großglockner ima skoraj milijon ljubiteljev narave in ljudje, ki se zanimajo za območje Alp, dostop do edinstvenega gorskega sveta Visokih Tur. Poleg udobnih in okolju prijaznih potovalnih rešitev do različnih destinacij – kot je celostna vozovnica v sodelovanju z Nemškimi železnicami in *shuttle* storitve od postaje – avtobusne povezave so posebej na voljo za pohodnike in jih popeljejo na več kot 30 destinacij in to vse dni v tednu. Vse to je popolnoma koordinirano s širokim naborom doživljajskih programov za turiste v regiji narodnega parka.

Skupaj na spletu

Posamezne izlete, kot so opazovanje divjih živali (igra) in vodeni ogledi z nadzorniki v narodnih parkih, je možno rezervirati preko skupnega spletnega portala (www.hohetauern.info), enako velja za safarije po ledenikih, geološke poti ali ture z e-kolesi. Nadalje je možno uživati v inovativnih paketnih ponudbah kot je večdnevni trekking, alpske ture ali jahaški pohodi.



Slika 3: Visokogorska alpska cesta na Grossglockner (A) © GROHAG



Slika 4: Kozorog pri Grossglockner (A) © GROHAG

Močni partnerji

Poleg prizadevanja za sodelovanje med turističnimi združenji, odgovornimi za narodni park in upravljavci nastanitvenih obratov obstaja dobro sodelovanje tudi z lastniki restavracij: "0-kilometrski obroki", ki so pripravljene izključno z lokalno pridelano hrano, ki zagotavljajo tipično regionalno kulinarično izkušnjo, so prav tako trajnostni.

Zavarovana območja v Alpah imajo možnost, da postanejo bolj poznane turistične destinacije, če se pridružijo Evropski listini o trajnostnem razvoju v zavarovanih območjih (glej spodaj). Ta listina je partnerstvo med zavarovanimi območji in deležniki v turizmu. V Alpah se je že več parkov identificiralo kot EUROPARC regija, na primer Triglavski narodni park (SI), različni regionalni parki v Franciji, kot so Bauges, Queyras in Vercors, Narodni park Berchtesgaden (D), italijanski parki Primorskih Alp, Adamello-Brenta in Adamello ter avstrijski narodni parki kot so Gesause, Hohe Tauern in Kalkalpen (poročanje vezano na habitatno direktivo bd.eionet.europa.eu/article_17/chapter4).



Slika 5: Jahanje v narodnem parku Visoke Ture (A), Schreiner © Nationalpark Hohe Tauern Karnten

Regionalni naravni park Chartreuse (F)

V regionalnem naravnem parku Chartreuse so na primer razvili raziskovalno potovanje, kjer so povezali kmetovalce, strokovnjake umetnostne obrti in deležniki iz kulture. Sodelovanje med različnimi lokalnimi deležniki omogoča turistom, da razumejo lokalno proizvodnjo, tradicijo in način življenja vezan na regijo. Ta projekt je odgovor na cilj po krepitevi gospodarstva, ki je naveden v listini parka in obravnava razvoj turizma ter ustanovitev povezane trajnostne turistične ponudbe.

Informacijski center o naravi "Gorski svet Karwendel" (D)

Na višini 2.244 metrov blizu gorske postaje gondolske žičnice Karwendel (Mittenwald, Bavarska) ponuja informacijski center o naravi nazorni pregled narave v visokogorju. Zgodbe o strategiji preživetja v času dolgih zim in prav tako med vročimi in suhimi tedni poletni pomagajo turistom pri razumevanju visoke ranljivosti gorskih ekosistemov. Kratka pešpot okoli globeli, ki jo je povzročil kraški pojav, omogoča obiskovalcem uživanje ob gorski flori in favni ter ponuja osupljive panoramske poglede. Informacijski center je resnični mejnik za povezavo izobraževanja o okolju in vodenege turističnega doživetja.

Evropska listina za trajnostni turizem na zavarovanih območjih

Evropska listina za trajnostni turizem na zavarovanih območjih je praktično upravljavsko orodje, ki omogoča zavarovanim območjem, da razvijajo turizem na trajnostni način. Ključni element listine je partnersko delo vseh relevantnih deležnikov pri razvoju skupne strategije trajnostnega turizma in akcijski načrt na osnovi temeljite analize položaja. Cilj vseh projektov in aktivnosti povezanih z listino je varstvo naravne in kulturne dediščine ter stalno izboljšanje turizma na zavarovanih območjih tako za okolje, lokalno prebivalstvo in poslovne deležnike kot za obiskovalce.

C.2.4.2 ZAVAROVANA OBMOČJA KOT INOVATIVNI DELEŽNIKI: AKTIVNOSTI IN INOVACIJE

Primeri s turističnega vidika prikazujejo, da so zavarovana območja v Alpah v celoti prilagojena novim pričakovanjem glede gorskega turizma: potreba po divji naravi in zaščitenih krajinah; odpovedovanje logiki, kjer je vse usmerjeno v ekonomsko dejavnost; olajšan in voden dostop do naravnih območij; izvajanje športov; možnosti za srečevanje z lokalnim prebivalstvom; skrb za fizično ugodje in iskanje duhovnih virov ter kakovosti bivanja.

Kljub vsemu moramo prav tako upoštevati negativni vpliv turizma na naravo. Narava in divjina v Alpah sta vir za turizem, vendar sta ogrožena zaradi zlonamerne in nenačrtovane rabe, ki jo lahko preprečimo z upravljanjem z obiskovalci, primernim prostorskim načrtovanjem za turistične namene in aktivnostmi ozaveščanja.

V sozvočju s priporočili najpomembnejših naravovarstvenih organizacij, turistična ponudba v zavarovanih območjih lahko odraža usklajevanje interesov med turizmom in varstvom narave. Zavarovana območja ne morejo uspeti samo z vsiljevanjem prepovedi; vzporedno morajo izvajati tudi zmerno odpiranje in ponujati primerne informacije za obiskovalce.

C.2.4.3 MREŽA ZAVAROVANIH OBMOČIJ V ALPAH – ALPARC

Mreža zavarovanih območij v Alpah (ALPARC), ustanovljena leta 1995, omogoča intenzivno izmenjavo med alpskimi parki, ki vključuje tudi institucije za varstvo narave in znanstveno skupnost.

Glavni cilj ALPARC-a je aktivno izvajanje Protokola "Varstvo narave in urejanje krajine" Alpske konvencije z ustvarjanjem pristnih ekoloških omrežij (12. člen protokola), ki bodo dolgoročno pomagala ohraniti izredno biotsko raznovrstnost v Alpah in bodo olajšala selitve posameznih živalskih vrst znotraj Alp v/iz sosednjih gorskih območij.

Leta 2006 je Alpska konvencija ustanovila posebno delovno skupino za preučitev teme ekoloških omrežij. ALPARC je skupaj z drugimi mednarodnimi partnerji (CIPRA, Mednarodni znanstveni odbor za raziskovanje Alp (ISCAR), WWF) aktivno prispeval k temu procesu.

Društvo ALPARC je bilo ustanovljeno z namenom izvajanja skupnih projektov, razprave o tehničnih zadevah, ocenjevanja učinkovitosti upravljavskih metod in organiziranja strokovnih srečanj in dogodkov na različne teme – od upravljanja z divjimi živalmi do tem vezanih na podnebne spremembe.

D. POLOŽAJ TURIZMA NA OBMOČJU ALP

Alpe predstavljajo eno najstarejših turističnih regij na svetu in največje območje za preživljanje prostega časa v srednji Evropi. Obiskovalci so začeli redno prihajati v Alpe ob koncu 19. stoletja, večinoma v poletnem času.

Po 2. svetovni vojni so izboljšave v tehnologiji, medicini in socialnem sistemu povzročile splošno spremembo okvirnih pogojev v alpskem turizmu. Gospodarska rast v Evropi, višji dohodki tudi za delavski razred, zakonodaja, ki zagotavlja pravico do dopusta, masovna mobilnost posameznikov s pomočjo nizko-cenovnih avtomobilov in visoka kakovost cestne infrastrukture, vse to je pripomoglo k temu, da so Alpe postale destinacija skoraj za vsakogar. Prav tako so od infrastrukturnega sistema lahko pridobile tudi alpske regije, ki pred tem niso bile povezane z izvornimi trgi. Na trg so vstopile odročne alpske doline in njihova majhna mesta, številni kmetje so ponujali nočitve in hrano, da bi si izboljšali svoj še vedno nizek dohodek in se tako rešili revščine. Na trgu so se pojavile številne nove zdraviliške destinacije, saj je bilo uvedeno zdravljenje preko javnih subvencij; spet drugje so morali svoje proizvode prilagoditi napredku v medicini in izboljšanju higienskih standardov v metropolah.

Drugi so na gore vedno gledali kot na nekaj drugačnega, predvsem zaradi njihove geografije in relativne "odročnosti" v primerjavi z nižinskim svetom. To je bila najprej ovira za tiste regije, ki so doživele zanimanje iz nižinskega sveta, vendar je to vedno bolj postal njihov kapital, še posebej z razvojem prometa, vedno večje globalizacije in razcveta turizma. Krajina, "narava" in duhovna vrednost okolja in pobočij so bile prve alpske znamenitosti, ki so pripeljale ljudi iz urbaniziranih nižin v Alpe, kjer so se predali razmišljanju o spektakularnih panoramskih pogledih, uživali v drugačnem okolju in izvajali aktivnosti, ki jih doma niso mogli. Ta zgodnja vloga Alp v turizmu je prispevala k temu, da so Alpe postale model gorskega turizma, ki je vplival na razvoj v drugih gorovjih (Debarbieux, 2001). Danes se alpski turizem sooča s paradoksom. Alpe so obravnavane kot varuh pristnega okolja, vendar pa morajo na drugi strani zagotoviti nujno in visoko-kakovostno infrastrukturo, ki jo turisti pričakujejo. Ta napetost med ohranjanjem in razvojem še nadalje vpliva na položaj Alp na mednarodnem turističnem tržišču, kjer je potreba po ohranjanju njihove posebnosti, ki privlači turiste na osnovi krajine in okolja, in na drugi strani skušnjava k razvoju prostora in sledenju trendom, kar zadeva ekonomske in socialne standarde.

V naslednjih odstavkih bodo razloženi razpoložljivi podatki o turizmu na ravni Alp in predstavljena splošna slika trenutnega gospodarskega razvoja turizma v Alpah.

Sredi sedemdesetih let je evropska turistična industrija začela ponujati nove tipe počitniških proizvodov, ko so začeli kombinirati poceni lete in bivanje v Sredozemlju. Organizatorji potovanja in potovalne agencije v velemestih in mestih so začele tekrovati v cenah in ponudbah svojih poletnih proizvodov in storitev. Velike investicije v nove destinacije so vodile do sodobnih, standardiziranih in zato – v očeh potrošnika – zanesljivih ponudb. Ta proces se dandanes še vedno dogaja. V zimski sezoni so počitnice v toplejših regijah priljubljene med večino potrošnikov. Vseeno pa ena četrtnina turistov iz Nemčije izbere Alpe kot svojo počitniško destinacijo.

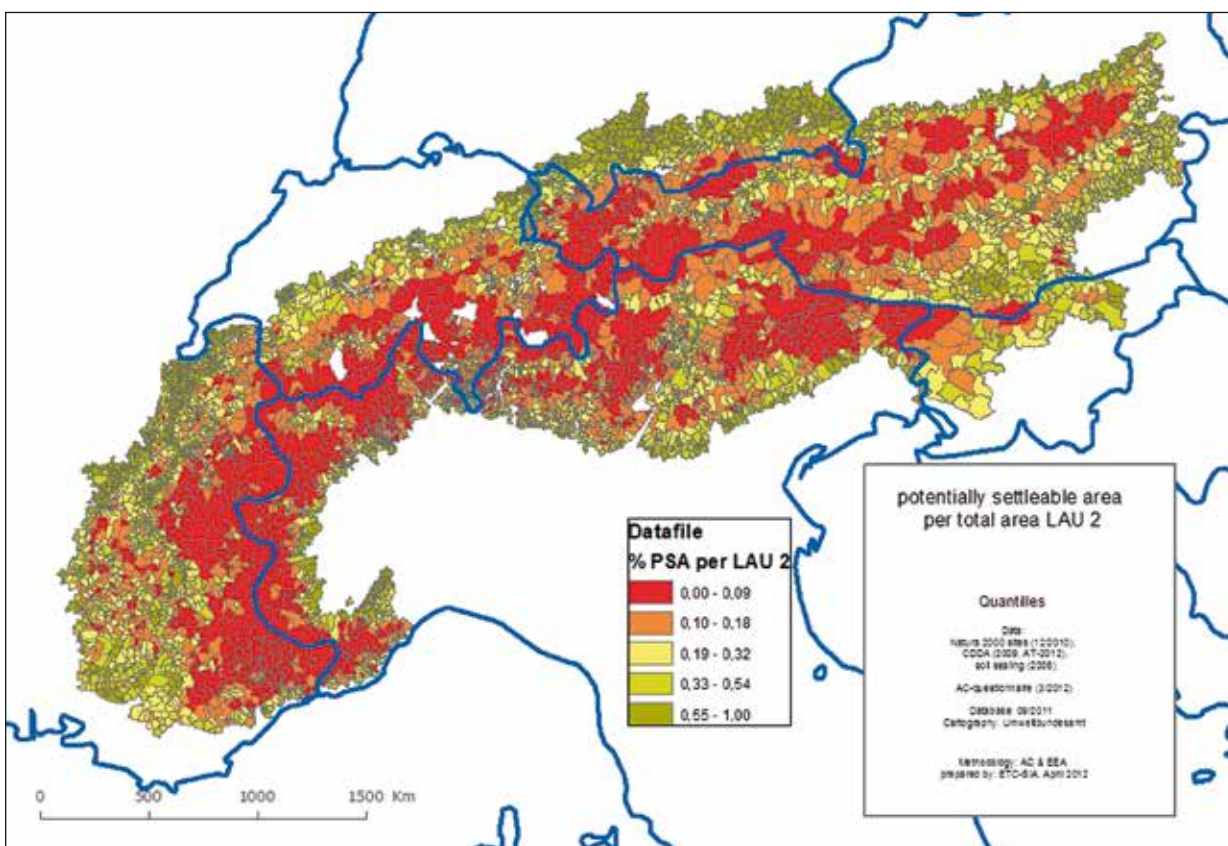
Spremembe okvirnih pogojev oz. želja potrošnikov torej niso nič novega za trende v turizmu na območju Alp. Te spremembe se bodo nadaljevale zaradi splošnih teženj, na katere deležniki v turizmu v Alpah ne morejo vplivati. Še bolj drži, da imajo te težnje različne značilnosti glede tipologije in dinamike vpliva na zelo raznolik sistem turizma v Alpah. Scenarij, ki je bil pripravljen na osnovi SWOT analize (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* – prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti) kaže prednosti in slabost glavnih tipov alpskega turizma in identificira priložnosti in nevarnosti. Analiza bo pokazala tudi potrebe po strategijah prilagajanja (glej poglavje E "Izzivi alpskega turizma – gonilne sile").

D.1. RAZNOLIKOST ALPSKEGA TURIZMA

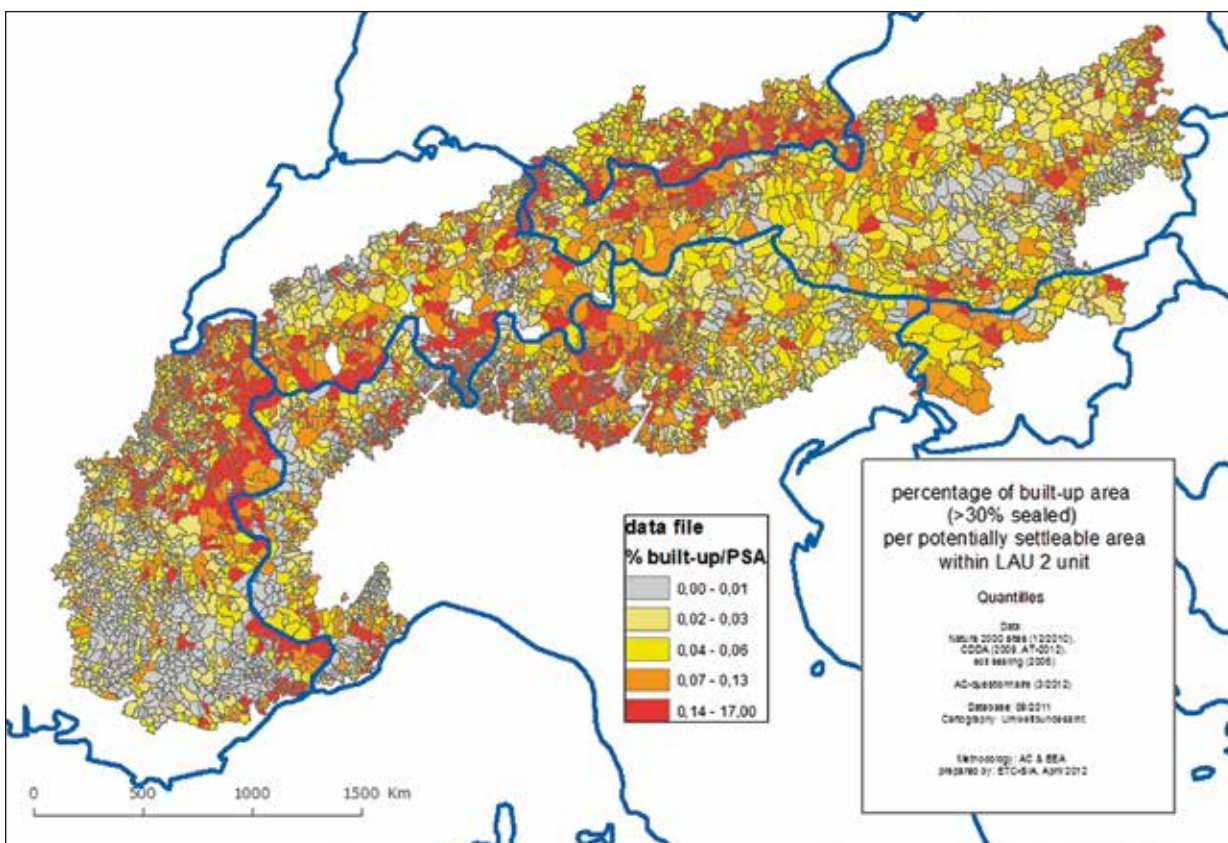
Uspeh Alp kot ene glavnih destinacij na svetovnem turističnem trgu je močno pogojen z njihovo visoko stopnjo raznolikosti. Različne turistične ponudbe zadovoljujejo potrebe številnih skupin potrošnikov z njihovimi specifičnimi motivacijami skozi vse leto. Bistveni razlog za ta uspeh je izjemna raznolikost regionalnih virov in posledično zelo raznolika kulturna dediščina na območju Alp.

D.1.1 VELIKA RAZNOLIKOST REGIONALNIH POGOJEV VODI DO RAZNOLIKE PONUDBE V TURIZMU

V gorskem območju, kot so Alpe, je kritična omejitev, kar zadeva potencialni razvoj turističnih objektov – kakor tudi pri drugih gospodarskih aktivnostih – razpoložljivost prostora, ki bi bil primeren za izgradnjo nočitvenih zmogljivosti, ali



Slika 6: Delež potencialnih naselitvenih območij znotraj vsake občine



Slika 7: Pozidane površine kot delež pri potencialnih naselitvenih območjih znotraj vsake občine

drugih bivanjskih objektov. To je vodilo do razvoja koncepta definiranja zazidalnih območij. Ta območja so večinoma ob rečnih strugah in na položnih pobočjih. Prav tako ni standardiziranega načina, kako definirati ta območja po vseh alpskih deželah; vsaka ima svoje definicije in pravila. Da bi predstavili prvo oceno na osnovi enotnih kriterijev, smo združili dva razreda iz baze podatkov CORINE: "umetna območja" in "kmetijska območja". Zemljevid, ki je iz tega nastal (slika 6) jasno kaže razliko med velikimi dolinami (npr. Adiža, Dora Baltea, Inn, Mürz, Ren, Rona, Salzach) in njihovimi pritoki. Občine na velikem območju Alp imajo manj kot 10 % svojega območja definirane kot potencialno naseljitveno območje, v primerjavi z grobim terenom na višjih legah. Redke meje med državami so jasno razpoznavne; izjema je meja med avstrijsko Koroško in Slovenijo ob reki Dravi.

Medtem ko kaže slika 6 delež, ki bi ga lahko uporabili za izgradjo nočitvenih obratov ali drugih naseljitvenih oblik, v vsaki občini, pa obsežne dele potencialnih naseljitvenih območij v Alpah še vedno uporabljajo za kmetijske namene, gozdarstvo in drugo rabo tal. Če smo torej želeli pridobiti jasnejši pogled o deležu potencialnih naseljitvenih območij, kjer so resnično razvili infrastrukturo, je bila potrebna analiza, ki je izračunala delež potencialnih naseljitvenih območij v vsaki občini, ki je bil uporabljen za gradnjo. Za to analizo je bila uporabljena baza podatkov o pozidanosti tal v okviru GMES (*Global Monitorig for Environment and Security – globalno spremljanje okolja in varnosti*).

Zaključni zemljevid (slika 7) kaže jasne vzorce in to kljub raznolikosti položaja na celotnem območju Alp. Medtem ko delež pozidanih območij v primerjavi s potencialnim naseljitvenim območjem nikoli ne presega deleža 17 % površine neke občine, so deleži pozidanih območij opazni v treh velikih kontekstih.

Najprej v velikih smučarskih centrih, kjer je potencialno naseljitveno območje relativno majhno (pogosto pod 10 %): to so Primorske Alpe, Visoka Savoja in Savoja (F), Valais in Ticino (CH), ki so jasno vidna in na splošno zasedajo večje deleže površine kot pa območja v Avstriji ali Franciji, čeprav imamo tudi tukaj izjeme kot sta Gastein in St. Anton (A).

Drugič, v večjih urbanih centrih, kot so Bled (SI), Innsbruck, Celovec, Salzburg in Beljak (A) ter Trento (I), kjer lahko potencialna naseljitvena območja predstavljajo več kot polovico celotne površine tal. Tretjič: ekstenzivna območja v Trentinu-Zgornjem Poadižju (I) in na južnem Bavarskem (D).

Na drugi strani je območje alpske bio-geografske regija z najvišjim deležem habitatnih tipov, ki so zaščiteni v okviru Habitatne direktive, kjer je bil varovalni status ocenjen za "ugodnega" s strani poročil Evropske habitatne direktive. 30 % habitatnih tipov je v dobrem stanju, medtem ko preostali

niso v dobrem stanju. Kljub temu je v primerjavi z drugimi bio-geografskimi regijami stanje relativno dobro, čeprav ni zadovoljivo (poročilo o Habitatni direktivi bd.eionet.europa.eu/article17/chapter4).

"Regija z najvišjim deležem habitatov, kjer je stanje konzerviranja ocenjeno kot "ugodno" je območje Alp. Alpska bio-geografska regija je razširjena preko petih geografskih območij in vključuje več evropskih gorskih verig. Kot je znano je pritisk človeka v gorskih območjih nižji kot drugod in ta območja imajo običajno dolgo zgodovino zavarovanih območij, vključno z narodnimi parki in naravnimi rezervati. Vendar za živalske in rastlinske vrste položaj v alpski regiji ni bistveno drugačen kot v drugih regijah (forum.eionet.europa.eu/x_habitat-art17report/library/papers_technical/overview_conservation_1).

D.1.2 GEOGRAFSKA STRUKTURA/LOKACIJE IN DESTINACIJE V ALPAH

Okoli dve tretjini površine **Avstrije** pokrivajo Alpe (Statistični urad Avstrije). Kar zadeva učinke Alp na turizem je dovolj, da navedemo, da je bilo na tem območju ustvarjenih okoli tri četrtine nočitev v hotelih in podobnih kategorijah v preteklih letih.

Tako v zimskem kot v poletnem času se 9 izmed 10 top destinacij (glede na število nočitev) nahaja v Alpah. V obeh sezonah je Dunaj na prvem mestu (ni v Alpah).

Glede na analizo T-MONA, sistema spremljanja gostov v Avstriji zasnovanem na anketah o potovalnem vedenju in socio-demografskih podatkih med domačimi in tujimi turisti v Avstriji, so glavni razlogi za potovanje na izbrane destinacije v Avstriji sledeči:

Poletje 2011:	Zima 2011-2012:
63 % krajina in narava	69 % gore
51 % gore	56 % privlačnost smučarskega območja
48 % mir	42 % zanesljivost snežne odeje
45 % gostoljubje	39 % krajina in narava
37 % dober znak/zdravo podnebje	37 % dobra izkušnja v preteklosti

Slika 8: Glavni razlogi za potovanje na izbrane destinacije v Avstriji (% vseh gostov, dovoljenih več odgovorov; Vir: Avstrijska nacionalna turistična organizacija, T-MONA, počitnikarji poletje 2011; počitnikarji zima 2011-2012)

V **Franciji** je 21 % ozemlja Alpske konvencije, vendar Alpe obsegajo samo 7 % celotnega ozemlja Francije. Alpe predstavljajo 78 % vseh nočitev v gorskem turizmu v času

zimse sezone in 48 % vseh nočitev v okviru zimskih športov. Alpske turistične lokacije zaposlujejo med 20 % in 25 % vseh zaposlitev v gorskem turizmu v Alpah. Statistika smučarjev in dni je okoli 55 milijonov, podobno kot v Avstriji. Sedem izmed 20 najbolj pogostih smučarskih lokacij na svetu se nahaja v francoskih Alpah: La Plagne, les Arcs, les Trois Vallées (največja povezana smučarska lokacija), l'Alpe d'Huez, Val Thorens, Les Menuires, Tignes. V poletni sezoni predstavlja pohodništvo 27 % celotne pohodniške dejavnosti v Franciji, še posebej na območju treh narodnih parkov (Vanoise, Ecrins, Mercantour) in v številnih močno obiskanih turističnih lokacijah v Alpah, še posebej v okolici Chamonix-ja (Mer de glace od Mont Blanc, aiguille du Midi, Brévent).

V Trentinu – Zgornjem Poadižju/Južna Tirolska so leta 2010 zabeležili najvišje število nočitev med **alpskimi regijami v Italiji**: turistične destinacije v tem predelu so gostile 44,4 % vseh gorskih počitniških bivanj v Italiji, sledila so jim Lombardija (10,5 %), Veneto (7,9 %), Piemonte (6,3 %) (ONT, 2010). Glavni kriterij za izbiro gorske destinacije v Italiji kot jo navaja "Turistično poročilo 2011" nacionalne turistične organizacije ONT so možnosti izvajanja zimskih športov (še posebej smučanje) in razmerje med ceno in kakovostjo; posledično raste pozornost turističnih destinacij in podjetnikov za trajnostne turistične ponudbe, ki so povezane s sprejetjem dolgoročnih perspektiv, ki si prizadevajo za pozitivne okoljske in socio-kulturne rezultate (CISSET, 2011). Glavni kriterij za izbiro počitniške destinacije je naravna dediščina: to je razlog, da 35,8 % Italijanov potuje na destinacije v italijanskih gorah; temu sledijo predvsem praktični razlogi kot so razpoložljivost počitniških zmogljivosti (16,5 %), gostoljubje prijateljev in sorodnikov (12,9 %), bližina stalnemu kraju bivanja (7,2 %) in zvestoba določenemu nočitvenemu obratu (7 %) (Skipass, 2011). V zadnjih nekaj letih je bilo zaznano bistveno zmanjšanje števila ljudi na smučanju, ki so jih samo deloma nadomestili novi gostje iz vzhodno-evropskih držav. Nadalje večina majhnih alpskih in predalpskih centrov samo marginalno pripomore k razvoju zimskega turizma (ONT, 2008), saj se nahajajo na nizki nadmorski višini, imajo majhna smučarska območja in stare naprave; to so večinoma destinacije, kjer so naprave na splošno sofinancirane z javnimi sredstvi, da bi tako spodbudili sezonskost turizma (Tamborini, 2006). Te destinacije so pogosto v bližini urbanih centrov, kar bi jim omogočilo razvoj nižnih proizvodov s pomočjo močne specializacije na določene segmente v ponudbi. Na ta način bi lahko te majhne destinacije ponujale usmerjene storitve in naprave za različne vrste potrošnikov (npr. družine, deskarje itd.) in tako svojo nezmožnost zadovoljitve celotnega spektra povpraševanja nadomestili s kvalifikacijo in specializacijo (Tamborini, 2006).

Gorska območja **Lichtensteina** so bila tradicionalno uporabljena za poletno pašo živine. Zato so bile edine

zgradbe v višjih legah majhni zaselki in nekaj koč za pastirje. Razvoj alpskega turizma se je začel okoli leta 1900, ko so nekatere hiše začeli oddajati v najem turistom, ki so v teh krajih poleti uživali v pohodništvu. Turizem je postal pomembnejši z izgradnjo smučarskih žičnic v Malbunu leta 1968. To je spodbudilo razvoj zimskega in poletnega turizma na današnjo raven. Alpe pokrivajo 100 % površine države. Poleti imajo turisti to območje najraje zaradi oddiha, narave in krajine. Tukaj so na voljo tako sproščujoči, lahki pohodi kot tudi zahtevni vzponi na gorske vrhove. Pozimi turisti večinoma obišejo Malbun zaradi smučanja in smučarskih tekov, sankanja in zimskih pohodov s krpljami. Druga najbolj priljubljena lokacija v Liechtensteinu se nahaja v dolini reke Ren, in sicer prestolnica Vaduz. Tukaj je večina turistov dnevnih obiskovalcev ali pa potujejo zaradi poslovnih razlogov. V Liechtensteinu ne obstajajo vrhunske destinacije z masovnim turizmom. Ključna ideja turizma je rekreativni vidik, ki ga lahko zagotovijo samo dokler se izogibajo masovnemu turizmu.

Alpski turizem je pomemben steber turizma na **Bavarskem/Nemčija**. Govorimo o območju 10 okrožij in 3 mest, ki so neodvisne kar zadeva upravo na ravni okrožja. To so predeli v okrajih Švabske in Zgornje Bavarske ob nemškem alpskem loku ter delu območja, ki ga pokriva Alpska konvencija. Bavarska je kot destinacija znana po celoletni sezoni. Okoli 60 % nočitev na Bavarskem ustvarijo v toplejši polovici leta (maj – oktober), 40 % pa v zimski polovici (november – april). Pomembni segmenti pri nočitvah, kot tudi pri enodnevni izletih na območje Alp, so povezani z naravo in aktivnim turizmom (še posebej pohodništvo, kolesarjenje, zimski športi), zdravjem in wellness turizmom kakor tudi s kulturnim turizmom. Pomembne so tudi konference in na dogodke vezan turizem.

Zaradi majhnega obsega turistične dejavnosti v nemški alpski regiji, je bil turizem sprva organiziran za vsako središče posebej. Razvoj zadnjih dveh desetletjih je šel v smeri bolj učinkovitega trženja destinacij in organizacij za upravljanje, kot na primer za predel Berchtesgadener Land, regijo okoli jezera Chiemsee in Ammergauske Alpe. V predelu Allgäu so ustanovili zelo učinkovito krovno organizacijo z imenom Allgäu Marketing.

Julijske in Kamniško-Savinjske Alpe spadajo med najlepše predele **Slovenije**. Turisti pogosto obišejo Blejsko jezero, Blejski vintgar in reko Radovno. V Julijskih Alpah se prav tako nahaja dolina reke Soče, ki je bila prva destinacija v Sloveniji, ki je prejela naziv EDEN destinacije (Evropska destinacija odličnosti, glej poglavje F.2.6.). Drugi takšen kraj je Solčavsko v Kamniško-Savinjskih Alpah. Priljubljeni turistični kraji so tudi Kranjska Gora in Bovec, ki ponujata številne aktivnosti na prostem, ter mesti Kranj in Škofja Loka. V Sloveniji je 796 ha smučišč in 226 smučarskih žičnic.

Samo 16 % smučarskih centrov ima več kot pet žičnic in več kot 5 kilometrov smučarskih prog.

V **Švici** Alpe (kot območje, ki je vključeno v Alpsko konvencijo) prekrivajo okoli 60 % celotnega ozemlja. Švicarske alpske regije so zelo pomembne za turizem v Švici: vključujejo številne znane destinacije in centre, kakor tudi infrastrukturo, ki je potrebna za razvoj turizma (kot so proge, žičnice, nastanitvene zmogljivosti, itd.). Skupno je v letu 2010 na Alpe odpadla približno polovica vseh nočitev v Švici (podatek švicarskega statističnega urada). Vrhunci sezone v švicarskih Alpah so večinoma med zimsko in poletno sezono. Glavni dve športni aktivnosti povezani s turizmom v Švici sta pohodništvo v obeh sezonah in smučanje pozimi, ki sta dve aktivnosti, za kateri so gore še posebej dobro opremljene. Podoba Švice je močno povezana z gorami in alpskim krajnami, še posebej Matterhorn/Cervino, ki je eden glavnih simbolov te dežele.

D.1.3 RAZLIKOVANJE IN VPLIV INTENZIVNEGA IN MEHKEGA TURIZMA

Trenutno ne obstaja skupna definicija intenzivnega oz. masovnega turizma. Niti Svetovna turistična organizacija (UNWTO), niti Svetovni odbor za potovanja in turizem (WTTC) ne predlagata jasne definicije.

Nekateri viri so ga poskušali opisati s tem, da so ga navezali za razcvet počitniškega turizma v 60-ih in 70-ih letih prejšnjega stoletja v Sredozemlju. Drugi ga opisujejo z miselnimi okvirji turistov, ki so pasivni, se ne pripravijo, vedno hitijo ali se ne zanimajo za lokalne običaje. Nadalje nekatere definicije navajajo simptome v krajih, ki naj bi jih to doletelo, kot so na primer veliki gradbeni objekti (zgradbe), nakupovalna središča, tuji jeziki, hrup ali smeti.

Če se lahko strinjamo z nenatančno definicijo, da je masovni turizem dejanje, kjer veliko število ljudi naenkrat obišče neko destinacijo, potem je jasno, da se je to lahko razvilo samo z izboljšavami v tehnologiji, ki so omogočile prevoz večjega števila ljudi v kratkem času v počitniške kraje in mesta, ki jih zanimajo.

V redkih delih Alp se soočamo z intenzivnim turizmom in njegovimi negativnimi vplivi: prenatrpano infrastrukturo, močnimi vrhunci sezone, pritiski na krajino in naravne vire, kakor tudi na družbeno in kulturno dediščino. Zaradi teh negativnih učinkov lokalno prebivalstvo takšne vrste turizma ne dojema kot dobre. Medtem kot obstajajo številni primeri alternativnih oblik turizma (npr. eko-turizem, odgovorni turizem) kot nasprotje masovnemu fenomenu, se zdi, da nihče ni poskušal najti jasne razlage o tem, kako naj bi se

te nove oblike razlikovale. Če pogledamo te oblike poglobljeno, postane jasno, da lahko vsaka izmed njih potencialno proizvede iste ali še hujše učinke kot pa masovni turizem – vse je odvisno od relativnega ali absolutnega števila udeležencev.

Intenzivni turizem sam po sebi ni nujno negativen. Pod pogojem, da ne pretiravamo pri postavljanju meja kapacitet – v ekološkem, družbenem in ekonomskem vidiku – in jih torej primerno obremenimo. Kljub temu je potrebno upoštevati, da ne obstajajo absolutni kazalniki za merjenje vpliva turističnih aktivnosti. V tem primeru moramo namesto, da bi se zanašali samo na konkretna kvantitativna dejstva in podatke, nujno upoštevati še določen vidik kakovosti, še posebej ko poskušamo definirati, kaj je masovni turizem.

Dejansko se mora trajnosti razvoj alpskega turizma soočiti z dvema stvarima:

- 10 % občin in njihovega ozemlja, ki so močno odvisne (večinoma) od zimskega turizma mora preprečiti, zmanjšati in/ali nadomestiti vpliv, ki ga povzroča turistična infrastruktura in svojo dejavnost zasnovati trajnostno. Preventivni ukrepi, ki jih predvidevajo Protokol "Turizem", obstoječa določila in proaktivne politike večine takšnih občin so usmerjeni k doseganju tega cilja;
- Večina alpskih območij in njihove lokalne skupnosti so že po naravi ali po politični volji osredotočena na ekstenzivni (večinoma poletni) turizem. Njihov izziv je zasnovati družbeni in gospodarski razvoj ter zaposlovanje na lokalni ravni in s previdnim načrtovanjem pri povečanju lastnih prednosti, ureditve in organizacije takšnega povečanja, inovacije, diverzifikacija, kakovost in pristnost. "Dinamične" smernice pri Protokolu "Turizem" obravnavajo te cilje.

Če povzamemo, bi moral biti cilj intenzivnega in vseh oblik turizma trajnostni razvoj, čeprav je za destinacije masovnega turizma trajnostne vidike veliko težje dosežati.

D.1.4 VELIKI DOGODKI V ALPAH

Pomemben vidik alpskega turizma so zimsko-športni dogodki. Mega dogodki so privlačni za širok krog ljudi in so mednarodno zanimivi ter vključujejo določeno število sodelujočih držav (Baum in Lockstone, 2007). Največ pozornosti pritegnejo mega športnimi dogodki v Alpah, kot so: zimske olimpijske igre in svetovno prvenstvo v smučanju. Ti dogodki lahko vplivajo na okolje, družbo in gospodarstvo, vendar bi bilo potrebno upoštevati tudi infrastrukturo, politične vidike, vidike ugleda/znamke in samega športa (Chappelet in Junod, 2006 in Cornelissen et al., 2011).

Možni vplivi in zapuščina velikih zimsko-športnih dogodkov

Vplivi športnih dogodkov so lahko pozitivni in negativni ter jih lahko razdelimo na kratkoročne in dolgoročne.



Slika 9: Značilnosti mega-dogodkov. Vir: Schmied, 2012, navezujoč se na Masterman, 2004

Vplivi na okolje gostiteljske regije

Pomembna področja okoljskih vplivov športnih dogodkov obsegajo podnebje, promet, energijo, odpadke, vodo in odpadne vode, naravo/kraje ter hrup (Cornelissen et al., 2011; Schmied et al. 2007; Wilts, 2005).

Vplivi na globalno podnebje so večinoma v obliki toplogrednih plinov, ki nastanejo zaradi prevoza do in iz kraja dogodka. Tako je na primer 134 velikih športnih dogodkov, ki so leta 2005 potekali v Nemčiji proizvedlo 300.000 ton toplogrednih plinov, kar je enako učinku, ki ga povzroči poraba električne energije v 140.000 gospodinjstvih (Schmied et al., 2007).

Odpadki so kratkoročno posledica velikih dogodkov in jih v velikem obsegu povzročajo catering. Nadalje k odlaganju odpadkov na in okoli kraja dogodka pripomorejo promocijska darila, material in letaki. Voda je pomemben vir in jo prav tako uporabljajo v velikih količinah med velikimi športnimi dogodki tako kot sanitarno vodo kot tudi za zasneževanje (Schmied et al., 2007). Mega športni dogodki zahtevajo veliko prostora, ne samo za same športne objekte ampak tudi za parkirišča, lokacije za medije, stranske dogodke in prenočevanje.

Pozitivni vpliv na prostor bi lahko bila obnovljena infrastruktura, ki brez velikih športnih dogodkov ne bi prejela sredstev za obnovo. Obnova in gradnja objektov za javni promet, športne stadione ali vodooskrbne ter kanalizacijske sisteme bi lahko gradili na okolju bolj prijazen način in to se morebiti ne bi zgodilo brez izvedbe dogodka, saj ni zadostnega financiranja (Dodouras in James, 2004; Cornelissen et al., 2011).

Vplivi na družbo in kulturo gostiteljske regije

Socialne razsežnosti je veliko težje zaznati in vplive na družbo le težko merimo. Pozitivni vplivi dogodkov na družbo in kulturo vključujejo priložnost srečevanja med lokalnim prebivalstvom in tujci, socializacijo in navezovanje novih stikov, izboljšanje vzdušja in kohezije v skupnosti, okrepitev civilnega ponosa in regionalne identitete, krepitev kulturnih tradicij, samozavesti, vrednot in odnosov; vzbujanje novih moči, razvoj spretnosti in socialne in zdravstvene ponudbe (Cornelissen et al., 2011; Schulenkorf in Edwards, 2009). Nadalje lahko med družbeni in kulturnimi vplivi velikih športnih dogodkov izpostavili še odnos do turizma in športa, priložnosti za sodelovanje javnosti, socialni status lokalnega prebivalstva, partnerstva in omrežja ter priložnosti za izvedbo aktivnosti za prihodnje generacije (Bieger et al., 2000).

Negativni vpliv na družbo je lahko povečanje kriminala (Mihalik in Simonetta, 1999), čeprav ni specifične povezave le-tega z velikimi dogodki v Alpah.

Prav tako ima lahko šport sam določen vpliv; izpostavljenost športne zvrsti med velikimi športnimi dogodki in medijska pozornost, ki jo je deležna, lahko povečata število privrženec ali ljudi, ki se s tem športom ukvarjajo. Dodatno je dediščina športa tudi v obnovljenih in na novo zgrajenih športnih objektih, ki jih lahko uporabimo še po dogodku (Chappelet in Junod, 2006; Masterman, 2004). To ne velja za vse športne objekte, saj na primer letalnic za smučarske skoke ali bob stez širša javnost skoraj ne uporablja.

Kar zadeva politični razvoj bi lahko izvedba uspešnega mega športnega dogodka delovala kot primer "dobrega upravljanja" in bi torej lahko prispevala k "izboljšani podobi vodstva" in k političnim procesom "na nacionalni in mednarodni ravni" (Mastermann, 2004).

Vplivi na gospodarstvo gostujoče regije

Gospodarski vpliv in dediščina so pogosto uporabljena argumentacija za dogodek in za naložbe vezane na dogodek, kot je na primer investicija v infrastrukturo. Oprijemljive učinke kot so kratkoročni vplivi (npr. vstopnine, potrošnja blaga in storitev s strani gostov, itd.), ki jih povzročajo vložki, lahko lažje merimo kot pa gospodarsko zapuščino. Vendar se naknadna uporaba obnovljene ali na novo zgrajene infrastrukture in objektov ter turistični tokovi, ki jih sproža ta dogodek (Beech in Chadwick, 2004; Masterman, 2004; Cornelissen et al., 2011) ter povečanje privlačnosti gostiteljske regije kot turistične destinacije, vedno znova uporabljajo kot argument; čeprav je ta učinek težko oceniti in so torej takšne izjave pogosto kontroverzne in jim manjka bistvenih dokazov iz analiz (Chappelet in Junod, 2006). Potencialno povečanje povpraševanja turistov po destinaciji lahko v večji meri povežemo z izboljšano infrastrukturo kot pa z izboljšanjem ugleda destinacije (Teigland, 1999).

Zaradi vsega navedenega je edini trdni dokaz, da je težko določiti dolgoročni vpliv mednarodnega športnega

dogodka na turizem. Turistični prihodi pred dogodkom so pogosto višji kot napovedano (Fourie in Santana-Gallego, 2011). Turizem iz sodelujočih držav se poviša bolj kot pa iz držav, ki ne sodelujejo. Nadaljnje je pomemben faktor sezonskost: velik športni dogodek, ki ga organiziramo v času vrhunca sezone lahko povežemo z upadom v napovedanih turističnih prihodih (učinek odmika od množice), medtem ko organizacija velikega športnega dogodka v času izven sezone privede do povečanega števila prihodov turistov. V nasprotju s tem se nekateri turisti v skladu z učinkom odmika od množice izogibajo prihodu v regijo, ki gosti dogodek, saj se bojijo, da bo kraj prenatrpan (Chappelet in Junod, 2006). Če želimo resnično oceniti ta vpliv, moramo meriti turistične tokove in oceniti razloge turistov za obisk regije preko daljšega obdobja – kar pa do sedaj ni bilo narejeno še za noben mega športni dogodek v Alpah.

Primer iz območja izven Alp je bil preučen bolj podrobno: ekonomske vplive Zimskih Olimpijskih iger 1994 v Lillehammerju so opredelili kot "intermezzo", kar pomeni, da je do povišanja ekonomske aktivnosti prišlo samo v kratkem času pred, med in po igrah (Spilling, 1998). Dolgoročni gospodarski vplivi obsegajo izboljšano infrastrukturo kot so športni objekti, turistične znamenitosti in izboljšave v gostinskem in hotelirskem sektorju (Spilling, 1998 in Teiglan, 1999). V regiji Lillehammerja ni bilo moč zaznati večje dinamike, vendar so rast dosegli zaradi prerazporejenih sredstev. Zato bistveni stroškovni faktor Olimpijskih iger ni v sorazmerju z mejnimi dolgoročnimi vplivi (Spilling, 1998). Drži tudi, da v literaturi najdemo manj razprav o negativnih vplivih mega dogodkov, kot je pomanjkanje ponovne uporabe objektov, ki so bili namensko zgrajeni za ta dogodek ali omejitve pri virih, kot o pozitivnih vplivih le-teh. Takšen primer je prenočevanje. Zaradi višjega povpraševanja pride do višanja cen za prenočevanje v gostiteljski regiji, kar npr. povzroča odhod rednih turistov; ta učinek je kratkotrajen. Vendar pa lahko povišanje cen kljub temu vpliva na podobo gostiteljske regije kot relativno dragega kraja in kar lahko določeni skupini turistov onemogoči upoštevanje regije kot počitniške destinacije.

D.2. POLOŽAJ IN VPLIV TURIZMA V ALPAH

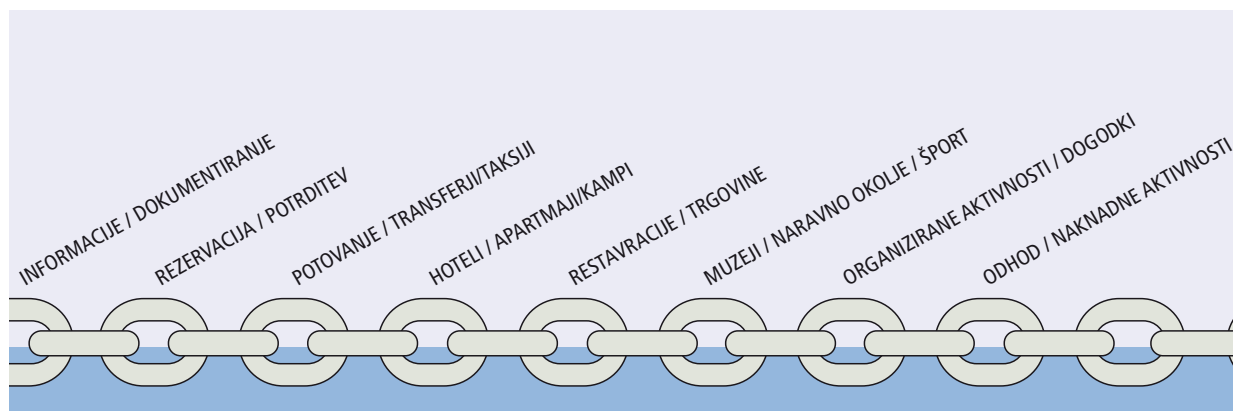
D.2.1 PRISTOP Z VERIGO STORITEV

Z namenom opisati položaj turizma v Alpah in boljše razumeti njegov družbeni, gospodarski in okoljski vpliv je to poglavje razdeljeno glede na verigo storitev v turizmu. Če obravnavamo stopnje, ki jim običajno sledi počitniški gost, na ta način prikažemo raznolikost in kompleksnost tem, povezanih s turističnimi aktivnostmi v alpskih državah. Od začetnega vzgiba za obisk določene destinacije pa do končne sledi, ki jo turist morebiti pusti za sabo, sledi pristop z verigo storitev cilju, da poudari večino notranjih in zunanjih faktorjev, ki vplivajo na dejavnosti povezane s turizmom. Vidiki kot so npr. izobrazba, delovni pogoji (npr. sezonskosti trga dela), razvoj novih proizvodov, inovacije in izboljšave so obravnavani kasneje v tem poglavju.

Celovit pregled alpskega turizma kaže zanimive elemente in primerjava med alpskimi državami lahko pomaga pri njihovi umestitvi in možnosti medsebojnega učenja. Vendar podrobnejši pogled kaže pomembne geografske razlike in analiza na občinski ravni poda popolnoma drugačno podobo turizma v Alpah. Zaradi tega so v okviru tega poročila nekateri zemljevidi zasnovani na podatkih iz občinskih ravni. Te zemljevidi so vstavljeni in obravnavani v poglavju o položaju in vplivih turizma v Alpah.

Če želimo obravnavati različne gospodarske, družbene in okoljske faktorje, ki lahko oblikujejo in vplivajo na alpski turizem, potem obravnavamo sledeče elemente znotraj verige turističnih storitev, ki so sestavljeni iz pod-verig:

- Predhodne informacije in rezervacija;
- Prevoz na in z destinacije;
- Prevoz znotraj in okoli destinacije;
- Prenočitevna in gostinska struktura;
- Prostočasne in raziskovalne aktivnosti;
- Priporočila po obisku/počitnicah.



Slika 10: Bistveni elementi verige turističnih storitev (Nyon Region Tourisme)

Z upoštevanjem primerov različnih alpskih regij lahko prikažemo tako stalne faktorje, ki so prisotni na celotnem območju Alp kot nacionalne in regionalne posebnosti. Ti primeri nam bodo prav tako omogočili, da upoštevamo povezave s prostorom in upravljanjem, ki so podpora turizmu.

Alpski turizem se stalno sooča z globalnimi vplivi, ki vplivajo tako pozitivno kot negativno na lokalni trajnostni razvoj.

D.2.1.1 INFORMACIJE O POTOVANJU, REZERVACIJA

Z razširitvijo novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij (IKT) v zadnjem desetletju 20. stoletja je turistična dejavnost doživela pravo revolucijo kar zadeva zagotavljanje informacij in rezervacijo blaga in storitev. Brez bistvene spremembe samega "proizvoda" je bil narejen velik korak naprej in to predvsem zaradi hitrega razvoja tehnologij in orodij, ki so na voljo preko svetovnega spleta in tako se je močno diverzificiral način promocije in "prodaje" nekega ozemlja. Gostje sedaj lahko na lahek način primerjajo cene, storitve in destinacije ter tako pridobijo na račun povečane konkurence in transparentnosti. Zaradi močnega pritiska konkurence in inovacij se turistična podjetja pogosto soočajo z izzivi, kako ostati dobičkonosen (npr. nižanje cen – dumping). IKT ponuja več informacij, hitre in lahko dostopne platforme za rezervacijo ter vedno več uporabnikov, ki na ta način rezervirajo svoje potovanje.

V tej zvezi se Alpe bistveno ne razlikujejo od obmorskih počitniških krajev ali velikih mest. Kot poudarja povzetek poročila francosko-švicarskega projekta znotraj Interreg IVA o inovacijah v turizmu (Rouard et al., 2011), je vedno večji vpliv strank na nakupovalni cikel v turizmu privedel do stalno spreminjajočega se trga, kjer postaja stranka vedno bolj pomemben igralec.

Iz vidika ponudnikov storitev je dodana vrednost IKT najbolj očitna v prodajnih in marketinških dejavnostih, ki omogočajo ponudnikom, da pridobijo vedno večji tržni delež. V tej povezavi IKT prispeva k inovacijam v turizmu, saj na eni strani omogoča ponudbo fleksibilnih, prikrojenih proizvodov glede na želje strank (npr. "dinamično snovanje počitniških paketov", mobilne storitve) in na drugi strani pa vzpostavlja neke vrste novi tip odnosa s strankami preko spleta 3.0 interaktivnih in participativnih omrežij (Twitter, Facebook, itd.), saj se tako povečuje njihovo vedenje o trgu (mnenja gostov, ankete po bivanju itd.) Še ena prednost IKT je priložnost za boljšo promocijo ponudb trajnostnega in visoko-kakovostnega turizma na območju Alp na način, kjer se poudarja konkurenčne prednosti, raznolikost podeželja in izredno kulturno bogastvo.

Kar je poznano pod izrazom "turistična infrastruktura" predstavlja osnove neke lokacije ali dejavnosti neke regije kot destinacije in vključuje več ravni:

- Dostop do turističnih območij, tj. letališč, cest, železnice, plovniških rek in njihovih terminalov kot so postaje in postajališča ter potrebna vozila vključno z avtobusi, ki vozijo do končne lokacije.
- Vse podporne storitve: vpis, sprejemna pisarna, upravljanje odpadki, stranišča in javne storitve.

Ta celotna infrastruktura bi lahko obstajala že preden se območje okrepi iz vidika turizma. To še posebej velja za doline, preden ena izmed njih postane poletno ali zimsko središče.

- Izključno turistična infrastruktura, ki jo uporabljajo turisti med svojim bivanjem: oprema, smučarske proge, pohodniške poti, hoteli in restavracije, prenočišča, gorske kočice, zdraviliški in zabavišni centri, bazeni, drsališča, muzeji, itd.

Obsežne in celovite informacije o vseh vidikih potovanja pred prihodom in na kraju samem bistveno vplivajo na proces odločanja pri gostih. Informacije, ki jih dandanes ponujajo informacijski sistemi o destinacijah nudijo informacije za vse elemente storitvene verige pred začetkom potovanja. Kljub temu so informacije za turiste na destinaciji z vsemi pripadajočimi funkcionalnostmi še vedno nujne. Nahajati bi se morale na križiščih pomembnejših cest ali železniških postajah ter blizu centra kraja na destinaciji, ki jo lahko obiščejo peš. Sveženj infrastrukturnih elementov informacij za turiste je: prijava za turistične informacije, parkiranje, 24 ur odprto informacijsko območje s spletnim terminalom in tiskanimi informacijami, turistični urad s sprejemno pisarno za turiste in podpornimi storitvami, stranišče, zemljevidi okolice, pogosto kombinirano s trgovinami z regionalno ali lokalno proizvedenim blagom.

Kot posledica novih informacijskih in komunikacijskih tehnologij (vedno večji pomen/ uporaba IKT) se spreminjajo tudi komunikacijske strategije in prav tako pričakovanja ter vedenje potrošnikov v turizmu, kar zadeva blago, storitve in dostop do informacij. Vidnost turističnih proizvodov in lahkota primerjave med njimi preko interneta spodbuja konkurenco med alpskim in ne-alpskimi destinacijami, kakor tudi med samimi podjetji v turizmu ter hkrati diverzifikacijo in inovacije v promociji in trženju določenega ozemlja.

Primer dobre prakse

Počasni turizem na Mont Blanc



Slika 11: Autour du Mont Blanc



Slika 12: Logotip Autour du Mont Blanc

Ta projekt je razvilo združenje Mountain Wilderness Suisse kot pilotni projekt v POČASNEM TURIZMU na švicarski strani regije okoli Mont Blanc-a. Od začetka je bil njegov cilj vzpostaviti OMREŽJE proizvajalcev in ponudnikov storitev na francoski, italijanski in švicarski strani, da bi tako omogočili pristno doživetje naravnega, kulturnega in družbenega bogastva regije z zmerno hitrostjo. Zemljevidi z dvojezičnimi opombami in pohodniškimi potmi na eni strani prikazujejo mrežo članov in na drugi strani njihovo dostopnost le teh z javnimi prevoznimi sredstvi.

Poleg tristranskega omrežja je novost tega projekta v povezavi majhnih lokalnih deležnikov iz različnih regij in panog, s čemer so povezali kmetijstvo (živinorejci, planšarji in proizvajalci lokalnih proizvodov – večinoma sirov, jogurta, medu, marmelade in vina), umetnostne obrtnike (izdelovanje zvoncev, rezbarstvo), neodvisne certificirane vodnike po naravi* in majhne nočitvene objekte (gorske kočice in prenočišča z zajtrkom) z lokalno kulturno dediščino (majhni muzeji, vključno z zvonikom in mlinom, kakor tudi umetniško galerijo), da bi tako sami ustvarili trajnostno turistično ponudbo, ki bo služila kot dopolnilo glavnim turističnim katalogom in mednarodnemu masovnemu turizmu poznane Tour du Mont Blanc.

Takšen poglobljen fokus na LOKALNEM kapitalu in ljudeh ter na INDIVIDUALNI hitrosti pri odkrivanju nekega predela je načelo, ki ga je moč na lahek način prenesti in uporabiti v katerikoli alpski regiji. Projekt je možno skozi obdobje tudi spremeniti glede na socio-ekonomske spremembe. Izziv ostaja samoupravljanje in (profesionalni) marketing v in izven regije; uspeh je odvisen od prizadevnosti, dostopnosti in kapacitet udeležencev mreže pri njenem upravljanju.

www.autourdu montblanc.com

**accompagnateurs/trices de moyenne montagne – nov poklic v Švici.*



Slika 13: Butiner 2004



Slika 14: Butiner 2005

Bergsteigerdörfer – Gorniške vasi (A)

Pobuda "gorniških vasi" (Bergsteigerdörfer) izhaja iz ideje Avstrijske planinske zveze (OeAV). Izbrane gorniške vasi sta pri razvoju znotraj omrežja Alpske konvencije podprla tako avstrijsko ministrstvo (Lebensministerium) kot Evropski sklad za razvoj podeželja.

Vasem, združenim v tej pobudi, je skupna pogosto izredna zgodovina alpinizma, ki se je razvil kot del kulturne samopodobe njihovih prebivalcev in gostov. To samopodobo je bilo skozi generacijah možno ohraniti in nadalje razviti. Gorniške vasi si prizadevajo za visoko kakovost turistične ponudbe, ki vključuje lokalno prebivalstvo in ekonomske aktivnosti ter tako postajajo primeri regionalnih centrov razvoja. Vasi, ki zagotavljajo profesionalni obseg turističnih aktivnosti za gornike, se lahko pohvalijo z izredno kakovostjo krajine in okolja, ter so predane ohranjanju lokalnih kulturnih in naravnih vrednot.

Omrežje trenutno združuje 17 avstrijskih občin, ki zagotavljajo spoštovanje skupnih kriterijev (izločevalni, obvezni in ciljni kriteriji). Medtem ko izločevalni kriteriji zagotavljajo, da ima vas primeren profil (tj. nočitvene zmogljivosti brez masovnega turizma in prevelikega števila prebivalcev), obvezni kriteriji zagotavljajo kakovost celotne ponudbe (turizem, krajina, mobilnost in kakovost sodelovanja). Na koncu ciljni kriteriji obravnavajo zeleni razvoj v prihodnosti. Razvoj se je zgodil znotraj okvirja Alpske konvencije in tako je eden izmed naslednjih ciljev pobude, da razširijo svoje izkušnje preko avstrijskih meja. Pilotni projekt, ki ga sofinancira Evropska unija (Interreg IVA Italija-Avstrija) trenutno spodbuja sodelovanje med tremi vasi v provinci Belluno (I).

www.mountainvillages.at

D.2.1.2 DOSTOP DO DESTINACIJE

Iskanju informacij in rezervaciji počitnic ali obiska običajno sledi korak organizacije potovanja do izbrane destinacije.

V skladu z načeli Protokola "Promet" Alpske konvencije, ki si prizadeva za promoviranje trajnostne mobilnosti in dostopnosti do gorskih turističnih destinacij, bi morali turistom omogočiti potovanje na enostaven način in z uporabo trajnostnega prevoza, da bi tako lahko bolje uživali v naravnem okolju in zmanjšali negativne vplive in tveganja, ki jih s sabo prinaša znotraj-alpski in čezalpski promet na raven, ki ne bo škodljiva za ljudi, rastline in živalstvo ter za njihova okolja in habitate.

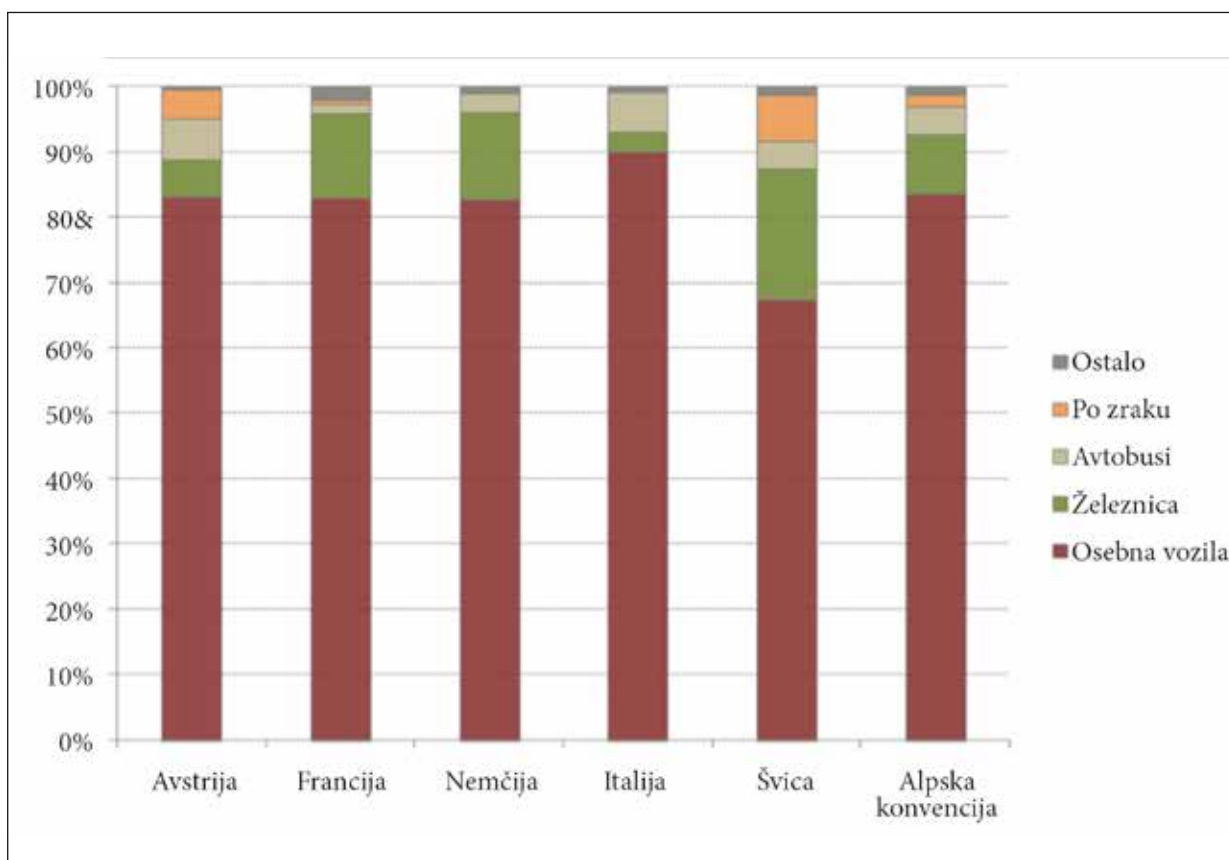
Vendar je v resničnosti danes dostop do alpskih destinacij predvsem odvisen od cestnega omrežja, kjer osebna vozila predstavljajo prevladujočo vrsto prevoza. Elementi predstavljeni v tem poglavju seveda veljajo tudi za povratno potovanje.

V skladu s Prvim poročilo o stanju Alp o prometu (Stalni sekretariat Alpske konvencije, 2007) je značilnost prometnega sistema v Alpah v omejenem številu koridorjev za dostop

do alpskih regij oz. za prečkanje alpskega loka. Glavne železniške proge in ceste povezujejo Alpe. Za dostopnost turistov, predvsem tistih, ki prihajajo iz krajev oddaljenih več kot 1.500 kilometrov, pomembno vlogo igrajo letališča. Poleg nekaj pomembnih letališč znotraj območja Alpske konvencije, se glavna letališča večinoma nahajajo izven območja Alpske konvencije (npr. Zürich, Ženeva, Milano Malpensa, Nica, Dunaj, Linz, München ali Ljubljana). Dandanes je možno, da imajo urbani centri izven območja Alp (npr. München ali Milano) celo boljšo dostopnost, kar zadeva čas potovanja ali udobje, kot pa nekatere aglomeracije v Alpah, ki se nahajajo v odročnih dolinah.

Ključni podatki

V Srednji Evropi, v alpskih državah kot so Avstrija, Francija, Italija, Nemčija in Švica danes predstavljajo potovanja v turistične in prostočasne namene 40 % vseh potovanj in 60 % kilometrov na potnika; v primerjavi s tem je v 60-ih letih ta delež znašal samo 30 % kilometrov na potnika. Promet za prostočasne namene se je bistveno povečal v zadnjih petdesetih letih (ARE, 2006). Podobno kaže Poročilo o stanju Alp o prometu (Stalni sekretariat Alpske konvencije, 2007),



Slika 15: Izbira načina prevoza v turizmu (potovanje od izvora do cilja) na območju Alp; Vir: Nacionalne študije, MEIER R. (2000), Eurostat (2008), ÖW (2008) T-Mona, DUPREZ F. (2008), SEYBERT H. (2008), Statistik Austria (2008), BFS (2008) in lastni izračuni

ki pravi, da v vseh alpskih državah v povprečju 84 % turistov uporablja za pot do destinacije osebno vozilo: 90 % v Italiji, okoli 83 % v Avstriji, Franciji in Nemčiji in 67 % v Švici. Odstotek potovanja na destinacijo z vlakom znaša okoli 9 % (v povprečju za vse države). Delež turistov, ki bi uporabljali letalo, je še vedno nizek, kar je pogojeno z dejstvom, da ima alpska regija relativno majhno vplivno območje. Izvorno območje alpskih turistov je običajno razdalja do 1.000 kilometrov s tem, da je bistveni delež turistov oddaljen manj kot 500 kilometrov – kar je razdalja, kjer letala ne morejo učinkovito konkurirati na področju potovalnega časa s kopenskimi načini prevoza. Švico lahko tukaj obravnavamo kot primer dobre prakse, saj 25 % obiskovalcev prispe na destinacijo z vlakom ali avtobusom.

Osebni promet

Povišanje deleža potovanj v prostem času in upoštevanje dejstva, da so ta potovanja večinoma opravljena z avtomobilom (osebni motorni promet), povzroča večji pritisk na alpsko okolje ter tudi na zdravje in kakovost življenja lokalnih ljudi in obiskovalcev. Na splošno imajo potovanja številne posledice v okolju: nakup in pozidava tal z infrastrukturo, poraba fosilnih

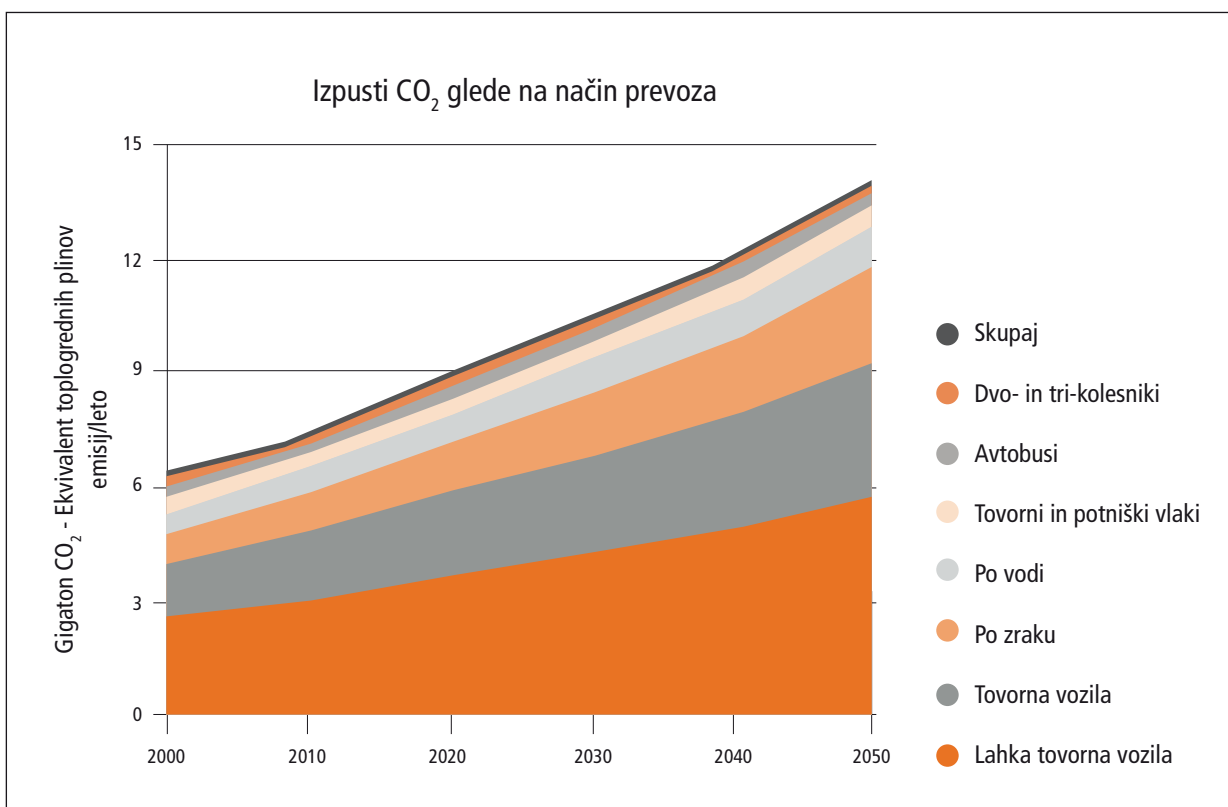
goriv, povišan hrup ter tudi onesnaženje zraka. Povišanje cestnega prometa v Alpah (kakor tudi povišanje drugih gospodarskih dejavnosti in človeške aktivnosti) prispeva k izpustom toplogrednih plinov in k podnebnim spremembam ter njenim posledicam (EEA, 2008).

Dolgoročno lahko izpusti iz prometa predstavljajo bistveni vir globalnih podnebnih sprememb in kot posledica jih lahko obravnavamo kot enega izmed največjih posamičnih vzrokov za izredne vremenske pojave, ki jih vedno bolj pogosto doživljamo v alpskih regijah (izredna sneženja, močno deževje, neurja).

Ko govorimo o potovanju za namen preživljanja prostega časa, obstaja velik potencial za zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov na kilometer.

Predvidimo lahko različne vrste spremljajočih ukrepov, da bi tako poskušali rešiti izračune za potovanja v prostem času ter jih tako naredili bolj trajnostne. Na primer:

- Definiranje novih in bolj učinkovitih tehničnih standardov za uporabo pri različnih vrstah prometa v sodelovanju z gospodarstvom in znanstveno skupnostjo.



Slika 16: Izpusti CO₂ glede na vrsto prometa

- Preusmeritev izbire potovanja tako, da zmanjšamo odvisnost od osebnega motornega prometa in razvoj bolj trajnostnih oblik prometa (npr. povišanje dostopnosti stroškovno učinkovitih javnih prevoznih sredstev za potovanje na in z destinacije).
- Razvoj zagotavljanja informacij in storitev javnega prometa za potovanje na in z destinacije.

V prvem primeru so tehnične izboljšave pri različnih vrstah prometa (npr. filtri za mikro-delce, hibridna vozila, motorji z nizko porabo) vodile do postopnega zmanjšanja stroškov za energijo in izpusta toplogrednih plinov na kilometer. Če upoštevamo splošno rast prometa, ni bilo možno zmanjšati skupne količine porabljenega goriva, niti skupne količine ustvarjenih izpustov.

Kar zadeva drugi ukrep, preusmeritev prometa za potovanje na destinacijo, ga lahko razdelimo na tri aktivnosti: uvedba in/ali razvoj prometnih storitev iz glavnih območij, kamor potujejo turisti, izboljšanje potovanja pri zadnjem kilometru do destinacije, s tem da zahtevamo od turistov, da se preusmerijo iz osebnih avtomobilov na javni prevoz; in ponudba kombiniranih "vlak/avtobus/smučarska vozovnica" paketov po znižanih cenah.

Povezava med obema in tretjim predlaganim ukrepom je nato samoumevna, saj moramo ozavestiti turiste o javnem

prevozu in možnostih mehke mobilnosti, ko načrtujejo ali rezervirajo počitnice ali obisk (glej projekt "Alpinfonet"). Nove informacijske in komunikacijske tehnologije, ki so omenjene v prejšnjem poglavju, so zagotovo dragocene in predstavljajo prednost na tej ravni (npr. primerne in natančne informacije za stranke, rezervacije po spletu v realnem času, virtualne vozovnice preko lastnega mobilnega telefona).

Javni promet

Dodatno so bila k okoljskemu vplivu potovanj v prostem času izpostavljena problematična področja povezana z javnim prometom (Stalni sekretariat Alpske konvencije, 2007).

Splošno je dostopnost Alp z javnimi prevoznimi sredstvi na sprejemljivi ravni. Večina destinacij znotraj Alp kaže kazalnike dostopnosti, ki so nad evropskim povprečjem. Kljub temu ponudba prometa, s tem mislimo kakovost in pogostost storitev, kaže velike pomanjkljivosti. Identificiran ključni faktor je bilo pomanjkanje neposrednih povezav in manjkajoči člen med povezavami na dolge razdalje, še posebej čezmejni javni promet ter prevoz na kratke razdalje, npr. "zadnji kilometer" med postajo in počitniško lokacijo.

Stroški so eden glavnih faktorjev, ki vplivajo na izbiro vrste prometa pri potovanju od izvora do cilja. Pogosto potniki enostavno primerjajo marginalne stroške uporabe avtomobila

(gorivo, stroške parkiranja in cestnine) s stroški železniške, avtobusne ali letalske vozovnice. Cene železniških vozovnic se lahko razlikujejo po višini celo za petkratni faktor, odvisno od razpoložljivosti vozovnic in časa rezervacije. Ker se železniški trg stalno sooča s fragmentacijo, obsežna primerjava cen na splošno ni možna, še celo za zaposlene pri železnicah, ki prodajajo vozovnice, ne. Medtem ko so privlačne ponudbe pogosto omejene na nacionalno tržišče, so nepriljubljene cene pravilo za mednarodne vozovnice. Za nekatere mednarodne poti ali relacije med izvorom in ciljem niti ni možno kupiti enotne vozovnice.

Zaradi rasti števila prebivalcev in globalnih trendov

rasti v turizmu, se zdi, da se bodo potovanja v prostem času v Alpah še povečala. Do leta 2030, napovedujejo nadaljnje splošno povečanje prometa v prostem času za 30 % (ARE, 2006). Da bi sledili povpraševanju in hkrati omejili negativne vplive podnebnih sprememb, je najprej potrebno, da vse vrste prometa zadostijo najbolj učinkovitim okoljskim standardom. Drugič, morajo destinacije v Alpah ponuditi učinkovit, cenovno sprejemljiv in celosten javni prevoz iz krajev, kjer živijo glavne skupine njihovih strank, do destinacij obiska. V prihodnosti naj bi takšen sistem predstavljal bistveno konkurenčno prednost, še posebej zaradi konkurence z drugimi destinacijami.

Primeri dobre prakse

Kar zadeva primer dobre prakse so iz različnih vidikov zanimive turistične storitve, ki jih ponuja Alpmobil (www.alpmobil.ch). Alpmobil zagotavlja omrežje terminalov z električnimi vozili – povezanimi z linijami javnega prometa – odkoder lahko turisti začnejo svoje izlete ali počitnice ter raziščejo glavne alpske kantone v Švici. Ta storitev je še toliko bolj trajnostna, saj vozila poganja lokalno proizvedena električna energija iz hidroelektrarn. "Električne avte" je možno rezervirati preko interneta in prav tako je možno rezervirati prenočevanje na izbrani poti.

Klima:aktiv, mobilnost za turizem, prosti čas in mlade je še en primer svetovalnega in promocijskega programa, ki ga vodi Avstrijsko ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo, okolje in upravljanje z vodami (www.klimaaktivmobil.at), ki si prizadeva zmanjšati izpuste toplogrednih plinov v prometu. Ta program podpira ukrepe za spodbujanje "dostopa brez avtomobila" do destinacij, mehko mobilnost na in okoli izbrane destinacije in za potovanja, namenjena preživljanju prostega časa (Allemand, 2006).

Switzerland Mobility omrežje pomaga turistom pri odkrivanju švicarskih Alp s kolesom, gorskim kolesom in peš tako, da sledijo označenim potem, ki obsegajo več kot 3.300 kilometrov. (www.Switzerlandmobility.ch). Dejansko je zahvaljujoč razvoju mehke mobilnosti v povezavi s turizmom, kar zadeva promet, možno uživati v trajnostnih počitnicah.

Bayern-Ticket je enodnevna železniška vozovnica, ki velja po celotni Bavarski in na vseh regionalnih vlakih, regionalnih avtobusih in številnih lokalnih prevoznih sistemih. Cena je 22 € za eno osebo in dodatne 4 € za vsako nadaljnjo osebo, ki potuje z isto skupino (največ 5 oseb, ne glede na razdaljo do končnega cilja na Bavarskem). Ker vsi otroci v starosti do 15 let potujejo brezplačno s starši, je to zelo poceni in privlačna ponudba, še posebej za enodnevne izlete v alpske destinacije na Bavarskem. Vozovnica je zelo priljubljena. Ob nekaterih koncih tedna povpraševanje celo presega zmogljivosti vlakov in vozovnica tudi prispeva k okolju prijazni mobilnosti v Alpah. Pohodniški vodnik, kjer so navedene "najlepše pohodniške poti z Bayern-Ticket na Zgornjem Bavarskem", ponuja dodatne informacije za obiskovalce o izletih z vlakom.



Slika 17: Spletna stran "Hoja med oblaki", Narodni park Gran Paradiso©

Projekt "Hoja med oblaki" – Colle del Nivolet (I)

Projekt "Hoja med oblaki" je projekt, ki ga promovira Narodni park Gran Paradiso v partnerstvu z lokalnimi organi. Nivolet je planota, znana po šotovini in mokriščih na višini 2.500 m. V zadnjih letih – še posebej ob poletnih nedeljah – je Nivolet vedno bolj postajal veliko parkirišče. Cilj projekta je – poleg urejanja prometa in parkiranja – prikazati izboljšave celotnega območja s pomočjo kakovostnih turističnih projektov. Vse sobote v juliju in avgustu zadnjih šest kilometrov ni dostopnih z zasebnimi vozili. Možno je iti peš, s kolesom ali s shuttle-busom.

D.2.1.3 PROMET ZNOTRAJ IN OKOLI DESTINACIJE

Kot že omenjeno v poglavju D.2.1.2 "Dostop do destinacije" so potovanja v prostem času v zadnjih petdesetih letih stalno rastle in zelo verjetno je, da se bo ta trend nadaljeval tudi v naslednjih desetletjih. Z redkimi izjemami pomeni globalna rast prometnih tokov na turistične destinacije.

Trenutni položaj

Obstajajo redke statistike, ki bi nam omogočile količinsko določiti promet znotraj in okoli destinacij na osnovi posameznih primerov. Poudariti velja, da povečana mobilnost znotraj destinacij vodi do razvoja istih tipov infrastrukture (npr. parkirišča v centru ali na obrobju, *shuttle*-avtobusi, prevoz z žičnicami) in težav (npr. pozidava tal, prometni zastoji, onesnaževanje zraka), ki nastopijo zaradi končnega dostopa do destinacije. Ta položaj zahteva, da poiščemo specifične rešitve za vsako destinacijo in upoštevamo njeno topografijo in izgled ter delovanje znotraj celotne mobilnostne verige, ki jo zagotavljamo za turiste/stranke.

Delovna skupina za promet Alpske konvencije (Alpine Convention, 2008) izpostavlja zanimive zadeve. Ena od njih je potreba po izboljšanju neustreznega zagotavljanja informacij in splošno slaba ponudba lokalnega in regionalnega javnega prevoza kot oblike neprekinjene povezave za celotno potovanje. "Mobilnostno zagotovilo" javnega prometa na končni destinaciji je bilo identificirano kot ključni element, ki privlači potencialne uporabnike javnega prevoza v prihodnosti.

Kakovost storitev in zagotavljanje informacij na lokalnih postajah (prijazno uporabniku, dostopnost itd.) vlakov so pogosto slabe, še posebej če jih primerjamo s potovanjem

z osebnim vozilom. Ponudba in kakovost storitev, ki so pomembne za turiste, ki uporabljajo javna prevozna sredstva (kot na primer storitve za prevoz prtljage ali obseg ponudbe na postajah) se močno razlikujejo med posameznimi alpskimi državami in pogosto kažejo velike pomanjkljivosti.

Ko stranke prispejo z železnico, avtobusom ali letalom, sta ključna faktorja število in kakovost intermodalnih povezav med končno destinacijo in najbližjo železniško postajo ali letališčem, saj bosta vplivala na izbiro načina prevoza od izvora do cilja oz. destinacije.

Zagotavljanje informacij je pogoj za učinkovito uporabo javnega prevoza. Še posebej pomembno je zagotavljanje informacij na internetu, saj lahko turisti na ta način hitro in preprosto načrtujejo svoja potovanja. Vendar bi morali osnovno zagotavljanje vozniških redov nadgraditi z dodatnimi informacijami, ki so še posebej koristne za turiste, ki uporabljajo vlak ali letalo (informacije o tem, kako doseči končni cilj, informacije o storitvah med samim bivanjem, informacije o storitvah na intermodalnih vozliščih).

Vedno višji stroški fosilnih goriv lahko pomagajo pri preučitvi načinov, kako turisti potujejo. Iz vidika marketinga postaja za turistične centre zaželeno, da uvedejo ukrepe, kjer kombinirajo mehko mobilnost, izboljšani javni prevoz in zmanjšan obseg prometa, kar lahko zmanjša škodljive vplive in izboljša kakovost bivanja. Uvedba mehke mobilnosti znotraj alpskih turističnih centrov ni pogojena samo z okoljskimi pomisleki, ampak tudi z ekonomskimi. Prav tako je pomembno razvijati in podpirati lokalni in regionalni javni prevoz tako, da izboljšamo kakovost vozil/voznega parka, povečamo število območij obratovanja s pogostejšimi storitvami.

Primeri dobre prakse

Les Gets (F) je dober primer ukrepov, ki jih lahko uporabimo za omejevanje dostopa osebnih vozil do turističnega centra in tako zagotovimo, da prispeli turisti svoje avtomobile uporabljajo karseda malo (Allemand, 2006). Z upoštevanjem tega so čez nekaj let uvedli sledeče ukrepe: gradnja dveh podzemnih garaž (ena ob vstopu v naselje); ožjenje cest, brez možnosti za parkiranje (razen mest za natovarjanje in raztovarjanje ter mest za invalide); zasnova 1500 metrov pločnikov, da bi spodbudili ljudi k hoji; podvojitve omrežja brezplačnega *shuttle*-avtobusa z rednimi intervali voženj; plačilo sezonskim delavcem za potovanje z vlakom, tako da ni nujno, da pridejo v center turističnega naselja z avtom in uvedba razširjenega urnika *shuttle*.

Brezplačna uporaba javnih prevoznih sredstev v dolini Tegernsee (D)

Številne destinacije v Alpah imajo zelo dobre sisteme javnega prevoza, ki povezujejo vasi z znamenitostmi in tudi z omrežjem pohodniških poti. V dolini Tegernsee prejmejo vsi hotelski gostje posebno kartico, *Tegernseecard*, ki

vključuje brezplačno uporabo vseh avtobusov v dolini in okoli jezera. Ta ponudba vodi do bistvenega zmanjšanja uporabe osebnih prevoznih sredstev za turiste.

Nadzorovanje tokov obiskovalcev v naravnem parku Nagelfluhkette (D)

Naravni park se je odzval tako, da je uvedel projekt Besucherlenkung (nadzorovanje in usmerjanje tokov obiskovalcev). Zbirali so informacije o občutljivih živalskih vrstah in njihovih habitatih ter potrebah v primerjavi s prostočasnimi aktivnostmi obiskovalcev v naravnem parku. Na tej osnovi so oblikovali konkretne predloge za aktivnosti usmerjanja tokov obiskovalcev.

Pot treh dežel (SI)

“Kolesarske poti treh dežel” je pilotni projekt pri izgradnji kolesarskih poti na dolge proge in je nadaljevanje projekta kolesarskih poti med Italijo in Avstrijo. V Sloveniji se je projekt začel leta 2001, ko so označili prvi del kolesarske poti od mejnega prehoda v Ratečah do Kranjske Gore in Gozd Martuljka. Leta 2012 so končali zadnji del poti z mostom do Gozd Martuljka. Kolesarska pot je samostojna pot na opuščeni železniški progi v naravnem okolju in odmaknjena od glavne ceste. Pot je asfaltirana, široka 2,5 metra in se pridruži lokalni cesti na mestih, da bi omogoča ogled turističnih znamenitosti. V mestih je ob kolesarski poti vsa potrebna infrastruktura: najem koles in povezane storitve, restavracije in avtobusne povezave. Ta kolesarska pot je primer dobre prakse, saj omogoča počasni turizem in si prizadeva spodbujati lokalne turistične znamenitosti z razširitvijo njihove prepoznavnosti. Nadalje je to najbolj okolju prijazen način obravnave turizma.



Slika 18: Shuttle avtobusni prevozi v Naravnem parku Paneveggio-Pale di San Martino © Paneveggio-Pale di San Martino Natural Park

Parkirna mesta in shuttle-avtobus v naravnem parku Paneveggio-Pale di San Martino, Val Genova in Alpe di Siusi (I)

Val Genova in naravni park Paneveggio-Pale di San Martino Natural Park v Trentinu ter Siusi Alpe na Južnem Tirolskem so pod velikim pritiskom, kar zadeva dnevno obremenitev z avti. Zato so lokalne oblasti organizirale zadostno število parkirnih mest s poštenimi parkirninami in avtobusnim shuttle prevozom, ki povezuje okoliške vasi in naravne lepote. Od poletja 2003 je na območju Siusi Alp cesta do planine zaprta med 09.00 in 17.00. Turisti morajo potovati z gondolsko žičnico.



Slika 19: Poštene parkirnine EMS, © Peer, www.seiser-alm.it/de/karte/seiser-alm-umlaufbahn.html



Slika 20: Informacije za obiskovalce © Paneveggio-Pale di San Martino Natural Park

D.2.1.4 NASTANITEV NA DESTINACIJI

Kar zadeva gostinsko-hotelsko ponudbo, imajo gostje na alpskih destinacijah širok nabor izbire:

- hoteli,
- para-hotelske strukture (npr. počitniški apartmaji, zasebne nočitve z zajtrkom, kampi),
- lastniške počitniške hiše.

Do 50-ih let prejšnjega stoletja, ko se je alpski turizem začel močneje razvijati, so bili hoteli glavna oblika nastanitve. Z gradnjo lastniških počitniških objektov, ki so bili na hitro zgrajeni v 60-ih in 70-ih letih in so počasi preseglji kapacitete hotelskih zmogljivosti, se je položaj spremenil.

Ta trend se je nadaljeval in malo upočasnili v obdobju gospodarske recesije, ko je število kupcev počitniških

objektov začelo upadati. Četudi so bila 90-ta leta relativno mirna, je ob prelomu tisočletja trg doživel nov zagon v gradnji, z večjim poudarkom kot prej na gradnji luksuznih počitniških domov (Clivaz in Nahrath, 2010).

Od časov "odkritja Alp" v 19. stoletju so planinska društva in podobne organizacije vzdrževale gосто omrežje preko 1.500 koč na nižjih in pogosto tudi na zelo visokih in odročnih gorskih območjih, kjer so imeli posebne težave z zagotavljanjem zadostne oskrbe z vodo, hrano in energijo. Te kočice niso samo osnova za tradicionalni alpinizem, ampak so vedno bolj tudi oblika počitniške nastanitve za "običajne" turiste. Obstaja veliko število koč, ki imajo več kot 300 postelj in beležijo visoko število nočitev med sezono in so pogosto začetne točke vzponov na slavne vrhove ali kot vmesne postaje na poteh "od kočice do kočice".

Via Alpina

Via Alpina je ena izmed najdaljših in najbolj spektakularnih obstoječih pohodniških poti. Skupno se razteza na približno 5.000 kilometrih in ima 342 posamezno oštevilčenih in označenih odsekov. Razteza se preko sedmih različnih držav ter se začne v Sloveniji v bližini Trsta, nato prečka Avstrijo, Nemčijo, Liechtenstein, Švico, Italijo in Francijo ter se zaključi v bližini svetovno znanih plaž Monaka. Eden izmed glavnih ciljev Alpske konvencije pri ustvarjanju sistema poti Via Alpina je bil ohraniti raznolike kulture in značilnosti Alp kot gorstva, saj se Alpe soočajo z vedno večjo ogroženostjo zaradi globalne otoplitve in drugih okoljskih nevarnosti. Obiskovalec se lahko na poti odloči tudi za prenočevanje pod milim nebom ali izkoristi izredno udobne vaške kočice ob poti.

www.via-alpina.org

Merljivost intenzivnosti turizma v Alpah

Če želimo biti učinkoviti in privlačni, je potrebno vsako Poročilo o stanju Alp opremiti z zemljevidi, ki so narejeni na osnovi objektivnih in relevantnih podatkov.

Od začetka dela je *ad hoc* strokovna skupina za trajnostni turizem načrtovala vključevanje zemljevidov v to poročilo, podobno kot pri treh prejšnjih poročilih.

Za turistično dejavnost glavni obstoječi podatki v večini alpskih držav obravnavajo ponudbo nočitvenih zmogljivosti in njihovo zasedenost: hoteli in druge nočitvene strukture so torej kazalnik, po katerem merijo intenzivnost turizma v vsaki državi.

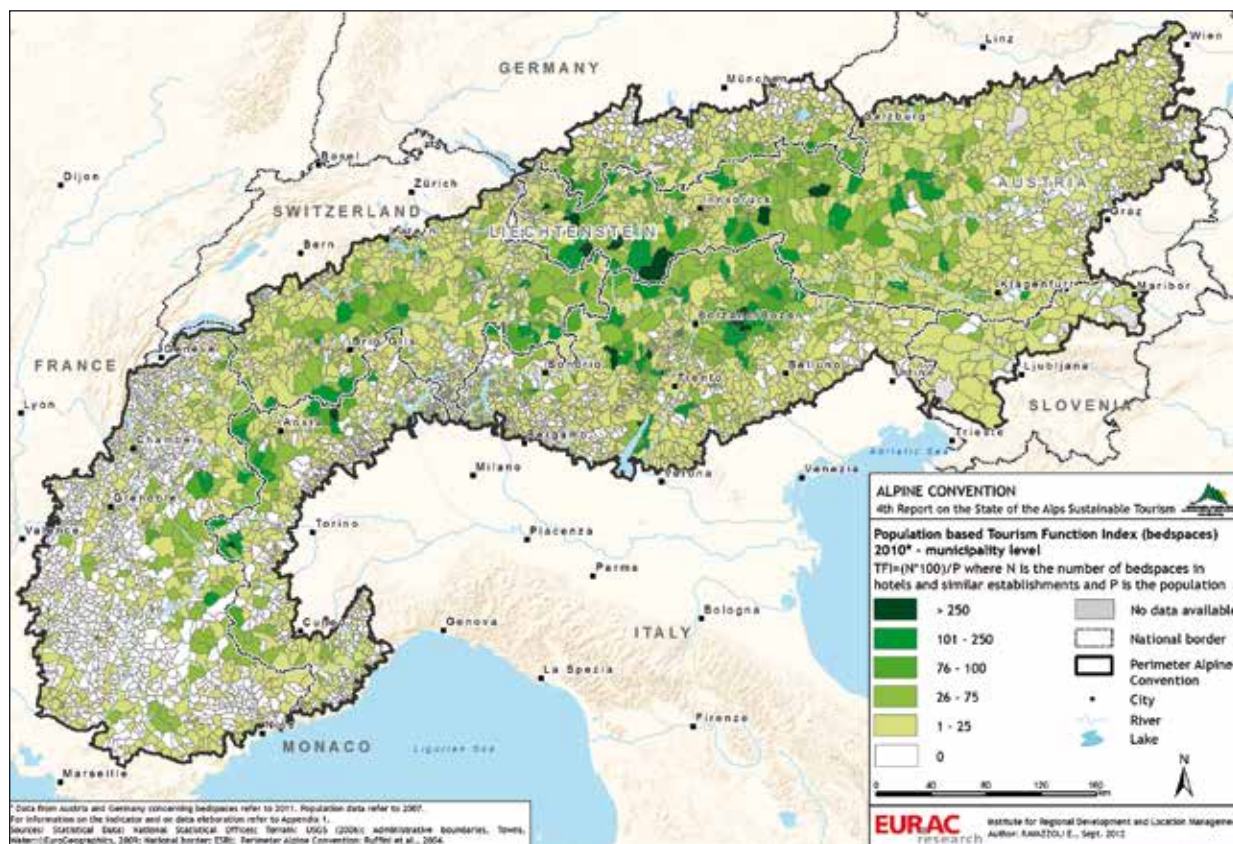
Vendar se je *ad hoc* strokovna skupina hitro soočila s težavo pomanjkanja določene homogenosti podatkov med državami, kot je prikazano v nadaljevanju.

"Intenzivnost turizma" na osnovi števila postelj na prebivalca predstavlja klasični kazalnik, usmerjen v ponudbo. To je

pogojeno z dobro dostopnostjo podatkov v primerjavi z zemljevidi, usmerjenimi v povpraševanje (glej naslednje slike). Meri se geografsko razporeditev turističnih zmogljivosti, v tem primeru hotelov in podobnih obratov in njihovo količinsko dimenzijo. Tako pridobimo prvi vtis prisotnosti turizma v prostoru. Vendar pa ostaja bolj obetaven pristop, ki je usmerjen v povpraševanje, saj omogoča pregled resničnega vpliva, tj. dimenzije turističnega povpraševanja. Potrebno je upoštevati, da je turizem v hotelih in podobnih obratih definiran drugače po posameznih državah Alpske konvencije. Glavne nacionalne značilnosti so:

- V Avstriji so registrirane samo občine, kjer je upoštevanih vsaj 1.000 nočitev na leto.
- V Franciji morajo hoteli imeti vsaj pet sob.
- V Italiji so upoštevane samo nočitveni obrati s sedmimi ali več sobami.
- V Liechtensteinu so vključene tudi zasebne nastanitve.
- V Nemčiji so vključena samo komercialno upravljana podjetja z najmanj devetimi posteljami.
- V Sloveniji ni celovitega in posodobljenega pokrivanja vseh turističnih nastanitvenih obratov. Kot tip nastanitve

Hoteli



Slika 21: Intenzivnost turistične dejavnosti: hotelske postelje in podobne nastanitvene zmogljivosti na populacijo

na območju Alp prevladujejo hoteli in počitniški apartmaji. V skladu z zakonom o Gostinstvu in turizmu "drugi domovi oz. lastniška počitniška stanovanja" niso razvrščeni med uradna turistična prenočišča.

- V Švici so registrirane postelje v hotelih in hidroterapevtskih centrih samo v tistih občinah (enako v Franciji), kjer so registrirana vsaj tri prenočitvena podjetja.

Treba je upoštevati razlike med državami, saj so pomembne za pravilno interpretacijo slike 21. Obsežno kvantitativno beleženje turizma še posebej za številne majhne občine ni smiselno zaradi številčnih omejitev v skoraj vsaki državi (večinoma v Avstriji, Italiji, Nemčiji, in Švici). Splošni podatki so lahko zaradi teh omejitev in izključenosti nekaterih ne-hotelskih nastanitev, ki so v posameznih regijah zelo razširjene (v Franciji, Italiji), precej pod realnimi vrednostmi. Podatki pa so lahko tudi višji od realnega položaja, kot to velja za Liechtenstein, kjer so vštete tudi zasebne sobe.

Slika na splošno kaže upad intenzivnosti in premik iz močnih turističnih centrov v periferijo, tj. iz centra na sever ali jug, kakor tudi iz centra na zahod in vzhod. Intenzivni turizem beležimo v osrednjih alpskih regijah Francije (Chamonix,

Val d'Isère, Tignes), Italije (Dolomitske regije Južne Tirolske in Trentina, Bardonecchia, Cortina) in Avstrije (Saalbach-Hinterglemm, Kitzbühel, Tirolska). Največ regionalnih razhajanj opazimo v Franciji in Italiji.

Alpski turizem je bistveni uporabnik naravnih virov. Pomembna tema za trajnostni turizem je na primer poraba vode, saj hotelski gostje uporabijo v povprečju tretjino vode na dan več kot pa lokalno prebivalstvo (Evropska komisija, 2007).

Turistična podjetja, še posebej hoteli, se vedno bolj odzivajo na okoljske pomisleke z zmanjševanjem svoje porabe virov in ustvarjenih odpadkov. Prišlo je do razvoja trenda v smeri izvajanja okoljskih sistemov upravljanja (EMS; ISO 14000 in Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)), ki pomagajo turističnim podjetjem pri oceni, upravljanju in zmanjševanju njihovega vpliva na okolje. Splošni cilj EMS so stalne izboljšave okoljskega doprinosa. To na primer obsega zmanjšanje porabe vode, manj odpadkov, manj toplogrednih plinov in nižja poraba energije. Okrepljena raba obnovljivih virov energije, recikliranje ter ponovna uporaba materialov so prav tako lahko pomembne sestavine EMS (European Commission, 2007).

Klasifikacija hotelov in podobnih obratov v alpskih državah

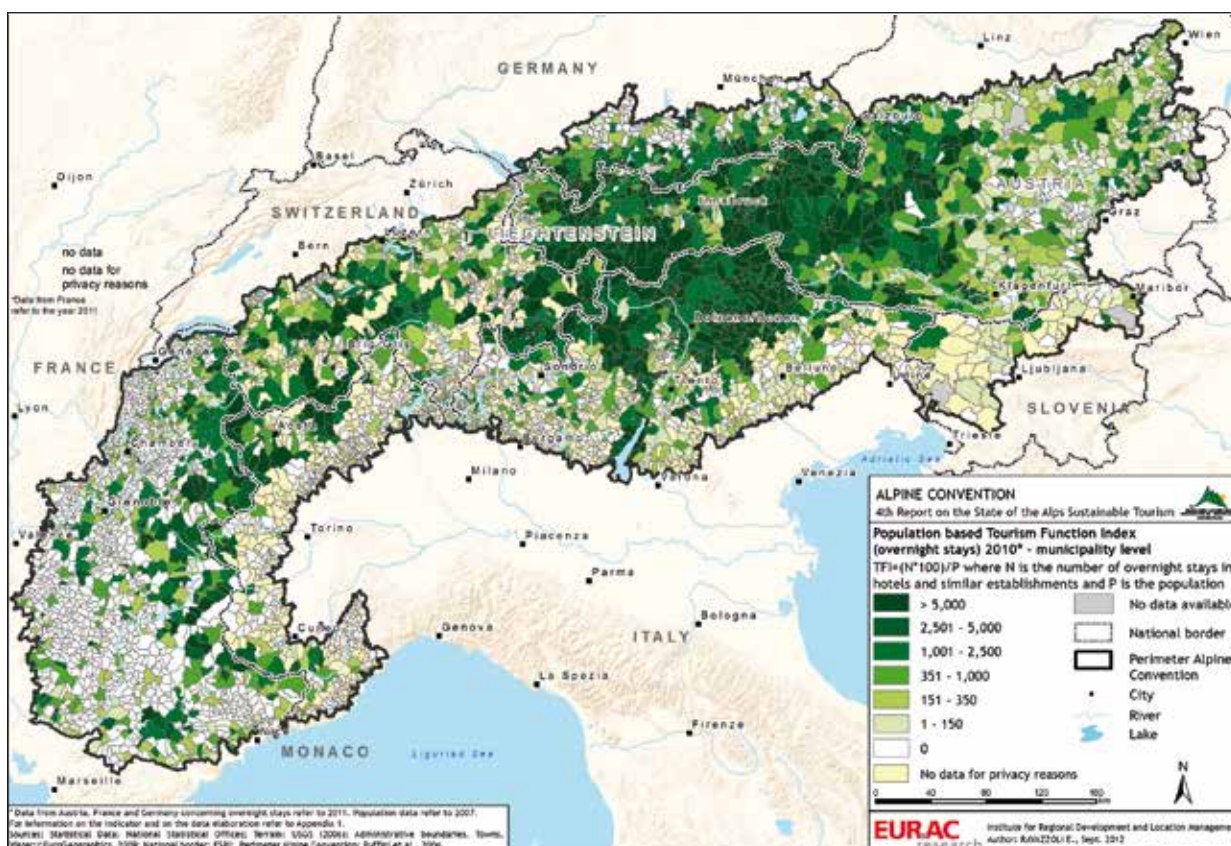
Hoteli so na splošno klasificirani v vseh alpskih državah in sicer v šestih kategorijah od 0 do 5 zvezdic, glede na njihovo udobje, opremljenost in storitve.

Država	Klasifikacija "hotelov in podobnih obratov"	Omejitve ali druge posebne značilnosti	Vir
Avstrija	Dejavnosti, ki proti plačilu nastanijo goste ter jim zagotovijo obroke hrane, za kar imajo ustrezno koncesijo, v skladu z Trgovskim zakonom čl. 1994. Če upoštevamo tudi apartmaje in bungalove, ki so del kompleksa ali jih le-ta najema, celoten kompleks velja za "hotel ali podobni obrat".	Izmed skupno 2.357 občin, je 1.640 občin (od leta 2011 naprej) takšnih, ki imajo najmanj 1.000 gostov, ki prenočujejo in morajo Statističnemu uradu Avstrije enkrat letno posredovati podatke.	Statistični Urad Avstrije, Direktorat za prostorsko ekonomijo, področje turizma, vozila in varnost na cesti: standardna dokumentacija in meta-informacije: (definicije, razlage, metode, kakovost) statistike prenočevanja, mesečna statistika nočitev, statistika letne ponudbe.
Francija	Turistični hoteli: Hotele klasificira oz. potrdi za turistično rabo prefekt po odločbi komisije oddelka za razvoj turizma. Kriteriji za njihovo klasifikacijo so strogi in definirani z zakonsko odločbo z dne 23. decembra 2009.	Če želi nastanitveni obrat biti klasificiran kot turistični hotel, potrebuje vsaj 5 sob.	INSEE: www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/hotellerie-homologuee.htm
Italija	Hoteli, stanovanja, apartmajski hoteli, moteli, garni hoteli, hiše s sobami in oskrbo, sezonska stanovanja, <i>beauty farms</i> in konferenčni centri.	Hoteli: nastanitvene kapacitete najmanj 7 sob.	ISTAT glosar: Nastanitvene kapacitete za leto 2009. Prečiščeni podatki.
Liechtenstein	Hoteli v dolini Rena in alpski hoteli. Vsi gostje, ki prenočijo v Liechtensteinu vsaj eno noč v hotelu, zasebni sobi, apartmaju, mladinskem hotelu ali na skupnih ležiščih se upoštevajo v turistični statistiki (vključno z lokalnimi gosti). Število prihodov in nočitev se zbira glede na državo izvora, mesec, nočitvena kategorija in geografskih kriterijev, kot tudi glede na trajanje bivanja. Nadalje je registrirano število hotelov, osebje v hotelu, število postelj in sob ter zasedenost hotelov.	Uporabljene definicije so v veliki večini enake Eurostatu (Uredba (ES) št. 34/1999). Edina izjema so zasebne sobe za najem. Upoštevajo jih kot hoteli zaradi zasebnosti (Eurostat jih ne uvršča med hotele).	Letno poročilo 2011: www.llv.li/pdf-llv-as-tourismusstatistik_jh_2011_internet
Nemčija	Hoteli in kampi	Komercialni nočitveni obrati z najmanj 10 posteljami.	www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=merkmaleVerzeichnis
Slovenija	Hoteli in podobni obrati obsegajo hotele, motele, penzione, gostišča in nočitvene obrate (nočitev in zajtrk).	Za nočitvene obrate (samo nočitev in zajtrk) so na voljo samo mesečni podatki, ki ne krijejo obratov z manj kot 10 stalnimi posteljami. Letni podatki obsegajo tudi enote z manj kot 10 posteljami, zaradi česar skupek mesečnih podatkov o turističnem prometu ne ustreza letnim podatkom.	Zakon o gostinstvu (UL RS, št. 93/07) in Pravilnik o kategorizaciji nočitvenih zmogljivosti (UL RS, št. 62/08 www.stat.si/letopis/2011/MP/25-11.pdf

Švica	Hoteli in hidroterapevski centri, tj. hoteli, penzioni, gostišča, moteli. Zdraviliški centri: zdraviliški centri z zdravstveno usmeritvijo; alpski zdraviliški centri, klinike na visokih višinah, revmatične klinike, termalni centri.	Zaradi zasebnosti podatki za lokalne skupnosti z manj kot 3 podjetji niso na voljo.	www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/11/def.html, www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/03/blank/key/01/04.html: Hoteli in zdraviliški centri: ponudba in povpraševanje glede na skupnost (zbirni podatki; cc-d-10.03.DD-03; Zvezni urad za statistiko, BFS).
-------	--	---	--

ZEMLJEVID: Indeks turistične funkcije na osnovi prebivalstva (nočitve) – 2010

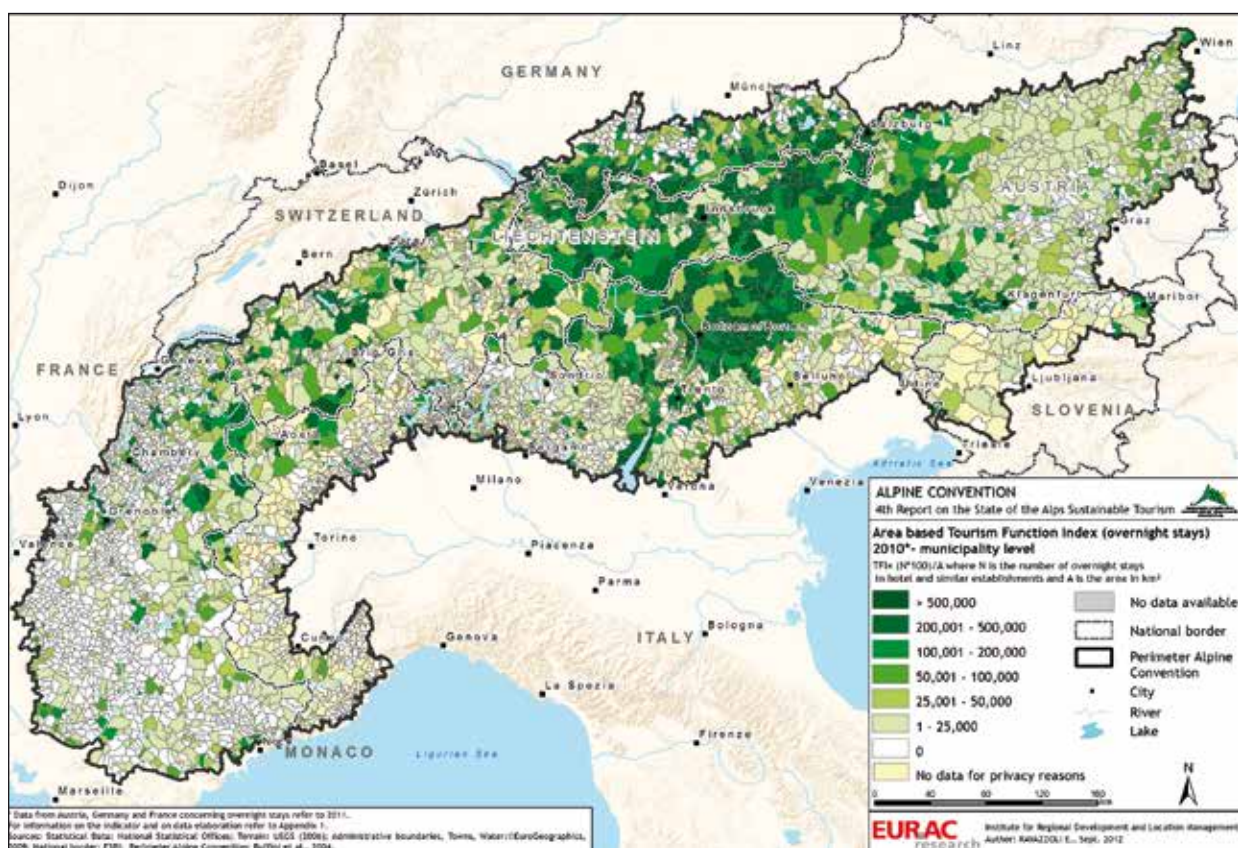
Indeks turistične funkcije na osnovi prebivalstva (nočitve) predstavlja kazalnik, ki je zasnovan na povpraševanju. Na splošno velja, da bo TFI (indeks turistične funkcije) visok, če obstaja veliko število nočitev in malo stalnega prebivalstva. V osrednjih Alpah (vključno z regijami Južne Tirolske, deli Trentina, Vorarlbergom, Tirolsko, Salzburgom, Vzhodno Tirolsko, deli avstrijske Koroške, vzhodnimi deli Švice in deli Bavarske) je TFI na osnovi prebivalstva skoraj homogen, z visokimi vrednostmi, medtem ko se številke znižujejo, če gremo proti vzhodnemu delu Alp in na zahodnem delu se zdijo razpršene in heterogene. Najvišji TFI na osnovi prebivalstva (nočitve) so zabeleženi v Avstriji, Nemčiji in Italiji, kjer dosežejo vrednosti do 1.820, 1.587 in 1.154. Regije NUTS2 z najvišjimi kazalniki TFI so Avtonomna pokrajina Bolzano (I), Tirolska in Salzburg (A). Kar zadeva podatke francoskih departmajev, so NUTS3 departmaji, ki mejijo na Italijo in še posebej Alpes-de-Haute-Provence in Savoja, območja z višjo intenzivnostjo turizma kot pa območja na zahodu alpske regije.



Slika 22: Indeks turistične funkcije na osnovi prebivalstva (nočitve) – 2010, $TFI = (N * 100) / P$ kjer je N = število nočitev in P = prebivalstvo

ZEMLJEVID: Indeks turistične funkcije na osnovi površine (nočitve) – 2010

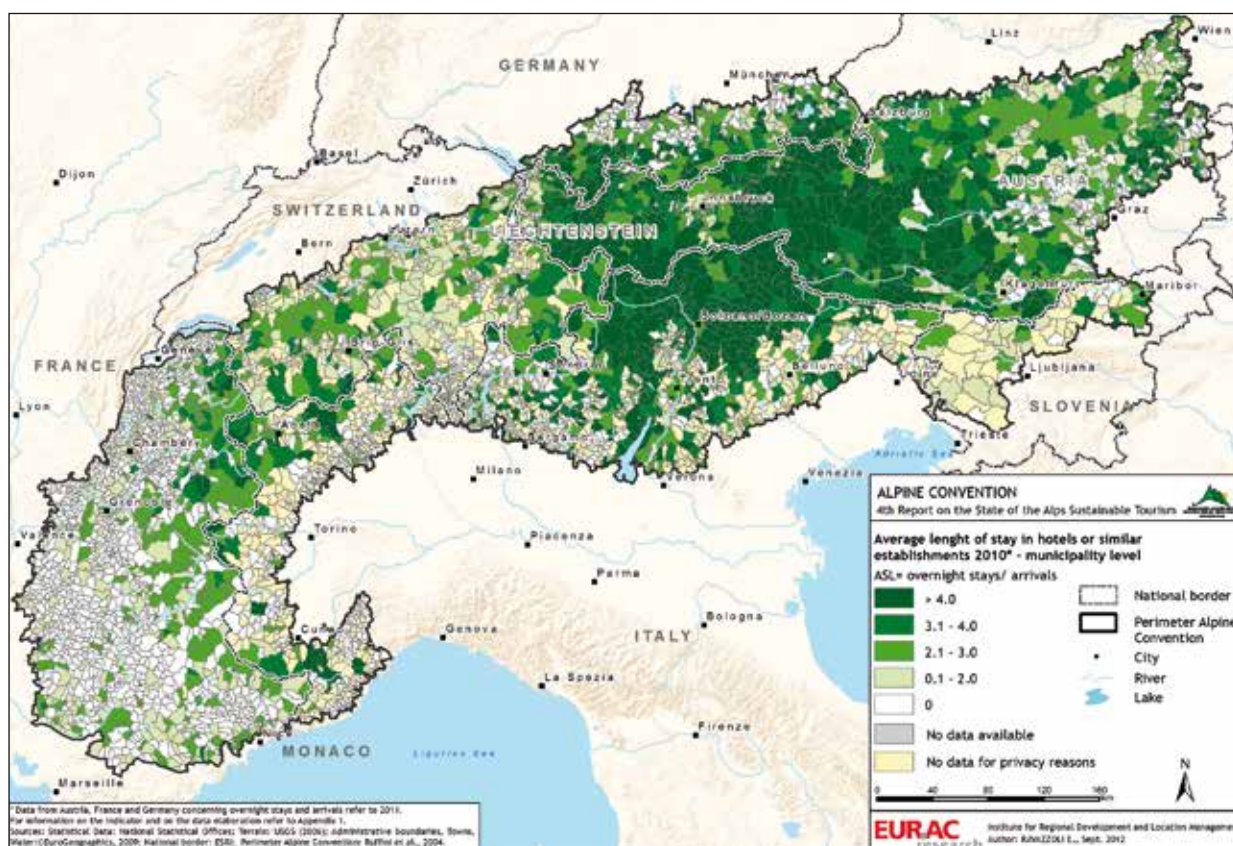
Indeks turistične funkcije glede na prostor opisuje število nočitev povezanih z območjem občine in predstavlja kazalnik zasnovan na povpraševanju. Splošna podoba je podobna TFI na osnovi površine (postelje), vendar je koncentracija na nočitve na km² še močnejša v osrednjem delu Alp in na območju meje med Francijo, Italijo in Švico. Nacionalne vrednosti indeksa kažejo, da je Nemčija zagotovo država z največjim TFI glede na površino (nočitve) (222.427), ki ji sledijo Avstrija (117.756) in Italija (101.231). NUTS2 regije z najvišjo koncentracijo nočitev na km² so iste kot tiste, ki imajo najvišje TFI na osnovi prebivalstva (nočitve) – tj. Avtonomna pokrajina Bolzano (I), Schwaben (D), Tirolska in Salzburg (A). Obstajajo številne občine z zelo visokimi rezultati, ki se skoraj izključno nahajajo na območju osrednjih Alp (še posebej v Dolomitih) ali obdajajo alpska jezera (Lago di Garda, Lago Maggiore, Lago di Lugano). Urbana območja kot so Innsbruck (A), Bolzano (I), Aosta (I), Chambéry (F) ali Grenoble (F) kažejo višje vrednosti kot pa gorska območja.



Slika 23: Indeks turistične funkcije na osnovi površine (nočitve) – 2010, $TFI = (N \cdot 100) / P$ kjer je N = število nočitev in P = območje v km²

ZEMLJEVID: Povprečno trajanje bivanja – 2010

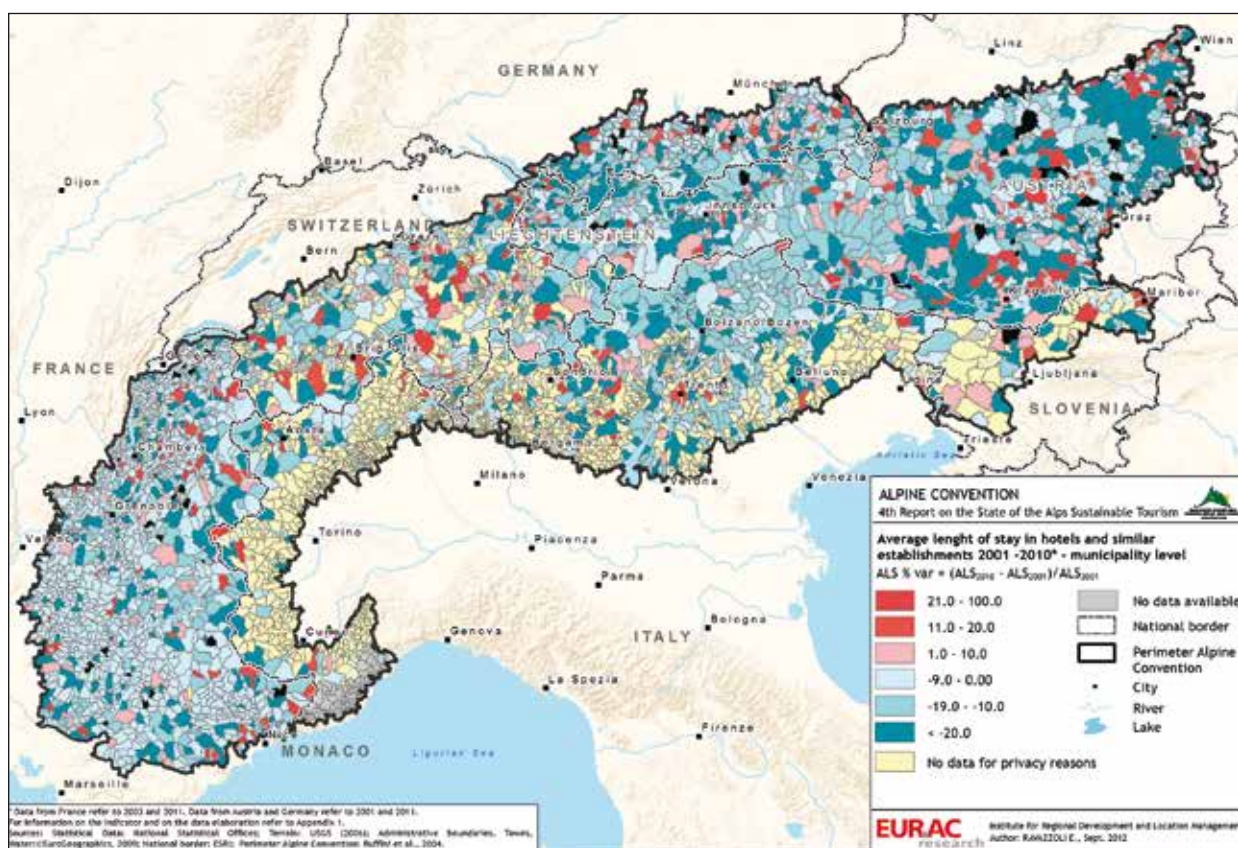
V večini predelov v Alpah so štiri noči običajno trajanje bivanja s prenočevanjem. Povprečna dolžina bivanja na območju celotne Alpske konvencije doseže med 3 in 4 dni in samo 11,2 % alpskih občin (651 izmed 5809) beleži povprečno trajanje bivanja daljše od štirih dni. Zdi se, da bolj kot je centralna lokacija v Alpah, daljše je bivanje. Na drugi strani so za destinacije, ki so bližje večjim mestom (npr. Bolzano, Innsbruck, Celovec) ali na meji alpskega območja, bolj značilna krajša trajanja bivanja, ki ne presežejo treh dni. Bivanje daljše od šest dni je izjema in ga najdemo samo na posameznih mestih, ki so heterogeno razpršena preko celotnega alpskega loka.



Slika 24: Povprečno trajanje bivanja – 2010, ALS = nočitev/prihodi

ZEMLJEVID: Povprečno trajanje bivanja – odstopanja v % 2001-2010

Povprečno trajanje bivanja v Alpah se je na splošno zmanjšalo v obdobju med 2001 in 2010 (-11,8 %). Trajanje počitnic leta 2001 je doseglo skoraj 4 dni (3,9), medtem ko je 2010 doseglo 3,5 dni. Zdi se, da je to zmanjšanje zelo homogeno in na nacionalni ravni sega od -20 % v Sloveniji do -11 % v Italiji. NUTS2 regiji, ki kažeta višjo stopnjo zmanjšanja sta avstrijski Koroška (-19 %) in Vorarlberg (-17 %). Kljub temu obstajajo nekatere občine na vzhodnem in zahodnem delu Alp, ki kažejo pozitivna odstopanja, večinoma zaradi tega, ker so v turistično dejavnost vstopila po letu 2001.



Slika 25: Povprečno trajanje bivanja – odstopanje v % 2001-2010, ALS = nočitev/prihodi

Pojasnila o analizi podatkov so na voljo na spletni strani Alpske konvencije: notes.ras4.alpconv.org.

Razumevanje parahotelirstva v alpskih državah

Država	Razumevanje parahotelirstva	Komentarji
Avstrija	<ul style="list-style-type: none"> • komercialni počitniški objekti • zdravilišča in rekreacijski objekti (socialnih partnerjev, zasebni in javni) • mladinski hoteli • kampi • vodena gorska zavetišča • drugi nastanitveni objekti (koče; študentski domovi, v primeru, da čez poletje oddajajo sobe kot hoteli; itd.) • vse oblike zasebne nastanitve (počitniški objekti, zasebne sobe – lahko tudi na kmetijah) 	
Francija	Francoski inštitut za statistiko INSEE ni uradno definiral ne-hotelske namestitve. Definicija je odvisna od zadevnih storitev (in z njimi povezanih davčnih režimov); turistična naselja, gostišča in počitniške vasi (ter kampi, ki tukaj niso vključeni).	V Franciji najem vil ne uvrščajo v to kategorijo, ker ne gre za "sorodne storitve" in jih lahko razumemo kot preprost najem hiše.
Italija	Dopolnilne nastanitvene zmogljivosti so naslednje: <ul style="list-style-type: none"> • kampi • počitniška naselja • mešane oblike kampov in počitniških vasi • najemniške hiše pod podjetniškim vodstvom • turistične kmetije • počitniški domovi • mladinski hoteli • gorska zavetišča • "druge (neuvrščene) nastanitvene zmogljivosti" (ISTAT, www.istat.it/it/archivio/37399). 	Različna razvrstitev nastanitvenih zmogljivosti po alpski regiji.
Liechtenstein	Vključeni: <ul style="list-style-type: none"> • domovi s skupinskimi ležišči • mladinski hoteli • planinske koče 	
Nemčija	Neposredno razlikovanje med hotelirstvom in parahotelirstvom ne obstaja.	Komercialna nastanitve z najmanj 10 ležišči.
Slovenija	<ul style="list-style-type: none"> • kampi • počitniški objekti • turistične kmetije z nastanitvenimi zmogljivostmi • zasebne nastanitvene zmogljivosti - najete sobe, stanovanja • planinske koče • počitniški objekti v lasti podjetij • mladinski hoteli • počitniški objekti za mlade • druge nastanitvene zmogljivosti •časne nastanitvene zmogljivosti • marine 	Mesečni podatki ne vključujejo zasebnih nastanitvenih zmogljivosti, turističnih kmetij z nastanitvenimi zmogljivostmi in počitniških objektov v lasti podjetij z manj kot 10 stalnimi ležišči. Letni podatki vključujejo tudi enote z manj kot 10 stalnimi ležišči, zaradi česar se seštevek mesečnih podatkov o turističnem prometu ne ujema z letno statistiko.

<p>Švica</p>	<p>V Švici definicija parahotelirstva vključuje naslednje skupine:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skupinske nastanitvene zmogljivosti: nastanitvene zmogljivosti za počitniške in športne kampe, tabornike, kočje in mladinski hoteli. • Počitniška stanovanja/hiše: nastanitev v hišah, apartmajih, kočah, zasebnih sobah, najetih bungalovih in obratih, ki ponujajo prenočišče in zajtrk (B&B). • Kampi. <p>(www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/11/def.html)</p>	<p>Opredelitev je sicer zelo široka, vendar je zbrana le majhna količina podatkov. Trenutno so na voljo le podatki o mladinskih hotelih, obratih, ki ponujajo prenočišče in zajtrk, ter kampih. Podatkov o obratih, ki ponujajo prenočišče in zajtrk ne moremo primerjati s podatki o hotelih, saj so nekateri omenjeni obrati registrirani tudi kot hoteli in zato vključeni v podatke o hotelih. Prav tako niso na voljo podatki o najemnih počitniških nastanitvenih zmogljivostih in nastanitvenih gostinskih obratih (z izjemo mladinskih hotelov).</p> <p>(www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/03/blank/key/03/01.html)</p>
---------------------	--	--

Sekundarna počitniška bivališča

Na Tirolskem (A) delež nočitev v sekundarnih počitniških bivališčih znaša približno 8 %, medtem ko je v kantonu Valais (CH) ta delež 36 %. V tem primeru je bila leta 2007 povprečna zasedenost turističnih zmogljivosti v Valaisu 14 %, na Tirolskem pa 27 % (Poročilo vlade kantona Valais o programu Agenda 21, 2011). Kot dokazuje omenjena statistika, sekundarna počitniška bivališča po navadi predstavljajo pomemben in precejšen odstotek turistični nastanitvenih zmogljivosti, čeprav so večji del leta nezasedena. Izjema sta le Avstrija in Bavarska, kjer je struktura nastanitvenih zmogljivosti drugačna in je delež komercialnih nočitev višji.

Na splošno število sekundarnih počitniških bivališč v večini alpskih držav narašča. V Švici, na primer, število sekundarnih počitniških bivališč narašča izrazito hitreje kot število glavnih bivališč, čeprav število prebivalcev še naprej ustaljeno narašča (ARE, 2006).

S sprejetjem iniciative o sekundarnih počitniških bivališčih ("Zweitwohnungsinitiative") so se Švicarji zavzeli za omejitev gradnje sekundarnih počitniških bivališč. Švicarski volivci so iniciativo podprli 11. marca 2012. K švicarski ustavi so zato dodali določilo o gradnji sekundarnih počitniških prebivališč, za kar je potrebna precejšnja prilagoditev zakonodaje. Z namenom, da bi razjasnili najbolj pereča vprašanja, je Švicarski zvezni svet sprejel uredbo, ki stopi v veljavo s 1. januarja 2013. Le ta ureja gradnjo novih sekundarnih bivališč in ravnanje z obstoječimi sekundarnimi bivališči. Uredba zadeva skupnosti z več kot 20 % sekundarnih počitniških bivališč.

Takšna vrsta turističnih nastanitvenih zmogljivosti ima določene prednosti, kot na primer:

- ustvarjanje bogastva z gradnjo in prodajo stanovanjskih enot,

- dodatna zmogljivost za nastanitev turistov,
- nov kapitalski vložek v regionalno gospodarstvo,
- lojalnost lastnikov v času krize.

Toda povzročil lahko tudi gospodarske, družbene in okoljske problem, kot so:

- poraba regionalnih gospodarskih virov za gradnjo objektov, ki lahko imajo kasneje nizko stopnjo zasedenosti,
- okoljski stroški (infrastrukturalna zasedenost zemljišča, možna sprememba naravne in kulturne krajine, pritisk na redke vire, itd),
- rast vrednosti nepremičnin, ki lokalnim prebivalcem, pa naj gre za celoletne ali sezonske delavce, otežuje nakup ali najem lokalnih nepremičnin.

Tako kot v nadaljevanju prikazujejo nekateri primeri dobrih praks, lahko tudi mi vzpostavimo primerne gospodarske spodbude in pravne instrumente z namenom zmanjševanja neučinkovitosti in kratkotrajne lokalne politike na gradbenem področju.

Primeri dobrih praks glede sekundarnih počitniških bivališč

K vzdrževanju lokalnega zaposlovanja v različnih vrstah dejavnosti lahko prispevamo s strategijo razvoja in izboljšanja hotelske in parahotelske oskrbe. Razmisliti velja tudi o potencialu mešanih tipov nastanitve na meji med hotelskimi in parahotelskimi objekti (npr. bivališča hotelskega tipa, počitniški kompleksi) (Bieger in Laesser, 2008). Dandanes so pogosto potrebni mešani koncepti za financiranje novih hotelov ali iskanje novih investorjev.

Obstajajo primeri, ko so zasebni investitorji kupili "sekundarne počitniške domove" in jih podarili družbi, ki z njimi upravlja kot s hotelom. Lastnik lahko v tem primeru svoje stanovanje uporablja nekaj tednov na leto, preostanek časa pa je to le "navaden" hotel (koncept počitniškega parka).

Nekatere švicarske občine so uvedle omejitve, ki ne določajo samo stalne rasti števila sekundarnih počitniških bivališč, ampak omejujejo tudi skupno površino razpoložljivih gradbenih zemljišč. V občini Saas-Fee so tako leta 2011 vpeljali sistem letne kvote za zemljišča, ki so bila dodeljena za gradnjo sekundarnih počitniških bivališč (1.500 m² letno). V Crans-Montani mora odslej vsak na novo zgrajeni večstanovanjski objekt vsebovati 70 % stanovanj (blog.sixieme-dimension.ch). Investitor lahko ta odstotek zmanjša s plačilom nadomestnega davka, ki je odvisen od stroška gradnje stanovanjskih enot.

Na **Tirolskem** (A) so pogoji, ki določajo gradnjo sekundarnih počitniških bivališč, veliko strožji. V turističnih destinacijah namestitve takšnega tipa ne smejo presežati 8 % vseh stanovanjskih objektov. Izjeme so možne le v redkih primerih in na osnovi zelo osebnih razlogov (npr. zapuščina). Na **Južnem Tirolskem** (I) zakonodaja določa, da morajo glavna bivališča predstavljati vsaj 60 % stanovanjskih objektov. Od leta 2007 naprej, večstanovanjskih objektov, ki so bili zgrajeni kot primarna bivališča, ni več dovoljeno spreminjati v sekundarna počitniška bivališča.

V **Franciji** so ukrepi zasnovani tako, da lastnike sekundarnih počitniških stanovanj nenehno spodbujajo k oddajanju le teh, da le ne bi večino leta samevali prazni. Sistem ORIL je bil ustanovljen z namenom, da lastnikom omogoči finančno pomoč za renoviranje njihove lastnine, medtem ko se lastniki s pogodbo zavežejo, da bodo svojo lastnino oddajali najmanj devet let. V **Tignesu** so imeli pred očmi isti cilj, saj je občina sklenila sodelovanje z zasebnim upravljavcem žičnic, s katerim bosta investirala v program za prenovo stanovanjskih nepremičnin. Kot rezultat tega eksperimenta so leta 2006 uspeli povečati nastanitvene zmogljivosti za turiste za 1.000 ležišč. Programe, ki iščejo rešitve za nezasedene nastanitvene kapacitete, je pred kratkim znova aktiviralo francosko ministrstvo za turizem v sodelovanju z zadevnimi občinami in strokovnimi partnerji.

Na **Bavarskem** (D) lahko občine na sekundarna počitniška bivališča obračunajo davek, ki je leta 2006 v občinsko blagajno prinesel približno 19 milijonov €. V izrednih primerih, kot se je zgodilo za nekaj let v **Les Getsu** (F), se lahko izdaja gradbenih dovoljenj prekine, da bi omejili nepremičninsko špekuliranje in na lokalni ravni nadzirali stanovanjsko dejavnost.

Počitniška vas Reka, Urnäsch: kjer mesto počitnikuje z deželo (CH)

Počitniška vas Reka se nahaja v občini Urnäsch ob vznožju gore Säntis v kantonu Appenzell Ausserrhoden. Infrastruktura v tej počitniški vasi je bila zasnovana in deluje v skladu z načeli trajnostnega razvoja. Omenjeni koncept predstavlja javno-zasebno partnerstvo med občino, delniško družbo Feriendorf Urnäsch AG, ki je bila ustanovljena posebej za ta projekt, in švicarskim potovalnim skladom Reka.

Pri izbiri lokacije je od vsega začetka ključno vlogo igrala harmonična integracija znotraj vasi Urnäsch. Nahaja se blizu postaje, kar omogoča dobro povezanost s pomočjo javnega prevoza. Objekte zaznamuje sodobna arhitektura: lokalni les, kot gradbeni material, ter energijsko učinkovita standarda Minergie in Minergie-Eco poudarjajo arhitekturo, ki zelo preudarno ravna z viri. Kompleks, vključno z notranjim bazenom in prostorom za savno, je ogrevan s pomočjo toplovodnega omrežja za ogrevanje z lesnimi peleti. Počitniška vas Reka je idealna za družine. Obiskovalcem so na voljo številni skupni prostori in različni rekreacijski objekti na prostem. Gosti imajo prav tako možnost priti v stik s kmetijstvom,

naravo in živalmi. V tesnem sodelovanju z lokalnimi kmeti ima počitniška vas tudi hlev z domačimi živali in manjši živalski vrt z udomačenimi živalmi, ki jih obiskovalci lahko božajo in hranijo. V ponudbo so vključeni obiski kmetij in raziskovalni izleti, na katerih udeleženci odkrivajo kulturnozgodovinsko raznolikost živalskega in rastlinskega sveta, ter številne druge zanimive ponudbe. Gostje pa se lahko poučijo tudi o tradicionalni kuhinji. Počitniška vas je gospodarsko zelo uspešna in lahko računa na visoko stopnjo zasedenosti nastanitvenih zmogljivosti. Počitniška vas občini in celotni regiji zagotavlja dolgoročno perspektivo, saj kmetom in lokalni skupnosti nudi delovna mesta in dodaten vir zaslužka. Vas hkrati predstavlja



Slika 26: Počitniška vas Reka, Urnäsch

tudi trg za prodajo lokalnih kulinarčnih specialitet, ko je na primer lokalni sir.

Počitniška vas Reka Urnäsch predstavlja uspešen model za razvijanje turizma v harmoniji s prebivalstvom. Trajnostni vidik hotela je bil dosežen s tesnim sodelovanjem turizma z občino, lokalnim kmetijstvom in industrijo ter spoštovanjem okoljskih standardov pri gradnji kompleksa. K sreči je ta projekt pripomogel k razvoju dodatnih dejavnosti, kot so na primer gradnja modernega obrata za proizvodnjo mleka in drugih ponudb na področju kmetijstva. Vizija počitniške vasi Reka je omogočiti počitnice tudi za družine z manjšimi dohodki, kar je zelo vzorna vizija, ki spodbuja turizem tudi v gospodarsko šibkih občinah. www.reka.ch; www.urnaesch.ch

Hotel Albergo Diffuso (I)

Albergo Diffuso je posebna vrsta hotela, ki je zasnovan tako, da gostom nudi enkratno doživetje življenja v mestu ali na vasi. Gostom nudi vse usluge tradicionalnih hotelov (dobrodošlica, pomoč, skupni prostori, obroki), vendar so sobe razpršene po zgodovinskem mestnem jedru ali okoli glavne hotelske infrastrukture (v bližini recepcije, skupnih prostorov, restavracije). Sobe in/ali stanovanja se nahajajo v dvorcih ali zgradbah, ki so del zgodovinskega jedra in so temu primerno obnovljene v skladu z lokalno kulturo, zaradi česar se obiskovalec počuti kot "lokalni prebivalec".

Ta inovativna ideja je leta 1982 nastala v Karniji v italijanski deželi Furlaniji-Juljski krajini v okviru tehnične delovne skupine, ki si je prizadevala za okrevanje manjših centrov, uničenih v potresu, ki je leta 1976 prizadel to področje.

Glavne prednosti hotela Albergo Diffuso v primerjavi s tradicionalnimi hoteli so:

1. zelo kakovosten turistični proizvod, odraz lokalnih področij,
2. brez negativnih okoljskih vplivov (ničesar ni potrebno zgraditi, obnoviti je potrebno obstoječe zgradbe in jih povezati),
3. pomaga razvijati lokalno turistično ponudbo in ponudnike poveže v mrežo,
4. spodbuja trajnostni turistični razvoj področij v notranjosti države, v vaseh, zaselkih, zgodovinskih središčih in odročnih krajih ter povečuje ponudbo na turističnem trgu,
5. preprečuje zapuščenost zgodovinskih središč.



Slika 27: Sauris; © www.visititaly.it

Prvi hotel Albergo Diffuso je bil ustanovljen v vasi Sauris, ki je pravi alpski biser. Ta koncept se je pokazal kot uspešen, zaradi česar so v preteklih letih ustanovili več različic originalne zamisli (na primer hotel Paese Albergo St. Marcel (Dolina Aoste, I), ki združuje prenočitve v zasebnih hišah z lokalno hrano in kulturo).

www.albergodiffusosauris.com/en/home

Nacionalno združenje Alberghi Diffusi, www.alberghidiffusi.it/en

Albergo diffuso Carnia Comeglians (Furlanija-Juljska krajina, I), www.albergodiffuso.it

Albergo Diffuso Altopiano di Lauco, www.albergodiffusolauco.it

Drugi hoteli albergo diffuso v Carnii (Furlanija-Juljska krajina, I), www.clubalbergodiffuso.it/pagine/cartina.html

Paese Albergo St. Marcel (Dolina Aoste, I), www.paesealbergosaintmarcel.it

Žensko gorsko združenje - razprseni hotel v zgodovinskem mestnem jedru Ornica (Bergamo, I) www.albergodiffusoornica.it

Muse (Valais, CH) pred kratkim odprta testna hiša, mase.ch/fr/index.php



Slika 28: Vigilius Mountain Resort, www.vigilius.it/en/the-vigilius/12-0.html

Hotel Vigilius Mountain Resort – Lana (I)

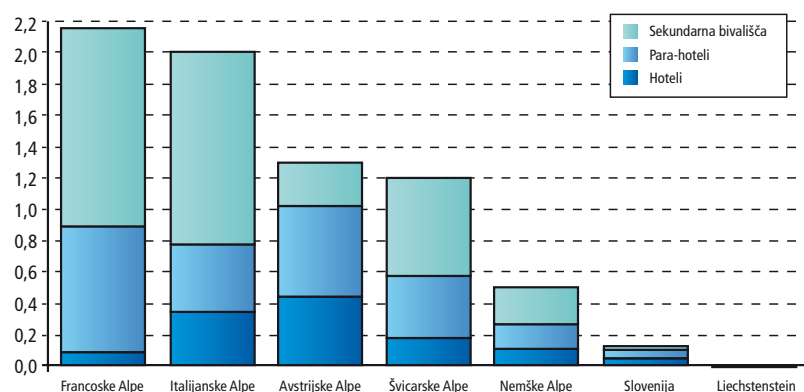
Design hotel Vigilius Mountain Resort s petimi zvezdicami se nahaja na gori Vigiljoch na Južnem Tirolskem in ni dostopen z avtomobilom. Do hotela vas iz vasi Lana v dolini reke Adiže le v nekaj minutah popelje kabinska žičnica. Hotel, ki bi ga lahko opisali tudi kot "leseno hišo sodobnosti", je že od samega začetka zavezan ekološkemu pristopu. Hotel z naravnimi gradbenimi metodami in trajnostno uporabo lokalnih virov izraža resnično in globoko spoštovanje do okolja in obdajajoče narave.

Študija inštituta BAKBASEL, 2011

Naslednji odstavki temeljijo na ocenjenih številčnih podatkih.

Neodvisni švicarski inštitut za raziskovanje gospodarstva BAKBASEL (www.bakbasel.ch/) (Švicarski državni sekretariat za gospodarske zadeve SECO, 2011) je ocenil, da število turističnih namestitvenih zmogljivosti v Alpah obsega 7,3 milijonov ležišč. Od tega 3,7 milijonov ležišč predstavljajo sekundarna počitniška bivališča. Kot primerjavo velja omeniti število hotelskih nastanitvenih zmogljivosti, ki znaša 1,2 milijona ležišč. Samo eno od šestih ležišč je hotelsko ležišče.

Delež turističnih ležišč v alpskem loku glede na vrsto nastanitve



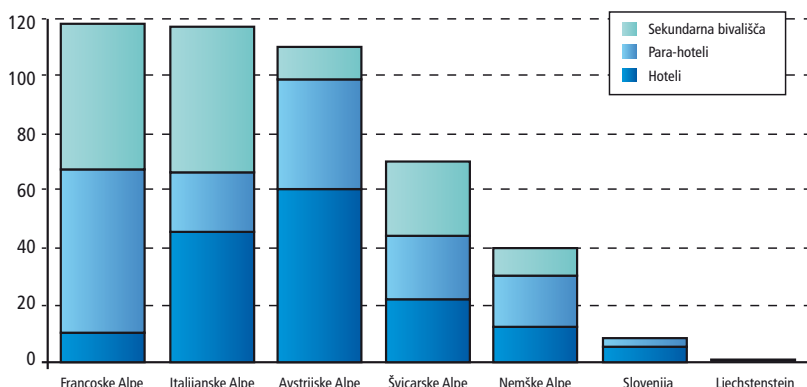
Število ležišč (milijon), 2010.
Vir: Različni statistični uradi,
BAKBASEL-ove ocene

Slika 29: Delež turističnih ležišč v alpskem loku glede na vrsto nastanitve; BAKBASEL (SECO, 2011)

Po podatkih inštituta BAKBASEL (SECO, 2011) je največ turističnih namestitvenih zmogljivosti v Alpah na francoskih in italijanskih turističnih področjih, kjer sta registrirana kar 2 milijona ležišč.

V avstrijskih in švicarskih Alpah je število turističnih nastanitvenih zmogljivosti manjše. V vsaki od omenjenih področij je prijavljenih 1,3 milijona oz. 1,2 milijona turističnih ležišč (SECO, 2011). Po podatkih švicarskega zveznega urada za prostorski razvoj ARE (2006) sekundarna počitniška bivališča predstavljajo 12 % vseh švicarskih stanovanjskih enot. V kantonih, ki so močno odvisni od turizma ta stopnja presega 30 %, v številnih občinah pa je celo višja od 50 %. V Avstriji komercialna nastanitve (hoteli in parahoteli) predstavlja glavno nastavitveno zmogljivost (80 %).

Nočitve v alpskem loku glede na vrsto nastanitve



Število nočitev v hotelih (milijon), 2010.
Vir: Različni statistični uradi,
BAKBASEL-ove ocene

Slika 30: Nočitve v alpskem loku glede na vrsto nastanitve; BAKBASEL (SECO, 2011)

Če upoštevamo izračune inštituta BAKBASEL, je bilo skupno povpraševanje po prenočitvah v Alpah leta 2010 ocenjeno na 464 milijonov nočitev. Za razliko od podatkov o številu ležišč, je število nočitev enakomerno porazdeljeno med tri vrste nastanitvenih zmogljivosti: hoteli in parahoteli predstavljajo po 34 % nočitev, medtem ko je bilo v sekundarnih počitniških bivališčih zabeleženo 31 % vseh turističnih prenočitev (SECO, 2011).

Sezonskost turizma

Kljub enostavnemu opisu in opredelitvi, je zelo težko oceniti delež in pomen posameznega letnega časa glede dejavnosti v prostem času. Državna statistika o številu nočitev in ustvarjen dohodek kljub temu dobro prikazujeta sezonsko turistično dejavnost. Dandanes se razporeditev prometa med zimsko in poletno sezono razlikuje od države do države.

V Franciji število nočitev in prihodek od poletnega turizma že presegata število nočitev in prihodek od zimskega turizma. Letni promet od turizma je ocenjen na 9 milijard €, od tega 5 milijonov € ustvarijo poleti. Tudi glede gostoljubnosti je delež podoben; 60 % nočitev (od skupno 150 milijonov nočitev) zabeležijo v poletni sezoni (ODIT, 2008). Toda v francoskih Alpah kljub temu prevladuje zimski turizem.

V Sloveniji ni posebnih ukrepov za blaženje sezonskosti turističnega obiska v gorskih destinacijah, saj turistična podjetja ne izpostavljajo tega problema. Poleg tega sta poletna in zimska sezona v slovenskih gorskih destinacijah enako porazdeljeni, čeprav je bila v preteklih letih poletna sezona daljša zaradi alpskega rekreativnega turizma in turizma ekstremnih športov.

Po podatkih inštituta BAKBASEL (SECO, 2011) se je od leta 1995 do leta 2010 v avstrijskih alpskih regijah turistični obisk v zimski sezoni povečal v podobnem obsegu kot v Alpah (+16,7 %; ta podatek označuje rast nočitev v celotnem obdobju 1995-2010), medtem ko se je obisk v poletni sezoni zmanjšal. Leta 2005 je promet zimske turistične sezone v Avstriji znašal približno 10 milijard € (ODIT, 2008), število nočitev v zimski sezoni pa je prvič preseglo število nočitev v

poletni sezoni (prim. Statistika Avstrije 2010 www.statistik.at). Danes sta obe sezoni bolj ali manj izenačeni.

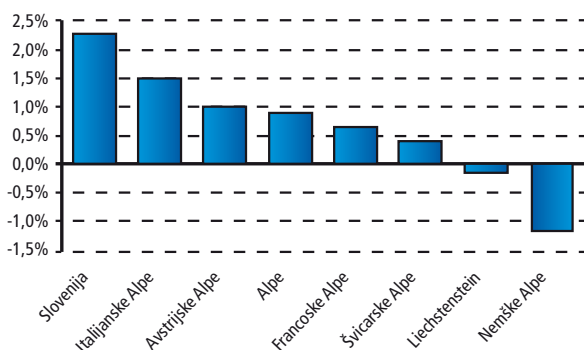
Podatki za Švico za leto 2010 razkrivajo, da je bilo od skupno 36 milijonov nočitev v hotelih, v poletni sezoni so zabeležili 20 milijonov nočitev ali 55 %. V istem letu je prihodek od turizma v Švici znašal čez 15 milijard švicarskih frankov (bfs.admin.ch), kar je po tedanjem menjalnem tečaju znašalo 10 milijard €.

D.2.1.5 PROSTOČASNE IN RAZISKOVALNE DEJAVNOSTI

Prvi zametki turizma v Alpah so se pojavili v 18. stoletju, ko so se elitne skupine navduševale nad "prijetno grozljivim občutkom", ki so ga v njih povzročale alpske stene. Toda prehod iz te romantične perspektive do prvega alpinizma je bil zelo kratek (MacFarlane, 2005).

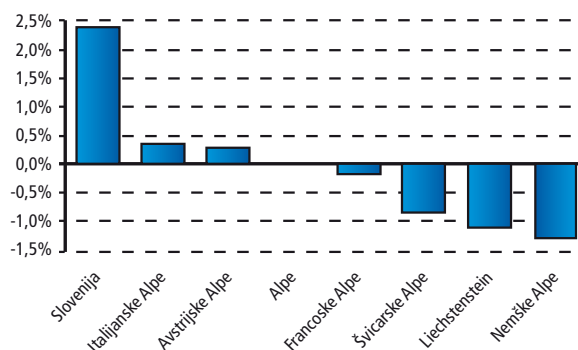
Turistične in prostočasne aktivnosti v alpskem loku so svoj razcvet doživele v 19. stoletju, ko so postala priljubljena termalna zdravilišča, predvsem tudi zaradi še naprej prisotne romantične predstave o veličastnosti gora. Sprva je bilo gornišvo v Alpah pomembno tudi iz znanstvenih razlogov, povezanih z gradnjo planinskih koč in poti. Večina obiskovalcev je v planine prišla poleti. S prihodom železnice v 50-ih letih 19. stoletja so v gore pričeli prihajati mestni prebivalci, da bi se naužili svežega alpskega zraka. Zimski športi so se pričeli resno razvijati v 20. stoletju s postopnim pojavljanjem vse bolj organiziranih smučarskih objektov. S snegom in ledom povezani športi so se razcveteli med obema

Razvoj nočitev v hotelih v zimski sezoni (november – april)



1995-2010, v %
Vir: Različni statistični uradi

Razvoj nočitev v hotelih v poletni sezoni (maj – oktober)



1995-2010, v %
Vir: Različni statistični uradi

vojnama in svoj vrh priljubljenosti dosegli v v 30-ih letih prejšnjega stoletja (Rolland, 2006). V zadnjih desetletjih se je v Alpah razvila vse bolj raznolika turistična ponudba, v okviru katere imajo vedno večji pomen novi športi in nove aktivnosti (Bätzing, 2005).

Po drugi svetovni vojni so se zaradi novih pričakovanih gostov razvile nove oblike turizma (npr. termalni turizem, eko turizem, kolesarske počitnice, kmečki turizem, kulinarčni turizem, itd.), kar je povzročilo tudi diverzifikacijo poletnih aktivnosti na prostem (gorsko kolesarstvo, skalno plezanje, soteskanje, jadralno padalstvo, ...). Do podobnega pojava je prišlo tudi v zimski sezoni. Infrastruktura v alpskem smučanju se je nenehno razvijala, pojavili pa so se novi športi kot so tek na smučeh, krpljanje, sankanje, heli-smučanje in deskanje (SAB, 2010).

Globalna človekova dejavnost, turistična ali ne, pomembno vpliva na omenjene zimske in poletne športe. Ena od posledic podnebnih sprememb je lahko tudi ta, da bo vse več nizko ležečih alpskih smučarskih središč, ki zaradi pomanjkanja snega ne bodo odprta skozi celotno zimsko sezono, pa čeprav imajo potrebno opremo za proizvodnjo umetnega snega (Angelini in Cetara, 2007 in Bürki, 2003). V tem pogledu podnebne spremembe že sedaj vplivajo na priložnosti in raziskovalne aktivnosti (OECD, 2007 in 2008).

Podnebne spremembe že neposredno vplivajo na priložnosti in raziskovalne aktivnosti. Čeprav imajo škodljive družbene, okoljske in gospodarske posledice (npr. povečan pritisk na vire, višji infrastrukturni stroški), se zaradi tega hkrati odpirajo nove priložnosti (npr. razvoj in razširitev ponudbe na področju ne-snežnih aktivnosti in poletnih počitnic). Zavedajoč se, da se pričakovanja strank spreminjajo in da morajo ponudniki izboljšati kakovost svojih storitev, so se v številnih alpskih regijah odločili, da bodo razširili svojo ponudbo turističnih aktivnosti, še posebej z uvedbo in izkoriščanjem naravnih rezervatov. Ta vrsta investicije se je že pokazala kot dobičkonosna, tako poleti kot tudi pozimi.

Smučišča: smučarske žičnice, energija in umetno zasneževanje

Smučišča se srečujejo s specifičnimi zahtevami gostov glede ponudbe aktivnosti in infrastrukture. Zaradi tega so v drugi polovici 20. stoletja različna smučišča sprejela različne ukrepe. Na splošno so zahteve gostov postale bolj vsestranske, kar pomeni, da današnji turist ne smuča več od 6 do 8 ur dnevno, temveč le od 4 do 6 ur dnevno (Reynaud, FIANET, 2012). Dodatne aktivnosti veljajo kot dopolnilo in ne kot nadomestilo za smučanje.

Stroški elektrike, ki je potrebna za delovanje smučarskih naprav, znašajo 8-10 % vseh stroškov obratovanja smučišč (30-50 % so stroški plač, 10-20 % pa stroški vzdrževanja in delovnega materiala). Zaradi višine stroškov so začeli iskati energetske učinkovite metode in leta 2012 pripravili model dobrih praks po imenu "Mountain in motion (Gora v gibanju)", ki so ga podpisala številna smučišča v Franciji (Reynaud, FIANET, 2012).

Čeprav smučišča podnebnih sprememb zmeraj ne obravnavajo kot enega glavnih izzivov, saj je časovni okvir predvidenih sprememb veliko širši kakor gospodarski časovni okvir (rentabilnost smučarske naprave je približno 20 let), je umetno zasneževanje najbolj razširjena prilagoditev na podnebne spremembe v Alpah, saj ima sneg ključno vlogo v alpski zimski turistični ponudbi. Toda odzivi nižje ležečih smučišč na pomanjkanje snega ob umetnem zasneževanju vendarle vključujejo tudi razširitev ponudbe. V nekaterih delih Alp lahko tako opazimo trend usmerjanja k celoletnemu turizmu.

Zaradi velike porabe vode in energije, je umetno zasneževanje zelo drago, kljub temu, da se morda zdi zelo dobičkonosno za večino smučišč. V zadnjih dveh desetletjih je bilo v tehnologijo zasneževanja vloženo več sto milijonov €, čeprav ta tehnologija še zmeraj ne pokriva vseh stez. Leta 2004 je bilo z zasneževanjem pokritih 27 % smučarskih stez v Alpah (CLIMCHALP Project). Danes se je ta delež povečal; večina smučišč je opremljena s tehnologijo umetnega zasneževanja na najbolj kritičnih delih smučišča (npr. 76,9 % smučišč v Italiji leta 2007, medtem ko je leta 2004 ta delež znašal 40 %, MATTM in EURAC Research). Zasneževanje je bilo in bo ostalo pomembno orodje za spopadanje z vremensko spremenljivostjo, ki bo deloma nadomestilo napovedan upad naravnega snega (Scott in McBoyle, 2007).

Obratovalni stroški so odvisni od porabe energije in vode in so povezani s temperaturami (višje temperature pomenijo večjo porabo in višje stroške, OECD, 2007). Če upoštevamo sezonsko porabo energije v višini 25.700 kW/ha (Conseil General de l'Environnement et du Developpement Durable, Badré, Prime, Ribière) in italijanske cene energije iz leta 2007 (srednja končna cena električne energije na trgu po podatkih "Autorità per l'energia elettrica e il gas", 2008), lahko izračunamo porabo v višini 1.880 €/hektar, kar bi pri srednje velikem smučišču (40 hektarjev, od katerih je 24 opremljenih s tehnologijo zasneževanja, Avtonomna regija doline Aoste, Subalpsko meteorološko društvo) pomenilo letno porabo energije v višini 45.000 €. Strošek vode znaša od 284 € do 516 € na hektar letno², čeprav danes le redka smučišča kupujejo vodo iz vodovoda (10 % v Franciji leta 2007-2008,

2. Razlaga italijanskih cen (Federutility, 2009) po podatkih WWF (WWF ITALIA, *Alpi e turismo: trovare il punto di equilibrio; Collana Ecoregione Alpi n°1, Milano, 2006*) in Marnezy (MARNEZY ALAIN, *Alpine dams: from hydroelectric power to artificial snow, v: Revue de Géographie Alpine, Mars 2008, Tome 96 n°1*).

Marnezy, 2008), saj se z gospodarskega vidika veliko bolj ugodno, da se zgradijo majhna zajetja vode.

Poraba energije, vode in ekologija ter vpliv na krajino so glavni zunanji učinki, ki jih je potrebno upoštevati (Abbegg v Weiermair et al., 2011).

Poraba energije za umetno zasneževanje na splošno ni izjemno visoka. V dolini Aoste tako za zasneževanje letno porabijo 9 % (16,4 GWh) letne porabe na gospodarstvo (Avtonomna regija doline Aoste, Regionalna vlada Avtonomne pokrajine doline Aoste, Subalpsko meteorološko društvo, 2006).

Pri porabi vode se ocene močno razlikujejo, saj se gibljejo od 2.200 m³ na hektar letno (WWF, 2006) do 4.000 m³ (CIPRA, 2004; Marnezy in Rampnoux, 2006). Ti podatki so vsekakor odvisni od posameznega leta, čeprav velja splošni dogovor, da je za proizvodnjo 2-2,5 m³ snega potreben 1 m³ vode (Marnezy in Rampnoux, 2006). Čeprav je poraba vode na lokalni ravni lahko precejšnja (npr. v Davosu (CH) predstavlja 21,5 % letne porabe vode, v Scoulu (CH) pa celo 36,2 %, Abegg, 2011), je treba dodati, da so na večini smučišč naredili zasebna vodna zajetja (ki omogočajo prihranek energije in ne vplivajo na razpoložljivost vode v času njenega pomanjkanja in največjih obremenitev, vendar imajo velik vpliv na krajino; Marnezy in Rampnoux, 2006) in da se 2/3 vode vrne v rečno korito z nekaj tedensko zamudo, saj se zaradi evapotranspiracije porabi le 30 % vode (De Jong, 2007).

Druge posledice umetnega zasneževanja, ki jih je treba upoštevati, so odvisne od celotne infrastrukture za

zasneževanje (topovi, vodna zajetja, naprave za zajemanje vode in črpalke, vodne cevi in električno napajanje, zamrzovalne in električne naprave, skladišča, itd.; APAT, 2007). Pri tem je treba upoštevati tudi vpliv zasneževanja na prst na smučarskih stezah (Wipf et al., 2005) in okoliško vegetacijo (OECD, 2007, str. 48.).

Umetno zasneževanje lahko razumemo kot strategijo prilagajanja, še posebej za kratko do srednjeročno obdobje, na napovedano rast temperatur, kar posledično pomeni večje stroške in več tehničnih težav pri vzdrževanju snežne odeje. Drugi tehnološki ukrepi prilagajanja z manjšo porabo virov, ki ohranjajo smučarsko usmerjeno strategijo, vključujejo:

1. načrtovanje smučarskih prog (krajinska ureditev) in urejanje, da bi izkoristili topološke značilnosti smučišča;
2. upravljanje smučišč in snega, kamor spadajo tudi snežne zaloge;
3. koncentracija smučišč na višji nadmorski višini in na ledenikih ter razvoj novih kabinskih žičnic (Elsasser, Bürki, Climate Change as a Threat to Tourism in the Alps, Climate Research, 2002).

Zadnja točka je še posebej občutljivo vprašanje, saj: (a) je okolje na višji nadmorski višini bolj krhko in je tveganje za naravne nesreče večje; (b) so stroški investicije in vzdrževanja višji, zaradi česar je večja tudi zadolženost smučišča; (c) se poveča tudi vpliv na okolje (OECD, 2007). Druge rešitve za prilagoditev alpskega zimskega turizma podnebnim spremembam bi lahko ležale v vedenjskih in sodelovalnih strategijah, strategijah za zmanjšanje tveganja in ekstremnih strategijah (Elsasser in Bürki, 2002; Elsasser in Messerli, 2001).

Primeri dobre prakse

Nadzor na smučiščih

Številne interesne skupine v smučarski industriji (smučišča, zasebni operaterji) želijo izboljšati svoje prakse, da bi povečali svojo gospodarsko uspešnost, izpolnili pričakovanja svojih gostov in ohranili svoje okolje. Preverjanje njihovega delovanja in načinov upravljanja je eden od številnih načinov, kako to doseči.

V Alpah so nedavno že pričeli izvajati nekatere zanimive rešitve, vendar bo za analizo njihove učinkovitosti potrebnega več časa.

Nadzor na smučiščih (FL)

Širši pristop predstavlja eko-nadzor fundacije "pro natura – pro ski" iz Liechtensteina na smučiščih. Fundacija vsako drugo leto podeli nagrado tistemu smučišču, ki je pripravljeno izvesti določene aktivnosti za izboljšavo smučišča (npr. delovati kot biotop in habitat) in se izogniti negativnim vplivom smučišča na okolje. Kot prvo je treba izdelati okoljsko oceno, razviti okoljski program in sistem za upravljanje okolja, nato pa oblikovati okoljsko deklaracijo. www.skiaudit.info/en/home.html

Francoska smučišča: listina dobre prakse (F)

Francosko združenje žičničarjev (Francoska smučišča) išče način za implementacijo dobrih praks, ki bi omejile porabo elektrike v smučarskih centrih.

Po dolgem posvetovanju s smučišči in francoskim elektro podjetjem *Electricité de France* (EDF) so leta 2010 zapisali

listino dobre prakse, ki so jo že začeli izvajati v glavnih alpskih smučiščih. Vsebina listine je naslednja:

- imenujte predstavnika smučišča ali združenja,
- implementirajte orodja za nadzor električne energije,
- vzpostavite eko-program delovanja smučarskih naprav,
- vzpostavite eko sistem umetnega zasneževanja,
- preučite račune za električno energijo in pogodbe s ponudniki električne energije,
- omejite reaktivno energijo s pomočjo elektroenergetskega omrežja ERDF,
- zmanjšajte stopnjo porabe,
- vključite energetske učinkovitost v novo projektno specifikacijo,
- optimirajte obstoječe objekte,
- prispevajte k izmenjavi dobrih praks znotraj vašega poklica.

Listina za trajnostni razvoj gorskih letovišč (F)

Od leta 2007 Francosko združenje županov visokogorskih turističnih občin (ANMSM) sodeluje s Francosko agencijo za okolje in energijo (ADEME) in nevladno organizacijo Mountain Riders pri implementaciji "nacionalne listine za trajnostni razvoj gorskih letovišč". Ta listina je na voljo vsem visokogorskim letoviščem in predstavlja svetovni okvir ocenjevanja, upravljanja in ukrepov, ki so prilagodljivi lokalnim posebnostim.

Leta 2011 je to listino podpisalo 50 gorskih letovišč, ki so se zavezala k zagotavljanju stalnega napredka z naslednjimi štirimi koraki: imenovanje okoljskega nadzornika med vodstvom turističnega središča; postavitev diagnoze trajnostnega razvoja; ustanovitev lokalnega odbora s člani z različnih področij, npr. člani združenj, strokovnjaki, uradniki; priprava in izvedba akcijskega načrta za naslednja 3 leta in naslednjih 10 let.

"Eko-vodnik" po gorskih turističnih središčih in projekt "zelena snežinka" (F)

V preteklih šestih letih je nevladna organizacija Mountain Riders pomagala 100 gorskim turističnim središčem oceniti njihove aktivnosti z "eko-vodnikom", ki ocenjuje ukrepe za spodbujanje trajnostnega razvoja. Ocenjevanje temelji na različnih kriterijih, ki so bili določeni v sodelovanju s strokovnjaki iz različnih področij, kot so odpadki, recikliranje, energija, prevoz, itd.

Združenje si prizadeva za razvoj "eko znaka za okolje" za gorska turistična središča in optimizacijo njihovih storitev. "Zelena snežinka" bo okoljski in družbeni znak, s katerim bodo nagradili gorska turistična središča za njihova prizadevanja na področju trajnostnega in inovativnega razvoja. Znak bodo podelili po tem, ko bo neodvisni organ pregledal gorska turistična središča. Glede na število zbranih točk (s pomočjo ocenjevalnega postopka z zelo visokim standardom zavezanosti) bodo "snežinko" turističnim središčem podelili skupaj z dokumentom o nadzoru.

Turistična raznolikost v dolini Argentière-La-Bessée (F)

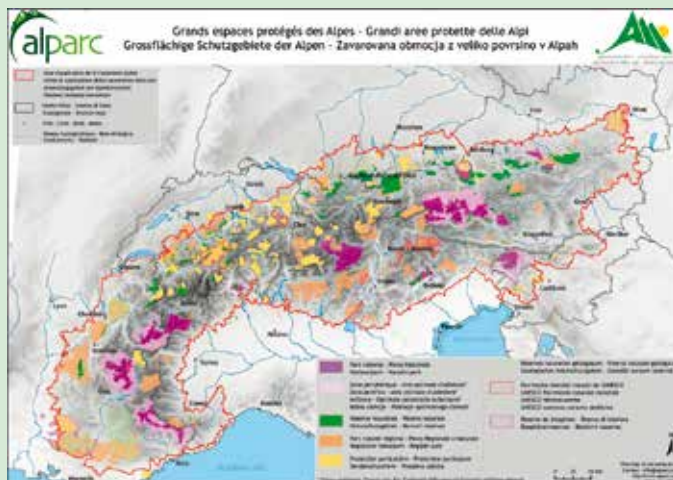
V alpskih državah so se pojavili številni primeri turistične raznovrstnosti za spodbujanje alternativ smučanju, tako pozimi kot poleti. Med temi primeri je tudi Argentière-La-Bessée (Hautes Alpes – Francija), ki ga je fundacija Pro Natura - Pro Ski leta 2009 odlikovala, kot že omenjeno, v okviru natečaja za trajnostni turizem, ki ga organizira Alpska konvencija. Gorski- in športno-turistični delavci so se naselili v tej, nekdanji industrijski dolini, ki je trenutno v procesu preoblikovanja. Razvili so različne priložnostne dejavnosti; nekatere povezane z vodo, kot so mednarodni znani snežni stadioni, soteskanje, ali plezanje na zaledenelih slapovih ter druge aktivnosti, kot so pohodništvo, plezanje in gorsko kolesarjenje. Ta občina se imenuje "Porte de la Haute Montagne / High Mountain Door" in se deloma nahaja v Narodnem parku Ecrins.

Turizem na zaščitenih območjih

Nacionalni parki in naravni rezervati – različnih velikosti in z različnimi stopnjami zaščite, ki je odvisna od posamezne države in veljavnih sporazumov – so idealni za trajnostni turizem, saj so tradicionalne človekove dejavnosti, ki jih na teh območjih izvaja, združljive s priložnostnimi in raziskovalnimi dejavnostmi v poletni in zimski sezoni. Naravni rezervati imajo poleg zaščite narave, ki je njihova glavna naloga, pogosto tudi dodatno nalogo – spodbujati regionalni gospodarski razvoj (www.alparc.org).

www.champagricola.fr

www.valais-terroir.ch



Slika 32: Zemljevid večjih zaščitnih območij v alpskem loku (www.alparc.org),.Različica: februar 2012.Spremnno besedilo: Področje veljave Alpske konvencije; Državne meje; Mesto Hidrološka mreža Nacionalni park; Periferno področje – optimalno člansko področje (samo Francija); Naravni rezervat; Regijski park; Posebna zaščita; Geološko zaščiteno območje; UNESCO območje svetovne dediščine; Biosferni rezervat.

Dobrač, prvi naravni park na avstrijskem Koroškem (A)

Do 70-ih let prejšnjega stoletja je bilo smučišče Dobrač pomembno za regionalno gospodarstvo in je bilo celo prireditelj FIS tekmovanj v smučanju. Toda zmanjšanje snežne odeje v 80-ih letih je močno zmanjšalo tudi donosnost smučarskih naprav. Videti je bilo, da je edina možna rešitev postavitev infrastrukture za umetno zasneževanje.

Ker žičničarji niso mogli sami financirati infrastrukture za zasneževanje, so bili odvisni od javnih investicij iz Beljaka. V letih 1995 in 1996 se je mestni svet odločil, da ne bo več investiral v umetno zasneževanje in bo denar namenil le osnovni smučarskim aktivnostim. Svojo odločitev je podkrepil z uredbo o varstvu voda. Do preobrata je prišlo leta 1996, ko je računsko sodišče v poročilu nasprotovalo zasneževanju zaradi zaščite voda. Računsko sodišče je v poročilu navedlo, da bi pretirana uporaba vode iz zaščitnih vodnih izvirov na gori Dobrač ogrozila preskrbo s pitno vodo v Beljaku. Leta 1998 je bilo smučišče dokončno zaprto. Leta 2002 so pričeli z odstranjevanjem smučarskih naprav, jeseni istega leta pa je bila na Dobraču uradna otvoritev prvega naravnega parka na avstrijskem Koroškem.

Naravni park je danes zelo uspešen in oglaševan kot neponovljiva zimska ponudba brez smučarskih naprav. Leta 2008 je Dobrač prejel nagrado za naravni park, ki ji je leta 2010 sledila še okoljska nagrada. Poleti 2012 je bila blizu vrha gore odprta renovirana gorska kočja Dobrač s pozitivno energijo, ki je dosegljiva le peš.

Beljak danes predstavlja vzor uspešnega gospodarjenja z vodami. Je tudi prvo alpsko mesto, ki svojim prebivalcem omogoča, da prek mobilnega telefona preverijo trenutno porabo vode v svojem domu in jo primerjajo z nacionalnim povprečjem (Koenighofer, 2007).

Idrija, Alpsko mesto 2011– Geoturizem (SI)

Idrija je majhno rudarsko mesto na obronkih Slovenskih Alp in leži južno od Triglavskega narodnega parka na meji med Alpami in Krasom. Idrija, mesto s 500-letno tradicijo rudarstva v rudniku živega srebra, izdelavo tradicionalnih idrijskih čipk in s svojo neokrnjeno naravo, ter mesto Almaden v Španiji sta bila 30. junija 2012 uvrščena na seznam svetovne dediščine



Slika 33: Antonijev rov v Idriji



Slika 34: Staro mestno jedro Idrije

UNESCO. V preteklosti je bil rudnik živega srebra v Idriji drugi največji rudnik na svetu, danes pa je Idrija središče visoke tehnologije s skoraj 0 % rastjo brezposelnosti. Mesto je za svojo zavezanost k varovanju podnebja – pridobivanje lokalne energije iz obnovljivih virov s ciljem zmanjšati izpuste CO₂ – in za projekt zmanjševanja svetlobnega onesnaževanja prejelo tudi naziv "Alpsko mesto 2011". Po prejemu naziva Alpsko mesto, je bil ustanovljen Geopark Idrija. Njegov namen je zaščita geološke, kulturne in naravne idrijske zgodovine in razvoj trajnostnega turizma z razširitvijo mreže kolesarskih in pohodniških poti.

www.geopark-idrija.si

Klub Qualità Parco (I)

Klub Qualità Parco je bil ustanovljen leta 2005 na pobudo številnih hotelirjev, ki so za svoje dejavnosti že prejeli certifikat naravnega parka Adamello Brenta. Klub si prizadeva, da bi njihove storitve še naprej ostale produktivne, da bi njihovi člani še naprej spoštovali naravo in to spoštovanje tudi spodbujali ter da ne bi zanemaril svoje družbene odgovornosti do lokalnega področja, zaposlenega osebja in gostov.

Vsak hotel se zaveže, da bo zagotovil: (1) določeno občutljivost do okoljske trajnosti, pazljivo in gospodarno uporabo ekoloških čistilnih sredstev, sisteme za varčevanje energije, nižje emisije plinov, ki onesnažujejo zrak, omejeno količino odpadkov, ločeno zbiranje odpadkov, itd.; (2) ljubeznivost: vsak hotel gosta sprejme z dobrodošlico in mu da potrebne napotke za raziskovanje naravnega parka in kulture Trentina, ter vznemirljivih lokalnih jedi in okusnih domačih izdelkov; (3) elektronsko kartico Park Card, ki obiskovalcem omogoča dostop do bogate in raznolike ponudbe doživetij na deželi in odkrivanja lokalne kulture in hrane vključno s približno 50 brezplačnimi, neomejenimi (z izjemo muzejev) storitvami: parkirišča, zabava, izleti, avtobusne karte, vstopnina v park, muzeje in dvorce, poskušanje lokalnih izdelkov, itd.; (4) čuvaja parka, ki bo v začetku tedna gostom po njihovih željah organiziral počitnice v naravi ter jim nudil informacije o naravnem parku Adamello-Brenta in dogodkih med njihovim obiskom.

Zaradi svoje naravnosti je omenjeni klub edini projekt v Italiji, ki si je prislužil priznanje Evropske unije za izvajanje "dobrih praks družbene odgovornosti gospodarskih družb". Klub je pred kratkim dobil sponzorstvo Unescove fundacije za Dolomite.

www.visittrentino.it/en/articolo/dett/filosofia-club-qualita-parco
www.visitvaldinon.it



Slika 35: Naravni Park Adamello Brenta



Slika 36: Logotip kluba Qualità-parco

Bohinj Park Hotel, Energijsko varčen hotel (SI)

Bohinj Park Hotel je bil zgrajen z najvišjo stopnjo okoljske ozaveščenosti in je trenutno eden najbolj naprednih in energijsko varčnih hotelov v Srednji Evropi. To je hkrati tudi prvi eko hotel v Sloveniji, ki je pri gradnji upošteval visoke standarde za varstvo okolja.



Slika 37: Pustolovska karta Liechtenstein

Pustolovska karta "Liechtenstein all inclusive" (FL)

Pustolovska karta "Liechtenstein all inclusive" je trajnostni način odkrivanja Liechtensteina. Karta omogoča prost vstop na 23 razburljivih atrakcij, od muzejev do pokušine vin. Vanjo je vključen tudi javni prevoz, ki ga potrebujete, da bi na omenjene lokacije prišli brez avtomobila. Ponudba velja od enega do treh dni in je na voljo po zelo ugodni ceni. Več informacij najdete na:

www.tourismus.li/pdf_doc/Erlebnisspass_Web.pdf

Kakšnega okusa so gore

V kampanji "Kakšnega okusa so gore" trenutno sodeluje 88 planinskih koč. Cilj kampanje je ohraniti kulturno krajino, ki so jo oblikovali gorski kmetje, spodbujati regionalno gospodarstvo in odgovorno rabo virov in energije (npr. kratke razdalje). Skrbniki koč, ki sodelujejo v kampanji, se zavežejo, da bodo leto dni gostom nudili vsaj eno mesno jed, eno vegetarijansko jed, eno nealkoholno ter eno alkoholno pijačo lokalnega ali regionalnega izvora oz. proizvodnje. Veliko koč sicer nudi veliko več, na primer aromatično slanino (Speck), kmečki kruh, sveže maslo, okusen gorski sir, pinjenec in likerje. Vso hrano, ki je na voljo v okviru te kampanje, v koči neposredno pripravi njen lastnik, pri čemer je zaželen čim večji delež organske hrane.

Planinske kočice in njihovi skrbniki s tem projektom pomagajo zagotoviti preživetje gorskim kmetom in tako posredno pomagajo ohraniti kulturno krajino s tipičnimi alpskimi pašniki.

Kočice, ki sodelujejo v kampanji, so opremljene z ovalnim znakom krave, v kočah pa prodajajo tudi kozarce, sklede, lesene krožnike in odeje z enakim motivom.

Planinska društva Južne Tirolske, Nemčije in Avstrije si trenutno prizadevajo za osvežitev marketinškega gradiva in nadgraditev reklamne kampanje, da bi zagotovili kakovostno hrano in skrbnikom koč ponudili lastništvo, ter jih tako dodatno motivirali.



Slika 38: Kakšnega okusa so gore
© Gschwendtner und Partner, München

www.alpenverein.de/huetten-wege-touren/huetten/

huettenkampagnen/umwelt-kampagnen-entwicklung_aid_10220.html

www.alpenverein.at/portal/Huetten/Huettenbesonderheiten/So_schmecken_die_Berge.php

www.alpenverein.it/de/projekte/so-schmecken-die-berge-15_8017_141703.html

Konzorcij rdečega petelina (I)

Ena tretjina celotne Južne Tirolske je kmetijsko obdelana. K temu niso šteti gozdovi in neobdelana zemlja. Število kmetij, od najmanjših do največjih, je približno 26.500, od tega se jih 12.800 ukvarja z živinorejo. Na Južnem Tirolskem, kjer se vinogradi in nasadi razprostirajo do 1.000 metrov nadmorske višine, je bilo kmetijstvo vedno zelo pomembno. Večina kmetij nad 1.000 metrov se ukvarja s pridelavo mleka. Ker je na Južnem Tirolskem prisotno predvsem malo kmetijstvo, se kmetje zelo težko preživljajo izključno s kmetijstvom.

Zaradi padanja cen njihovih izdelkov se vse več kmetov odloča za dodaten prihodek od nekmetijskih dejavnosti. Usklajevanje kmetije z dodatnim delom močno bremeni družinsko življenje, zato združenje Rdeči petelin podpira lokalne kmete z omogočanjem dodatnega prihodka za kmetijo. S tem združenje tudi zagotavlja trajnostni razvoj ruralne kulture na Južnem Tirolskem in ljudem omogoča stik z ruralnim svetom.

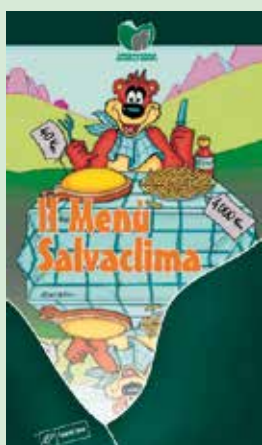
"Rdeči petelin" poskuša z uspešnim usklajevanjem kmetijstva in turizma zagotoviti, da se bo kmečko življenje nadaljevalo na trajnostni način. Zaščiteno blagovno znamko "Rdeči petelin" je za kmetije s turistično ponudbo na Južnem Tirolskem leta 1999 ustanovila Južnotirolska kmečka zveza. Od leta 2003 je "Rdeči petelin" prisoten tudi v kategorijah "kmečke gostilne in bari" ter "kakovostni kmečki izdelki" na Južnem Tirolskem. Na ta način se ustvarja dodaten prihodek neposredno za lokalne kmete, hkrati pa imajo od tega korist tudi dopustniki. Tradicionalno kmečko življenje, ki ponuja kmečke izdelke, avtentično vzdušje, gostoljubje in zbljuje človeka z naravo, je resnično prijetna počitniška izkušnja, ki jo je dandanes težko najti.



Slika 39: Rdeči petelin: dodatni prihodek za kmetijo; © Južnotirolska kmečka zveza



Slika 40: Rdeči petelin: kvaliteta za goste; © Južnotirolska kmečka zveza



Slika 41: Menu "Rešimo podnebje" © Naravni park Adamello Brenta

Strogi kriteriji in redni nadzor "Rdečega petelina" zagotavljajo najvišjo kakovost za goste ter nadaljnje preživetje in razvoj ruralne kulture Južne Tirolske tudi za prihodnje generacije. Na prvi pogled so najpomembnejši osnovni pogoji za to avtentična, neokrnjena narava in slikovita deželna krajina, osebno vzdušje, družini-prijazne in manjše kmetije, prijetno in udobno okolje z naravnimi materiali, "vidna" izkušnja kmetijstva, kmečki izdelki in praktično kmečko doživetje ter dobro razmerje med ceno in kakovostjo storitve.

Menu salvaclima (meni "Rešimo podnebje"), Naravni park Adamello Brenta (I)

Projekt "Menù salvaclima" oz. "Rešimo podnebje" se je pričel leta 2008. Gre za posebni meni, ki ga trenutno nudi devet sodelujočih restavracij na področju naravnega parka Adamello Brenta, in navaja vpliv vsake jedi na okolje, ki se meri v kilogramih emisij ogljikovega dioksida. Namen menija je spodbuditi obiskovalce restavracije k izbiri "okolju prijazne" jedi.

www.pnab.it/



Slika 42: Planinske kočice okusa © APT-Visit Trento

I rifugi del gusto ("Planinske kočice okusa") (I)

Oddelek za kmetijstvo, gozdarstvo, turizem in oglaševanje avtonomne pokrajine Trento v sodelovanju z drugimi inštitucijami organizira komunikacijski dogodek "Planinske kočice okusa". Osrednji del dogodka predstavlja posebni meni, posvečen lokalnim proizvodom in jedem iz regije Trentino. Namen tega je opozoriti na podaljšan delovni čas objektov na visoki nadmorski višini. Leta 2012 je bilo od 22. septembra do 7. oktobra odprtih 44 gorskih koč, v katerih so nastanili stranke, ki so želele poskusiti tradicionalne jedi, pripravljene po receptu vrhunskih kuharjev, da bi na ta način obnovili kulinarčno tradicijo regije Trentino.

Kampanja "Spoštuj svoje meje" (CH)

V zadnjih letih so na priljubljenosti pridobivali zimski športi na različnih snežnih površinah. Za živali in rastline pa takšen razvoj v času hude zime predstavlja dodatno nevarnost in dodaten stres. Da bi se izognili konfliktom in športnim navdušencem še naprej omogočali uživanje v naravi, bi morali slednji svoje vedenje narediti okolju bolj prijazno. Namen kampanje "Spoštuj svoje meje", ki jo podpira Švicarski zvezni urad za okolje, Švicarski planinski klub in različni partnerji turistične industrije, je večja ozaveščenost zimskih športnikov o teh vprašanjih. Kampanja uvaja naslednja osnovna pravila, ki jih morajo navdušenci nad zimskimi športi upoštevati:



Slika 43: Plakat "Spoštuj svoje meje"

živali. Rešitev temelji na spoštovanju in razumevanju. Za Švico je takšno partnerstvo med varstvenimi in turističnimi inštitucijami unikatno.

Kampanja je sicer prvotno nastala v avstrijski deželi Predarlško, kjer jo je leta 2003 objavila regionalna vlada. Danes podobne projekte poznajo tudi v drugih avstrijskih regijah, kot tudi v nemški zvezni deželi Bavarski in na Južnem Tirolskem. www.respektiere-deine-grenzen.ch



Slika 45: Okolju prijazno turno smučanje

najboljših poteh. Tako je bilo mogoče uskladiti interese turnih smučarjev z ohranjanjem narave. Za več informacij pišite na Manfred.Scheuermann@alpenverein.de



Slika 44: Naslovnica brošure "Spoštuj svoje meje"

1. spoštuj zaščitena območja in območja počitka divjih živali,
2. ostani na označenih progah in poteh,
3. izogibaj se gozdnega roba in področij brez snega,
4. pse pripni na povodec, še posebej v gozdu.

S sodelovanjem med javnimi in turističnimi deležniki naj bi prišli do rezultatov, s katerimi pridobijo vse strani: športna industrija, zimski športni navdušenci in divje

Okolju prijazno turno smučanje (D)

Okolju prijazno turno smučanje je projekt, ki ga je Nemška planinska zveza (DAV) pripravila leta 1995, da bi turne smučarje usmerila na okolju prijazne poti. Le te so razvili s pomočjo obsežnega raziskovalnega dela o stopnji in posledicah motenj, ki jih za divje alpske živali pozimi predstavlja smučanje, v kombinaciji z lokalnim znanjem, zbranim v postopku, ki je združil javno upravo in zasebne deležniki v regiji. Vse okolju prijazne poti so zabeležene na 22 regionalnih zemljevidih Nemške planinske zveze, ki so izšli od leta 2012. Informacije in publikacije, ki nagovarjajo člane planinske zveze, ter sistem signalizacije, ki se prične že na parkiriščih v bližini destinacij za turno smuko, pomagajo voditi turiste po

D.2.1.6 OCENJEVANJE POTOVANJA

Kot je bilo omenjeno v poglavju D.2.1.1 "Informacije o potovanju, rezervacija", je vzpon informacijskih in komunikacijskih tehnologij (IKT) v zadnjem desetletju dvajsetega stoletja povzročil revolucijo v smislu zagotavljanja turističnih informacij in rezervacij dobrin in storitev. Gost/obiskovalec se je spremenil v marketinškega predstavnika alpskih letovišč oz. vseh turističnih destinacij.

Tradicionalen in še vedno učinkovit način ustnega širjenja informacij dopolnjuje in poživlja interaktiven in participatoren splet 3.0. (razširitev participatorne tehnologije in socialnih omrežij spleta 2.0, na primer Facebook, v tridimenzionalen prostor). Ti kanali ne omogočajo turistom in dnevnim obiskovalcem zgolj iskanja zanesljivih informacij o destinaciji, temveč jim dajejo možnost izražanja (pozitivnih ali negativnih) mnenj o svojih izkušnjah in izdelkih, ki so jih uporabili. Kakovost ponujenih storitev ob obisku ali na počitnicah je tako postala še toliko bolj odločilen dejavnik.

Kot poudarja zbirno poročilo projekta Francija-Švica Interreg IVA o inovacijah v turizmu (Rouard et al., 2011), poteka na področju turizma med ponudniki in uporabniki izenačevanje – lahko bi celo rekli preobrat. Zaradi socialnih omrežij,

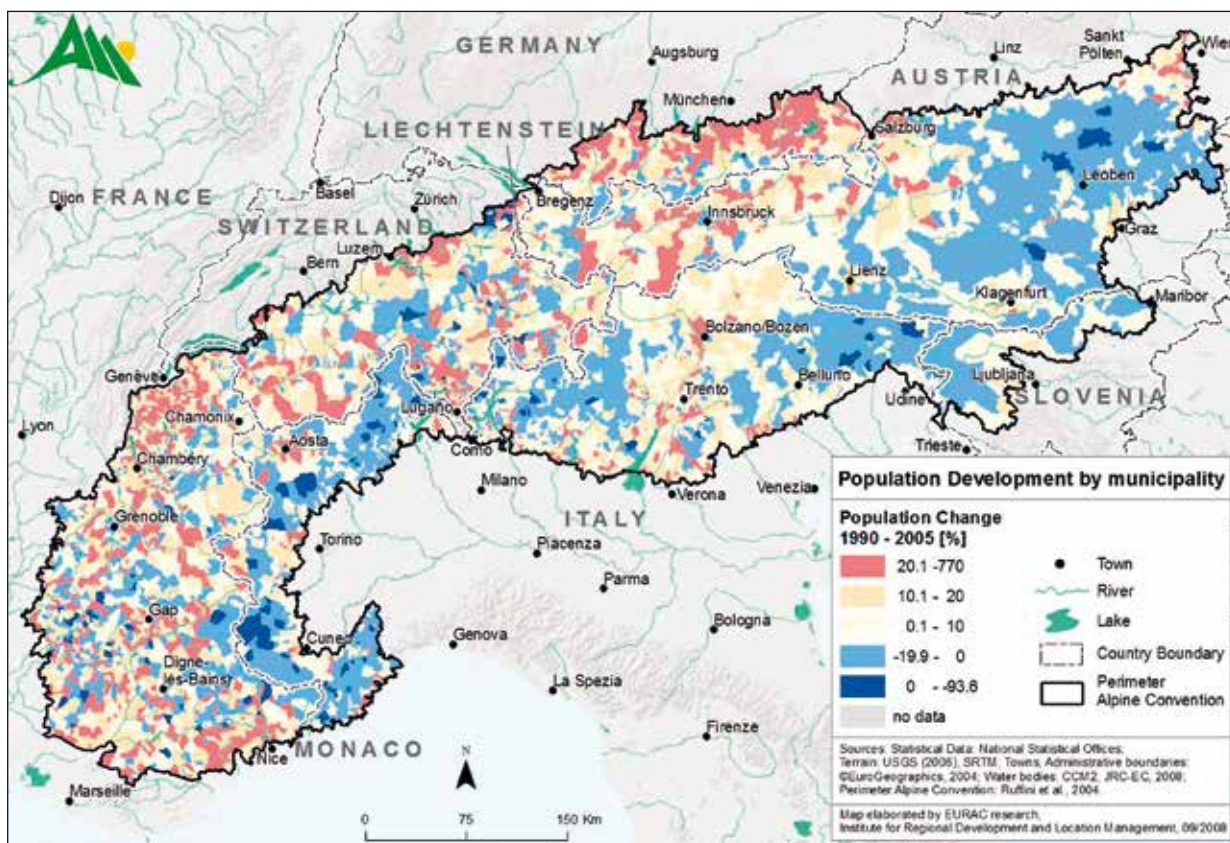
razvoja novih funkcij in uporabe pametnih telefonov, so postali kupci turističnih destinacij učinkoviti soustvarjalci vrednosti. Ker imajo negativni komentarji vedno močnejši vpliv kot pozitivna mnenja, splet izumlja nove načine promocije in "prodaje" območij, kar vključuje znatne ekonomske interese in potencial uspeha ali neuspeha.

D.2.2 SOCIALNI VIDIKI TURIZMA V ALPAH

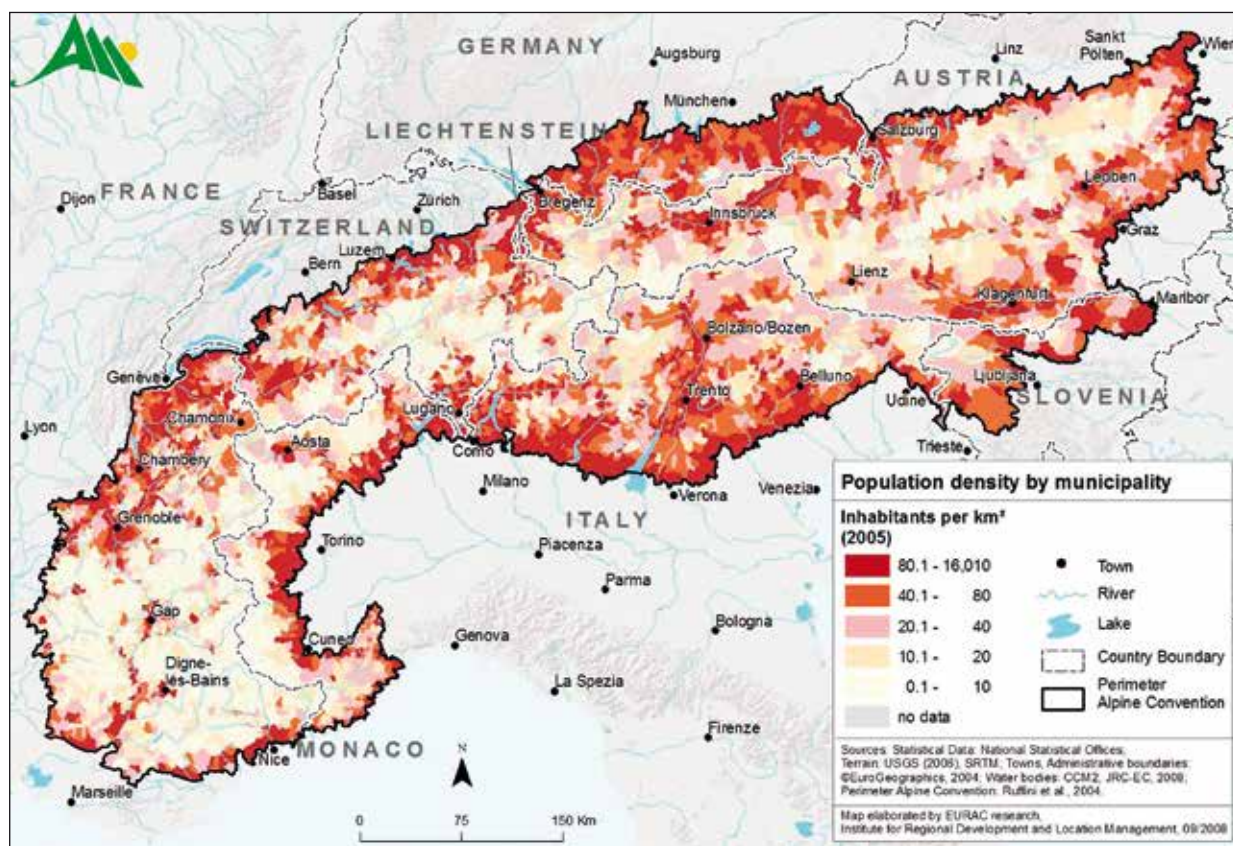
Predstavitel položaja trajnostnega turizma v Alpah v predhodnih poglavjih se v največji meri usmerja k ekološkim in ekonomskim vidikom. Če se želimo dotakniti vseh treh stebrov trajnostnega razvoja, ta poglavja ne bi bila popolna brez omembe socialnih vidikov turizma.

D.2.2.1 RAZVOJ TURIZMA, DEMOGRAFIJA IN ZAPOSLOVANJE

V alpski regiji turizem že dolgo spodbuja demografsko rast (oziroma zavira demografski upad). Seveda to še posebej velja za tiste skupnosti, ki so se razvile v letovišča in za območja, ki so bila pod neposrednim vplivom njihovega



Slika 46: Razvoj prebivalstva po občinah 1990-2005



Slika 47: Gostota prebivalstva po občinah – 2005

uspeha. Če gledamo geodemografske zemljevide, ki povzemajo spremembe populacije alpskih občin v zadnjih desetletjih ali celo skozi daljše obdobje (Bätzing, 2005), dejansko opazimo rdeča mesta, ki zaznamujejo porast populacije celo v tistih območjih, kot na primer v Zahodnih Alpah, ki so bila dolgo časa označena z modro in temno modro barvo, ki pomeni nepretrgan in velikokrat hud demografski upad. Ta rdeča mesta v večini primerov predstavljajo letovišča.

Klasičen primer je občina Davos (CH), katere populacija je narasla iz 1.680 v letu 1850 na 8.089 v letu 1900 ter na 11.164 v letu 1930 (Jost, 1951). Kadar je rast tako izjemna, se delež "lokalnega" prebivalstva drastično zmanjša. V letu 1850 so predstavljali pripadniki *Bürgergemeinde* (v večini potomci tradicionalnih lokalnih družin) 85 % prebivalstva, stoletje kasneje samo še 15 %. Toda skupno število teh prebivalcev je ostalo skoraj nespremenjeno. V drugih letoviščih lahko poteka razvoj drugače. Kadar kvalificirana delovna mesta zasedejo strokovnjaki iz drugih krajev, lahko še tako uspešen razvoj turizma poteka mimo lokalnega prebivalstva, ki bo morda še vedno primorano zapustiti domač kraj, da jih bodo lahko zamenjali priseljeni kvalificirani delavci.

To jasno nakazuje, da je na eni strani turizem ustvarjal in še vedno ustvarja možnosti zaslužka in da lahko igra izjemno vlogo pri spodbujanju demografske rasti oziroma stabilizacije gorskih skupnosti. Na drugi strani pa lahko vodi do znatnih sprememb v sestavi prebivalstva, včasih celo do točke, ko lahko postane jasno razlikovanje med "lokalno" skupnostjo, ki je gostitelj, gostujočo skupnostjo, ki vključuje priseljene delavce in morda med turisti samimi, težko (De Rossi in Ferrero, 2000).

Te uvodne opombe spomnijo na to, da si je, medtem ko gre demografski in ekonomski učinek turizma v Alpah le stežka podcenjevati, potrebno postaviti številna vprašanja. Predvsem se moramo vprašati:

- Kakšen je vpliv turizma na trg dela v Alpah in na stopnjo brezposelnosti (lahko bi, na primer, dokazali da ostaja kmetijski sektor bolj stabilen v turističnih območjih kot pa v ne-turističnih območjih zaradi različnih priložnostih za delo, povezanih s turističnimi storitvami (Streifeneder, 2010))?
- V kolikšni meri vpliva razvoj turizma v Alpah na storitve, ki so bistvene za vsakdanje življenje, socialne ureditve, zdravstveno varstvo in storitve za invalide?
- Kakšen vpliv ima turizem na razvoj kulture v Alpah?

D.2.2.2. VPLIV TURIZMA NA LOKALNE SKUPNOSTI

V mnogih alpskih regijah ima turizem velik pomen pri ustvarjanju delovnih mest in povečanju dodane vrednosti regije. Ker lokalnih turističnih podjetij ni mogoče oddati v zunanje izvajanje (*outsourcing*) v tujino, predstavljajo le-ta zanesljive delodajalce.

Poleg številnih pozitivnih učinkov, ki jih prinaša turizem, lokalno prebivalstvo včasih tudi trpi zaradi visoke intenzivnosti turizma. Nekateri alpski turistični centri se na primer soočajo z naraščanjem splošnega demografskega pritiska in znatnimi sezonskimi razlikami v zaposlenosti. Masovni turizem lahko vodi do visokih življenjskih stroškov, cen zemljišč in dodatnih davkov zaradi turistične infrastrukture, kar lahko vodi do migracij lokalnega prebivalstva z nizko kupno močjo iz priljubljenih turističnih destinacij. Ti primeri kažejo, da je lahko nesorazmerno število turistov v primerjavi z lokalnim prebivalstvom za skupnost obremenjujoče. Prav tako je mogoče opaziti, da lahko turizem spremeni lokalno kulturo v proizvod. Znotraj alpske regije obstajajo primeri, ko so lokalne tradicije, navade in obrti omejene zaradi prilagajanja pričakovanjem turistov.

Glede na to ozadje je toliko bolj razveseljivo opazovati trend v smeri trajnostnega razvoja znotraj alpske regije, ki poskuša povezati ekonomske, ekološke in družbene vidike. Trajnosten razvoj je postal pomemben marketinški trend alpskega prostora, ki ga je v veliki meri mogoče pripisati rastočemu povpraševanju po počitnicah v naravi in počitnicah s spoznavanjem kulture, ter povpraševanjem po ekoloških in regionalnih izdelkih. Na srečo turizem prav tako ustvarja sinergije z drugimi ekonomskimi sektorji, kot so na primer rokodelstvo, gradbeništvo in trgovina, ki imajo veliko korist od naraščajoče potrebe po turističnih destinacijah. Poleg tega je v mnogih alpskih regijah turizem zaznamovan s tesnim sodelovanjem s kmetijstvom. Koncept "počitnica na kmetiji" predstavlja vitalen prispevek k trajnostnemu razvoju turizma, saj se razvija na že obstoječi podeželski infrastrukturi in pomaga enakomerneje porazdeliti turizem izven turističnih centrov. "Počitnice na kmetiji" prav tako pomembno prispevajo k preživetju številnih alpskih kmetov. Na počitnicah na kmetiji so družine nastanjene na kmetijah in spoznavajo vsakdanje kmečko življenje. Ponudniki včasih razumejo "počitnice na kmetiji" tudi kot priložnost za trženje svojih domačih izdelkov. Poleg tega je mogoče opaziti, da ponuja vse več restavracij in turističnih podjetij lokalno hrano. V Avstriji, na primer, podpira iniciativa "Genuss Region Österreich" okrepitev sodelovanja med turizmom, gastronomijo, kmetijstvom in trgovino. S povezovanjem hrane z regionalnim poreklom in procesom produkcije, postane vez med tradicionalno krajino in lokalnimi specialitetami za potrošnika transparentna (www.genuss-region.at/). Za nadaljnjo spodbujanje nastajanja regionalnih ekonomskih mrež je potrebno še naprej

spodbujati iniciative medsektorskega sodelovanja znotraj alpskih držav in med njimi.

D.2.2.3 SODELOVANJE IN UPRAVLJANJE

Turizem je medsebojno povezovalna gospodarska aktivnost, odvisna od otipljivih in neotipljivih dobrin in storitev tako naravnega, kot tudi antropogenega izvora. Razvoj turizma v Alpah ne more biti izoliran od drugih relevantnih in medsebojno odvisnih področij, kot so urbanizem, upravljanje z vodami, energija, javni prevoz, itd. Zaradi tega je v diskurz o načrtovanju turizma in trajnostnega razvoja potrebno vključiti medsektorski vidik tako na lokalni, kot tudi na regionalni ravni.

Ljudje morajo biti prav tako vključeni na različnih ravneh – na primer javni nosilci odločanja, turistični ponudniki, turisti in predvsem prebivalci alpskih destinacij – veliko morebitnih prihodnjih rezultatov bo namreč odvisnih od njihovega strinjanja in predanosti. Zato je ta proces sodelovanja prav tako proces gradnje kolektive zmogljivosti.

Veliko je mogoče doseči na lokalni ravni in ob tem še vedno ohranjati regionalno perspektivo. Za turistične destinacije je bistveno vključevanje lokalne skupnosti v diskusije o prihodnosti turističnega sistema in še posebej o perspektivah za spodbujanje turističnih zmogljivosti na trajnosten način in na tak način spodbujanje izvajanja strategij lokalnega in trajnostnega razvoja.

V takšnih okvirih so zaradi učinkovitega upravljanja vključenosti nosilcev interesov pri sprejemanju odločitev posebej primerne participativne metode. Na primer, sodelovanje lokalnih deležnikov in strokovnjakov je mogoče voditi prek oblikovanja zaporedja korakov, ki vodijo do ene ali dveh delavnic ustvarjanja novih idej in diskusij o nizu alternativnih strategij in njihovem ovrednotenju. Idealno bi bilo, če bi delavnice vključevale reprezentativno število nosilcev interesov in nosilcev odločanja, voditi bi jih bilo treba na način, ki bi bil nepristranski do interesov sektorja in bi zagotavljal verodostojno in nepristransko upoštevanje zunanjega znanja.

Da je lahko uspešen, mora participativen proces izpolnjevati nekaj kriterijev:

- Struktura, ki dovoljuje aktivno sodelovanje, na primer čas sestankov, pogostost sestankov, itd.
- Redno obveščanje o procesu tistih, ki ne morejo aktivno sodelovati.
- Zunanje obvladovanje: nosilec odločanja – na primer župan – ne sme voditi procesa.
- Obveščeno sodelovanje: vse informacije, ki so na voljo, so posredovane vsem udeležencem, nihče nima ekskluzivnih informacij.
- Jasnost o uporabi rezultatov: nič ni slabšega za prihodnjo

angažiranost kot proces sodelovanja, katerega rezultati niso uporabljeni!

Na primer, metodološki okvir sodelovanja in sistem za podporo pri sprejemanju odločitev (primer je orodje e-tool) sta bila oblikovana za projekt ClimAlpTour s ciljem

podpore procesa sodelovanja na področju lokalnega razvoja in prilagajanja podnebnim spremembam, s povečano zmožnostjo uporabe scenarijev v procesu povezovanja med lokalnim in znanstvenim znanjem (razvito in testirano v Italiji).

Preprečevanje upada francoskih letovišč; opazovanja, pričakovanja, preprečevanje

Ozadje

V Franciji so letovišča razvrščena glede na specifičen pravni okvir, ki opredeljuje merila ustreznosti in jim omogoča, da izkoristijo nekatere prednosti. Reforma klasifikacije turističnih skupnosti (*communes touristiques*) in seznama letovišč (*stations classées de tourisme*), uvedena z zakonom leta 2006, predstavlja podlago novemu pravnemu okvirju: raznolikost nastanitev, kakovost, dostop, javni prevoz in trajnosten turizem.

Izzivi

Kot ključno se je izkazalo ocenjevanje privlačnosti francoskih letovišč. Tako je mogoče na eni strani izpolniti pričakovanja novih strank, na drugi pa se soočiti s konkurenco drugih destinacij. Cilj te analize je bil, da priskrbi skupnostim dinamičen posnetek njihovega turističnega sektorja in spodbuja ohranjanje, ustvarjanje ali obnovo strateških smernic.

Orodje

S študijo sta leta 2008 pričeli Medministrska skupina za prostorsko načrtovanje (*Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire - DATAR*) in francoska turistična organizacija (*Atout-France*). V letu 2012 je študija privedla do več predlaganih ključnih indikatorjev, ki usmerjajo strukturne trende, ki so podlaga dolgoročni lokalni turistični dinamiki. Orodje je bilo preizkušeno na terenu v šestih prostovoljno sodelujočih letoviščih v različnem obsegu in na različnih ravneh turizma. Cilj te raziskave je bil oblikovanje samostojnega orodja za letovišča za ocenjevanje aktivnosti glede na sprejete odločitve ter ovire in pogoje s katerimi se soočajo. Vzpostavitev indikatorjev je organizirano okrog dveh polov: prostorska organizacija (viri in upravljanje) in ekonomije turizma (ponudba in povpraševanje).

Vzpostavitev indikatorjev prostorske organizacije: viri in upravljanje

PROSTORSKA RAVEN	ORGANIZACIJSKA RAVEN
Viri	Upravljanje letovišča
Uporaba zemljišč	Upravljanje z viri
Gostota turistov	Tveganja
Raven obremenitve	Okoljska politika
Dostopnost	Investicije na področju turizma
Rezidenčna dinamika	Lokalna strategija
Delovna mesta	Upravljanje
Prihodki	Prisotnost letovišča na internetu

Vzpostavitev indikatorjev ekonomije turizma: ponudba in povpraševanje

TURISTIČNA RAVEN	ORGANIZACIJSKA RAVEN
Ponudba destinacije	Povpraševanje strank
Ponudba nastanitev	Število nočitev
Ponudba profesionalne opreme	Raven zasedenosti opreme
Privlačnost	Tržni viri
Prisotnost ponudnikov ANCV (francoska Nacionalna agencija za bone za dopust)	Določitev cene
Distribucija destinacije	Indeks potrošnje

Ti kazalniki so nastali na osnovi prosto dostopnih neobdelanih podatkov skozi obdobje najmanj desetih let in vključujejo ilustracije (sektorje, histograme, radarske slike, krivulje), mapo s približno petdesetimi stranmi. Skupnost jih lahko uporabi glede na potrebe, na primer za pripravo klasične SWOT analize (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* – prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti), prenos pa je mogoč na vsa področja aktivnosti letovišča.

Izvajanje testiranja je vplivalo na ozaveščanje o:

- osnovnih smernicah, katerim so sledili skozi daljše obdobje (zmožnost obremenitve, vzdrževanje naravnih območij, politika zaposlovanja, finančni krog, itd.);
- teži in vlogi turizma pri celotni dinamiki skupnosti, saj je veliko parametrov izven turističnega sektorja;
- slabostih letovišča (pomanjkanje upravljanja, pomanjkanje merjenja tveganja, ekonomsko in socialno neravnovesje, polarizacija turizma, itd.);
- razmerjih med letoviščem in okoljem, ki ga obdaja (druge skupnosti, cene, splet, itd.).

Vzpostavitev takšnega orodja predstavlja pomembno investicijsko osnovo. Za začetno zbiranje podatkov za vzpostavitev baze podatkov je potrebno štiri mesece dela, komuniciranje z različnimi interesnimi skupinami (organi oblasti, notranje skupine, zasebni deležniki), pridobivanje podatkov v daljših časovnih obdobjih ter dobro poznavanje lokalne skupnosti in njenih akterjev. Po izkušnjah prostovoljno vključenih letovišč so rezultati zelo pozitivni in orodje je objektivna in avtonomna podpora pri sprejemanju strateških odločitev glede turizma pri celotnem upravljanju skupnosti.

Zanimanje za alpska letovišča

V letu 2006 je seznam letovišč v francoskih Alpah vseboval 90 smučarskih letovišč (od 525 letovišč) in 50 potencialno dodatnih letovišč skladno z zakonom iz leta 2006. Zaradi njegove fleksibilnosti dopušča to orodje boljše razumevanje in upoštevanje novih vidikov rasti (podnebne spremembe, diverzifikacija) ter identificiranje obstoječih ovir, ki zavirajo dosežke turističnega procesa (zemljišča, vodni viri, energija). Njegova ponovljivost omogoča primerjave med letovišči in strategijami turizma.

D.2.2.4 VPLIV TURIZMA NA TRG DELA

Po navedbah Svetovne turistične organizacije obišče alpsko regijo vsako leto 100 milijonov ljudi, kar v grobem ustreza 12 % globalnega števila turistov (Urbanc in Pipan, 2011). Temu ogromnemu številu navkljub, skrajno lokalizirano naravo razvoja turizma v Alpah jasno prikazujejo navidezno preproste številke kot so te, ki jih je za devetdeseta leta ocenil Bätzing:

- približno 46 % vseh nastanitvenih objektov je bilo zgoščenih v samo 5 % alpskih občin;
- samo 10 % vseh občin (kar pomeni približno 8 % celotnega alpskega prebivalstva) je imelo gospodarstvo, ki temelji na turizmu;
- pogostost turizma je bila minimalna (manj kot 0,1 nastanitvenega objekta na prebivalca) v približno 40 % vseh alpskih občin ter zmerna (med 0,1 in 0,5 nastanitvenega objekta na prebivalca) v drugih 40 % občin.

Danes predstavlja turizem gospodarski sektor primarnega pomena in igra bistveno vlogo predvsem za prebivalce visoko ležečih dolin. Ocenjeno je bilo, na primer, da je v letu 2000 turizem ustvaril 35,4 % BDP-ja Oberwallisa, najvišjega območja švicarskega kantona Valais, v primerjavi z zgolj 23,1% za Mittelwallis in 18,0 % za Unterwalis (Berwert et al., 2000). Bolj na splošno pa zimski turizem vsako leto

prinaša približno 50 milijard € prihodkov in približno 10 – 12 % vseh delovnih mest v Alpah (EEA, 2005). Prav tako je mogoče opaziti, da glavne turistične destinacije na splošno označujejo pozitiven tok mobilnosti, najvišje zaposlitvene stopnje in najvišji indeksi gostote delovnih mest v okolici.

Pogoji dela v turizmu

Uspeh turizma v Alpah je poleg nedotaknjene narave, povezan s privlačno kulturno krajino in visoko kakovostno turistično infrastrukturo, nerazdružljivo s kakovostjo storitev. Zaposlitvene strukture turističnega sektorja v številnih alpskih regijah prikazujejo nadpovprečen delež delavk in mladih ter nižje kvalificiranih in priseljenih delavcev. Zaradi večje stopnje obremenjenosti je v tem sektorju zaposlenih manj starejših ljudi. Zaposlovanje v turistični industriji je pogosto zaznamovano z velikimi nihanji, v katerih se izmenjujejo obdobja s kratkim trajanjem zaposlenosti in obdobja brezposelnosti. Osebe, zaposlene v turizmu se prav tako soočajo z dolgim in nerednim delovnim časom. Poleg tega povzroča sezonskost v turizmu višje stopnje brezposelnosti izven sezone. V primerjavi z drugimi sektorji ima samo majhen delež zaposlenih v turizmu službo za nedoločen čas. Zaradi visokega deleža žensk je stopnja zaposlitve za polovičen čas pogosto višja kot v drugih gospodarskih sektorjih. Nadalje je zaslužek v turistični industriji velikokrat nižji kot v drugih sektorjih. Po navedbah strokovnjakov so glavni razlogi za nižje

plačilo rastoča konkurenca, dostop do turističnega sektorja nekalificiranim delavcem ter nezakonito zaposlovanje.

Poleg plačila so pomembni izzivi tudi izvajanje modelov kontinuiranega zaposlovanja in primernih modelov usposabljanja izven sezone. Vzpostavitev ustanov za varstvo

otrok s primernimi poslovnimi časi, ki bi podpirale zaposlene matere, je prav tako pomembna tema.

Deloma je nekaj iniciativ in dela na tem področju na regionalni, nacionalni in meddržavni ravni že bilo opravljenega, toda v prihodnosti bi jih bilo potrebno prioritarno okrepiti.

ProFiT – ProFamily in Tourism (za družine v turizmu); brezplačno varstvo otrok in svetovalne storitve

Začetek Maj 2010 (3 leta)
Partnerji Zavod za zaposlovanje Tirolska - Landeck, LabourofficeTyrol-Landeck, Gospodarska zbornica Tirolska - Landeck, Združenje vzgojiteljev, turistične skupnosti okraja Landeck.

Namen projekta "ProFiT – ProFamily in Tourism", ki poteka pod okriljem programa INTERREG IV Italija - Avstrija, je usklajevanje družine in zaposlitve v turističnem sektorju. Pomemben cilj projekta, implementiranega v okraju Landeck na Tirolskem, je izboljšanje storitev na področju varstva otrok za starše, ki so zaposleni v turističnem sektorju. Kljub dejstvu, da je v Landecku turizem vedno ustvarjal zelo veliko število delovnih mest, poslovni časi ustanov za varstvo otrok načeloma niso bili usklajeni z delovnimi časi v turizmu. Tekom projekta se je stanje na področju varstva otrok izboljšalo. Od takrat obstajajo ustanove za varstvo otrok od 2. do 10. let starosti, ki so brezplačne, fleksibilne in usmerjene k povpraševanju. Varstvo otrok ponujajo ob zgodnjih in poznih urah ter ob sobotah in v času počitnic. Posebna ponudba je prav tako brezplačen prevoz od in do ustanove za varstvo otrok.

Prav tako pomemben del projekta je ozaveščanje zaposlenih o njihovih pravicah iz delovnih razmerij v turističnem sektorju. Osebe, zaposlene v turizmu se pogosto soočajo z nizkimi pokojninami zaradi nezakonitega zaposlovanja in kratkih obdobjih zavarovanja. Za zagotavljanje anonimnega in brezplačnega svetovanja zaposlenim glede teh tem, je bil ustanovljen svetovalni center "JOB ist TOP". Poleg tega so v sodelovanju z Zavodom za zaposlovanje Landeck organizirali informativne dogodke za ženske, ki iščejo zaposlitev v turističnem sektorju. Trenutno je načrtovano sodelovanje s šolami na področju osveščanja mladih o teh temah.

Za več informacij obiščite: www.tourismus-profit.eu



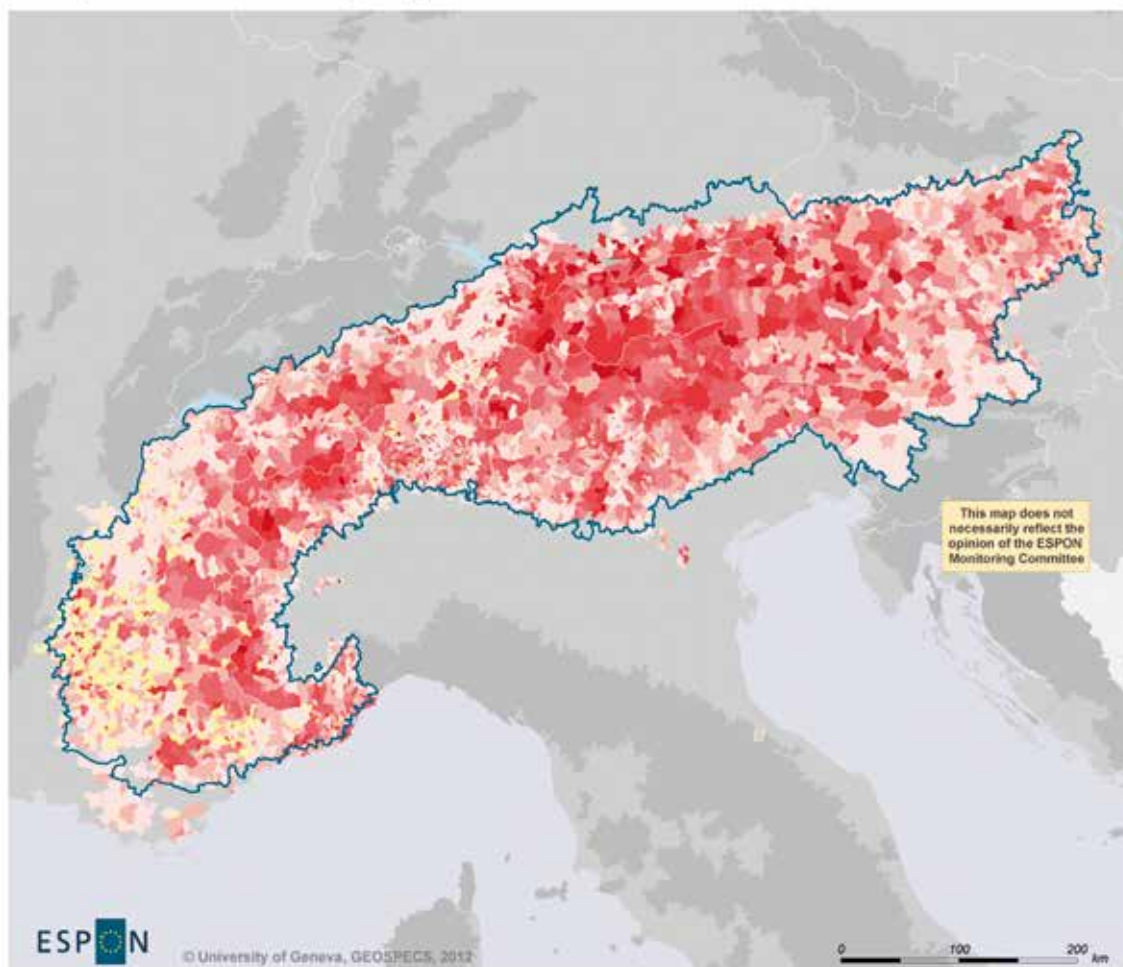
Das Projekt wird unterstützt von



Kontakt: regioL – Regionalmanagement für den Bezirk Landeck, Bruggfeldstraße 5 (Landeck) Tel. +43(0)5442-67804, info@regiol.at, www.regiol.at;

© "Frau in Arbeit Salzburg"

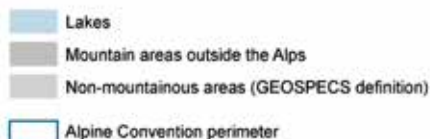
Proportion of employment in hotels and restaurants



EUROPEAN UNION
Part financed by the European Regional Development Fund
INVESTING IN YOUR FUTURE

Regional level: LAU2 (except Turkey LAU1)
Source: GEOSPECS, 2011
© EuroGeographics Association for administrative boundaries
except Western Balkans and Turkey (national sources)

Proportion of gainfully occupied persons working in hotels and restaurants

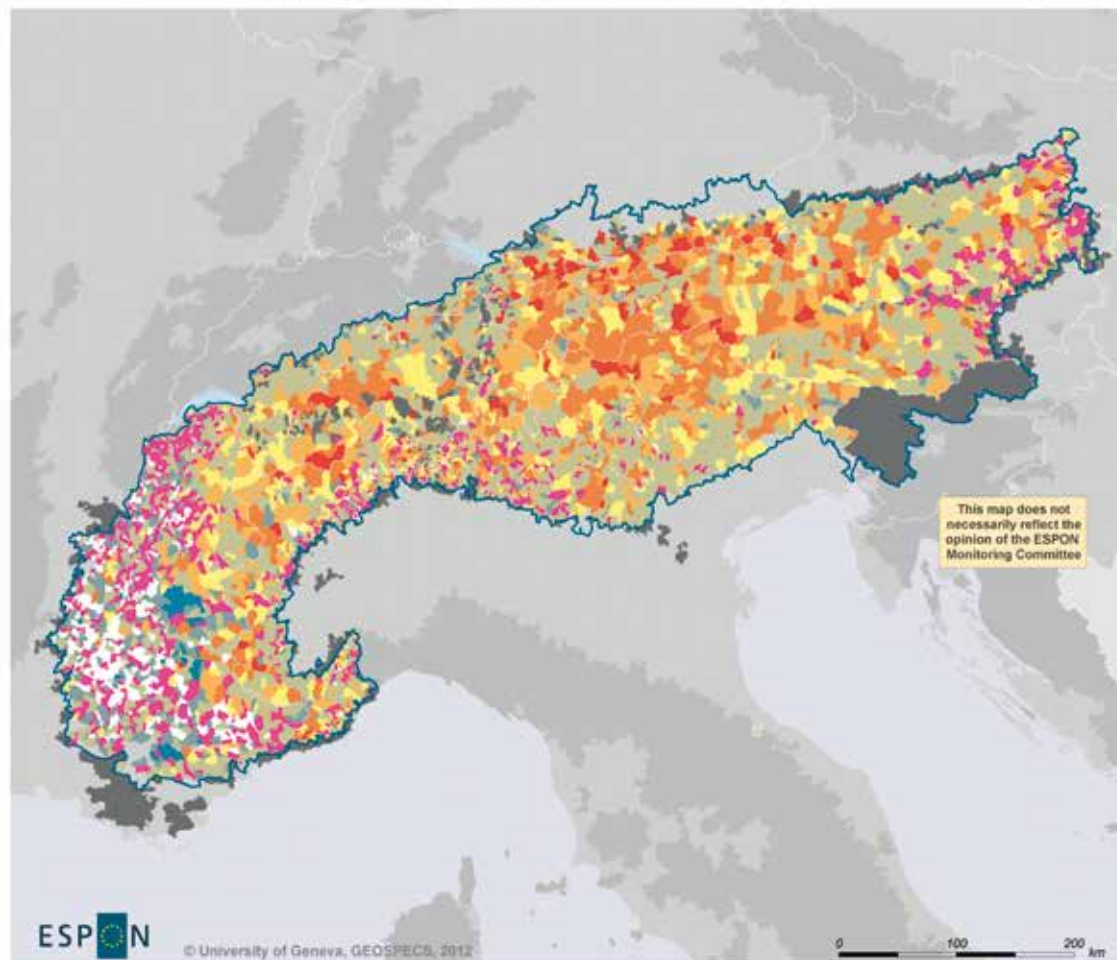


Local employment figures:
Austria (1999), Italy (2001), Germany (2003),
France (2007), Slovenia, Switzerland (2008),
Liechtenstein (2009).

All local figures have been adjusted on the basis
of national figures for 2008 from Eurostat.

Slika 48: Delež zaposlovanja v hotelih in restavracijah: Regionalna raven: LAU2, Vir: GEOSPECS (ESPON: Geographic Specificities and Development Potentials in Europe), 2011, © EuroGeographics Association for administrative boundaries

Comparing different indicators of the local importance of tourism

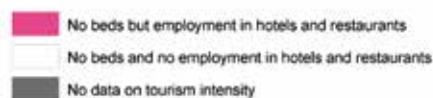
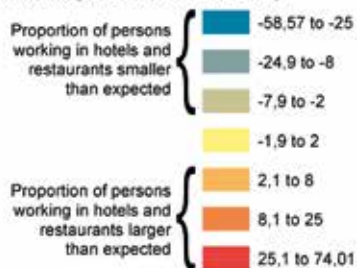


EUROPEAN UNION
Part-financed by the European Regional Development Fund
INVESTING IN YOUR FUTURE

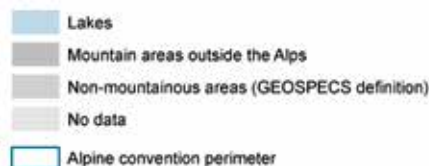
Regional level: LAU2
Source employment data: GEOSPECS, 2011
Source tourism intensity data: Alpine Convention
© EuroGeographics Association for administrative boundaries
except Western Balkans and Turkey (national sources)

Residuals from linear regression of tourism intensity (number of beds/inh.) and proportion of persons working in hotels and restaurants

Deviations from regression model including LAU2 with beds only



Other



Slika 49: Primerjava različnih indikatorjev lokalnega pomena turizma: Regionalna raven: LAU2, Vir o zaposlovanju: GEOSPECS (ESPON: Geographic Specificities and Development Potentials in Europe), 2011, Vir o intenzivnosti turizma: Alpska konvencija, © EuroGeographics Association for administrative boundaries razen

Delež zaposlovanja v hotelih in restavracijah

Različni vidiki turizma zagotavljajo zaposlovanje v bogati ponudbi gospodarskih sektorjev, vključno z javnim prevozom, nepremičninami in predvsem hoteli in restavracijami. Toda samo zadnji omenjeni sektor je predvsem povezan s turizmom. Razumevanje obsega zaposlovanja v tem sektorju ponuja vpogled v dominantnost turizma na občinski ravni, za katerega so na voljo usklajeni podatki za vse alpske države. Iz tega izhaja nekaj jasnih zaključkov.

V nekaterih občinah je zaposlovanje močno odvisno od turizma; s preko 50 % zaposlenih v tem sektorju v številnih naseljih širom Alp – toda predvsem v Avstriji in Nemčiji – ki se skoraj vsa nahajajo v območjih z višjo nadmorsko višino, kot so na primer smučarska letovišča. V nasprotju obstaja veliko delov Alp, kjer je stopnja zaposlitve v tem sektorju nizka: velikokrat pod 10 % ali celo pod 5 %. Še bolj pomembno je, da je mogoče opaziti pomanjkanje zaposlitve v tem sektorju v znatnem številu občin južnih francoskih Alp. Te občine imajo relativno visoko stopnjo zaposlovanja v kmetijstvu in se soočajo s staranjem in upadom prebivalstva.

Prav tako se zdi, da je zaposlovanje v tem sektorju na splošno višje v avstrijskih in nemških Alpah, čeprav tudi v drugih državah obstajajo območja z visoko stopnjo zaposlenosti, kot na primer dolina Aoste in Dolomiti (I), Bernske Alpe in Peninske Alpe (CH), območje Zermatt/SaasFee/Cervino (CH, I) in slovenske Alpe.

Kot četrto točko je potrebno omeniti, da je visoko stopnjo zaposlenih v tem sektorju na območjih nižje nadmorske višine mogoče najti na relativno malo lokacijah, na primer okrog Gardskega jezera; to nakazuje, da je regionalno gospodarstvo v nižje ležečih območjih bolj raznoliko. Ti sklepi jasno kažejo, da je pomen turizma pri zagotavljanju zaposlovanja in posledično v celotnem gospodarstvu, zelo različen glede na različna območja Alp, čeprav se zdi, da se pomen do neke mere z višino povečuje (glej sliko 49).

Nadaljnja analiza podatkov, prikazanih na zemljevidu (slika 49), v primerjavi s sliko gostote turizma, prikazuje, da obstaja znatno število občin z zaposlitvami na področju nastanitve in gostinstva, toda v statistiki ni podatkov o posteljah v komercialnih nastanitvenih objektih (hotelih). Ta fenomen lahko opazimo predvsem na treh območjih, vendar samo v določenih delih znotraj teh širših območij. Dve od teh sta občini nizke nadmorske višine v italijanskih (predvsem Lombardija) in v avstrijskih Alpah (predvsem Spodnja Avstrija); zaposlovanje je tam povezano z zagotavljanjem hrane in pijače, ne pa nastanitve. Tretje območje so francoske Alpe in Predalpe. Tam lahko pridemo do istega zaključka, lahko pa je le-ta povezan z dejstvom, da podatki o intenziteti turizma ne vključujejo postelj v "para-hotelih" in sekundarnih počitniških bivališčih, ki v večini tamkajšnjih občin predstavljajo bistveno zagotavljanje nastanitve.

D.2.2.5 PRISELJEVANJE ZARADI PRIVLAČNOSTI DOLOČENEGA OBMOČJA

Spremembe statusa na turističnih območjih in aktivnosti v kontekstu globalizacije in postmodernosti vključujejo široko paleto pojavov: utopija in *ukronija* turizma (nastanek vsemogočih konfliktov in sporov), iskanje kontinuitete v vsakdanjih in počitniških aktivnostih (rekreacijske, družbene, kulturne, prostorske); "turistifikacija" vsakdanjega prostora, eksperimentalen turizem in neosituacionizem; nova razmerja med mestom in podeželjem v kontekstu metropolizacije; prestopanje meja turizma s križanjem aktivnosti: prosti čas in potovanje, mešanje kulturnih, poklicnih in militantnih obdobji, prostorov ter aktivnosti, "odpovedovanje" turizmu in podobno.

Vključujejo tudi nove stanovanjske prakse, opisane z angleškim izrazom "*amenity migration*" ali priseljevanje zaradi privlačnosti določenega območja (Moss et al., 2009), kar pomeni da se predstava o "turistu" spremeni v "rekreacijskega prebivalca", ki je istočasno prebivalec in stalen obiskovalec. "Obiskovanje" je dejanje, ki definira turizem in posledično pomeni določene družbene aktivnosti medtem ko je bilo "življenje v Alpah" dolgo definirano kot nasprotje kulturi in politiki načrtovanja rabe tal. Danes je razlika vse manj pomembna, saj narašča neodvisnost pri izbiri prebivališča. Nekateri avtorji razumejo, da je iskanje "popolnega" prebivališča prevzeto od iskanja turističnih krajev in vodi do iskanja "celoletnega življenja v počitniški hiši" (Viard, 2000) in do vse pogostejšega razmišljanja o vsakodnevnem življenju in prebivališču v smislu kakovosti in trajnosti. "Dobro življenje" se razume kot neprekinjene počitnice (Urry, 2002), upokožitev pa je lahko predstavljena kot "najdaljše počitnice v življenju" (Rodriguez, 2001).

Teoretično je potencial tega kulturno inovativnega procesa še posebej zanimiv. Na praktični ravni pa prinaša tema veliko izzivov. Post-turistična hibridizacija se že kaže kot podlaga za preoblikovanje in prehod turističnih ali podeželskih regij v okviru globalne konkurenčnosti. V francoskih Alpah, na primer, zimska športna letovišča upoštevajo pojav priseljevanja zaradi privlačnosti v prostorskem načrtovanju in arhitekturni politiki tako, da gradijo večja stanovanja, ki bodo lahko postala stalna prebivališča ter širijo področja storitev za prebivalce. Postavili so si celo cilj povečanja števila stalnih prebivalcev. Na obrobjih večjih francoskih alpskih mest, poteka sprememba turizma v "naseljevanje po turizmu" na "naraven" način s preoblikovanjem turističnih nastanitvev v stanovanja. Rastoča "vmesnost" se dalje kaže skozi poimenovanje "občasni prebivalci" (Stock, 2004) ali "stalni turisti" (Jaakson, 1986).

Tej strukturalni spremembi navkljub, je ta nova oblika priseljevanja v Alpah tesno povezana z "metropolizacijo"

in sobivanjem z obstoječim turizmom (Perlik, 2006). V tem kontekstu večina ugotovitev prav tako kaže, da je tovrstna oblika priseljevanja bolj začasne narave v gorskih območjih kot pa obmorskih ali podeželskih zaradi težav, povezanih z dostopnostjo in mobilnostjo, neugodnim podnebjem ali snežno odejo. Zaradi tega se včasih zdi, da takšno priseljevanje bolj koristi gorskim mestom kot pa smučarskim letoviščem (Héliou, 1999).

Če želimo obravnavati povezavo med priseljevanjem zaradi privlačnosti določenega območja in turizmom moramo upoštevati dejstvo, da turizem omogoča potencialnim priseljencem, da "preizkusijo" mesto, kjer nameravajo živeti. Prav tako lahko opazimo, da tovrstno priseljevanje deluje razvedrilno in lahko celo spodbudi "turizem obiskovanja prijateljev in sorodnikov". Če je turizem ključen za gorsko gospodarstvo in demografijo, lahko na drugi strani predstavlja takšno priseljevanje rešitev za raznolikost ter pomaga gorskim območjem, da najdejo pot iz stanja, ko je "vse turizem". Tovrstno priseljevanje lahko poveča obremenjenost turističnega kraja v primeru krize, in pomaga vključevati zimsko športna letovišča v njihov teritorij ter tako prispeva k "teritorialnemu obratu". Temu je tako tudi, kadar skupno življenje priseljencev in turistov ni enostavno: izguba postelj, izguba prihodkov povezanih z žičnicami (manj smučarjev), "obremenitve" pri uporabi časa in prostora na življenjski poti, itd. Obstaja zelo malo izkušenj in znanja glede upravljanja tega procesa.

Seveda vsebuje takšna preobrazba veliko težav glede naselitve novega prebivalstva, njihov vpliv na storitve (zdravstvo, javni prevoz, šole, kulturne aktivnosti, itd.), na okolje in avtomobilski promet. Posledično je vse intenzivirano. Proces preselitve – priseljevanje zaradi privlačnosti določenega območja je eden od njenih vidikov – le delno prispeva k doseganju ciljev trajnostnega razvoja. Prav tako moramo upoštevati, da so povezave z urbaniimi območji premočne, da bi bila gospodarska in družbena "avtonomija" novih stanovanjskih območij možna. Ekonomski status temelji namreč na "nevidnem toku bogastva", kot so plače zaslužene v urbanih in industrijskih območjih, nadomestila za brezposelnost, pokojnine, socialni transferji (Davezies, 2008). Če za območja, kjer živijo priseljeni prebivalci velja, da imajo "koristi od urbanih območij", potem je potrebno upoštevati tudi dejstvo, da imajo tudi urbana območja lahko "koristi od območij, kjer živijo priseljenci", če so zmožna ustvariti dinamičnost pri privabljanju prebivalcev, če nudijo kakovost življenja in je mogoče zagotoviti trajnostno mobilnost.

Zdi se, da je vprašanje priseljevanja zaradi privlačnosti v evropskih Alpah "znamenje nizke intenzivnosti", toda dolgoročno, s podnebnimi spremembami in zmanjševanjem zimskih športov lahko to vprašanje postane vse bolj aktualno. Kar poudarja izzive spremljanja priseljevanja, predvsem z

vidika povezav s kulturnimi, družbenimi in gospodarskimi preobrazbami, tako na globalni, kot tudi na lokalni ravni; začasno ali stalno priseljevanje; eno ali večstanovanjska uporaba; kulturno doživetje prostora; krivulje turističnih krajev; vprašanja lokalne identitete med "ljudmi od tukaj", lastniki drugih domov, ljudmi, ki so se odselili in se vrnili in novimi prebivalci v njihovi raznolikosti.

D.2.2.6 VPLIV TURIZMA NA STORITVE, KI SO BISTVENE ZA VSAKDANJE ŽIVLJENJE, SOCIALNO UREDITEV, ZDRAVSTVENO VARSTVO IN STORITVE ZA INVALIDE

Na začetku je potrebno poudariti, da obstaja glede tega vprašanja generalno pomanjkanje študij, kar otežuje oblikovanje jasne slike o vplivu turizma na storitve in zdravstveno varstvo.

Ob merjenju demografskih učinkov razvoja turizma, je pozornost posvečena predvsem podatkom, ki oblikujejo informacije o velikosti populacije posameznih občin ali drugih administrativnih enot, naravni prirastek in migracijski saldo, raven rodnosti in smrtnosti, staranje in pokazatelje odvisnosti. Toda ne smemo pozabiti, da je ena od značilnosti letovišč močna in včasih prav izjemna sezonskost, ki se kaže v številu prebivalcev. Če navedemo primer, število prebivalcev v mestu Cortina d'Ampezzo (I), se giblje med 6.000 v jeseni in približno 50.000 v višku sezone, v času božičnih počitnic ali v sredini avgusta. To očitno predstavlja velik izziv za zagotavljanje tako osnovnih, kot tudi posebnih storitev. Čeprav velja splošno mnenje, da je pozitivna posledica razvoja turizma vzporeden razvoj ali izboljšanje storitev, nekateri analitiki opozarjajo, da je potrebno upoštevati negativne vidike, na primer ustvarjanje struktur (npr. bolnic), ki so v vidnem nesorazmerju, če primerjamo število prebivalcev in zagotavljanje storitev (npr. trgovine ali celo pošte), ki izven turistične sezone velikokrat ne obratujejo.

Primeri kot je že omenjena občina Davos (CH) prav tako povzročajo ambivalentne občutke glede morebitnih negativnih posledic procesa hitre in izjemne rasti. V Švici se je aktualna javna diskusija o novih letoviščih, zgrajenih v Alpah, ki so jo sprožile nevladne organizacije (Pro Natura, Magazin 1/2012) in je bila prvotno osredotočena na ekološka vprašanja, premaknila v smeri vprašanj lokalnega prebivalstva, prizadetega zaradi rasti turizma. V tem smislu sproža veliko polemik projekt *Tourism Resort Andermatt* investitorja Samiha Sawirisa. Načrtovani razkošni apartmaji, hoteli in vile bodo pričakovano potrojili število razpoložljivih postelj v dolini in k trenutnim 1.346 prebivalcem dodali do 6.000 gostov in zaposlenih (Občina Andermatt, 2012: www.gemeinde-anderematt.ch/xml_1/internet/de/application/d2/f8.cfm). Prav tako je predviden dolgoročni porast delovnih

mest za 30 % ter povečanje dodane vrednosti regije za 14 % v samo 15 letih, če bo za zaposlene na voljo dovolj cenovno dostopnih možnosti bivanja. Istočasno je pričakovan porast števila gostov iz 1,5 gosta na 10 prebivalcev v letu 2007 na 14 gostov na 10 prebivalcev, kar zahteva obnovo infrastrukture (npr. električne napeljave, zavarovanje pred poplavami, morebiti tudi šole) (Urner Kantonalbank, www.urkb.ch/services/tourismusresort-andermatt/studie.html). Nedavna študija je obravnavala potencialne družbene posledice za letovišče, podatke so zbirali z intervjuji različnih nosilcev interesov v občini Andermatt in celotni dolini (Durrer Eggerschwiler et al., 2010). Predvsem mlajši prebivalci ne delijo optimističnih pogledov z upravo letovišča in politiki. Skrbijo jih morebiten učinek izrivanja na trgu najemnin, stroški infrastrukture, ki bi jih morda bilo treba plačati z dodatnimi davki, morebitno ustvarjanje nizko kvalificiranih delovnih mest namesto obljubljenih delovnih mest lokalnim prebivalcem ter vprašanje lokalne identitete (kakšen bo odnos in vpliv novih prebivalcev?). Ker se letovišče še zmeraj gradi, bodo lahko kasnejše študije pokazale, ali se bodo v

Andermattu uresničili upi, ali pa se bo izkazalo, da je bilo nekaj strahov pravzaprav upravičenih.

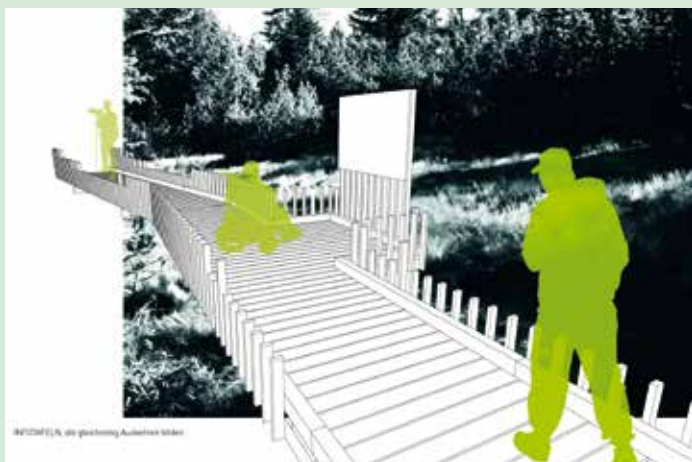
Drug sklop vprašanj in morebitnih skrbi je povezan z učinki turizma in razvoja turizma na zagotavljanje socialnega skrbstva in oskrbe prebivalcev. Nekatere študije kažejo, da v letoviških otroci izgubijo lokalni dialekt ali jih v višku sezone starši zapostavljajo (Plüss, 1999 in Loretan, 2000). Enak problem je mogoče povezati tudi s starejšimi prebivalci, v nasprotju z oskrbo in zdravstvenimi storitvami za starejše turiste. Na splošno pa velja, da so ta vprašanja v veliki meri še neraziskana. Zdi se, da je bilo zelo malo raziskanega glede naslednjih vprašanj: kako se različne socialne ureditve, zakoreninjene v zelo drugačnih sistemih socialnega varstva različnih alpskih držav, srečajo na takšnem območju, ki ima zelo podobne značilnosti in potrebe, kot so Alpe (Viazzo et al.) ali, kako vpliva turizem na krepitev oziroma slabenje družinskih in sorodstvenih omrežij in na sosedske odnose, ki velikokrat predstavljajo ranljive kategorije v strategijah preživetja.

Primer dobre prakse storitev za invalide

Naravni park Kaunergrat – doživite naravo brez ovir (A)

Naravni park "NaturparkKaunergrat" (www.kaunergrat.at) se nahaja na visoko ležeči alpski pokrajini Ötztalskih Alp in obsega dve dolini, Pitztal in Kaunertal, ki jih deli visoko pogorje Kaunergrat. Celotna regija z devetimi skupnostmi se razteza v naravni park, ki meri več kot 590 km².

Naravni park Kaunergrat je bil ustanovljen leta 1998. Dolgo pred tem, v osemdesetih, so pričeli v regiji naravnega parka ustvarjati kakovostno ponudbo za invalidne osebe in njihove družine, predvsem za paraplegike. Vse se je pričelo z nekaj pionirji v sedečem smučanju na ledeniku Kaunertal, ki so oblikovali in priredili opremo za potrebe invalidnih oseb. V devetdesetih je Charly Hafele, lastnik hotela "Hotel Weißseespitze", pričel z odstranjevanjem ključnih ovir v hotelu in tako je ta hotel postal prvi "Rolli hotel v Alpah", oziroma prvi hotel za osebe na invalidskih vozičkih. Številne nagrade pričajo o kasnejših uspešnih prizadevanjih.



Slika 50: Kaunergrat – turizem brez arhitektonskih ovir Piller Moor Stege
© "Naturpark Kaunergrat (Pitztal-Kaunertal)"

Pomemben korak v razvoju naravnega parka predstavlja izgradnja poslopja Naturparkhaus Kaunergrat na območju prelaza PillerSattel. To izjemno mesto vsako leto obišče več kot 150.000 obiskovalcev in uživa v čudovitem pogledu in krasni krajini. Največje visokogorsko močvirje na Zahodnem Tirolskem "PillerMoor", je eno od vrhuncev s tisoči obiskovalcev vsako leto. V naravnem parku želijo narediti to visokogorsko močvirje dostopno osebam z ovirano mobilnostjo. Da bi to dosegli, bodo v naslednjih treh letih zgradili približno 1,5 kilometra dolgo leseno pot. Stara pot bo v celoti zamenjana. Nova pa bo obiskovalcem preprečevala, da bi stopili na ozemlje močvirja in bo na tak način tudi pomagala varovati ta izjemen habitat.

D.2.2.7 VPLIV TURIZMA NA KULTURNI RAZVOJ

Vse do sedemdesetih je turizem na splošno veljal za pozitivnega za gorsko populacijo, ne samo z gospodarskega, temveč tudi s kulturnega vidika, saj je predstavljal način "odpiranja" skupnosti, ki so veljale kot mentalno zavrte in kulturno zaostale, spodbujal je "kulturni razvoj". V kasnejših letih je turizem predstavljal nadlegovanje in grožnjo pristnosti lokalnih kultur. Predvsem kulturni antropologi so obsojali modernost, ki da nadvlada tradiciji, lokalni prebivalci – v Alpah in drugod – pa so se ukvarjali z lažnimi ali nepristnimi rituali, namenjenimi turistom in s tem "prodajali svojo kulturo za funt" (Greenwood, 1977). Sedaj se zdita obe poziciji preveč ekstremni in sta v procesu zamenjave z bolj uravnoteženimi in niansiranimi stališči.

Z demografskega stališča, je na prvem mestu potrebno poudariti, da vpliva razvoj turizma na sestavo lokalne populacije, ne samo v smislu strukture starosti in spolov, temveč tudi v smislu spreminjanja ravnotežja med "lokalnim prebivalstvom" (dediči lokalne kulture in tradicije) in "ne-lokalnim prebivalstvom", ki velikokrat predstavljajo različna kulturna in jezikovna ozadja in morda prihajajo z oddaljenih krajev. Kot je bilo velikokrat poudarjeno na konferenci Alpine Space Forum v Innsbrucku leta 2011, posebej posvečeni

izzivom, ki jih prinašajo vplivi demografskih sprememb, so migracije povezane z vprašanji kulturne identitete, ki je še posebej občutljiva tema v Alpah. Če se navezujemo na edinstvene strukture naselbin, tipične alpske obrti in tradicije ali pa na regionalni dialekt in kreativno delo, moramo zastaviti naslednje vprašanje: kdo bi moral biti upravičen do učenja o lokalni alpski kulturi, do prenašanja znanja, spodbujanja in valorizacije te kulture? (Skupni sekretariat Evropsko teritorialno sodelovanje – Program Alpski prostor, 2011).

Etnografsko usmerjene interdisciplinarnе študije so razkrile številne nepričakovane in nekoliko paradokсне situacije. Ena takšnih situacij je, da je v mnogih krajih kulturna kontinuiteta – preživetje in prenašanje lokalnih kultur, čeprav v morebitno spreminjajoči se obliki – mogoča le z demografsko prekinitvijo, ki jo predstavlja prihod novih prebivalcev, ki jih v gore privabijo možnost zaposlitve, ki so posredno ali neposredno povezane s turizmom³. Prav tako študije navajajo, da je dolg in včasih močan kontakt s tujci privedel lokalne družbe do revitalizacije lastnih kulturnih identitet, da so se lahko soočili z raznolikostjo in nestalnostjo širše družbe: kot rezultat so včasih lokalne identitete v letoviščih močnejše kot v dozdevno bolj tradicionalnih skupnostih, ki se jih turizem komaj dotakne (Salsa, 2007).

3. Glej zaključke, nedavne študije šole Hochschule Luzern o interakcijah med neoprijemljivo dediščino in turizmom, ki navaja, da ima lahko turizem pozitiven vpliv na lokalno kulturno dediščino, saj lahko da nov blišč "propadajoči" tradiciji in pomaga ohranjati aktivnosti, za katere si sicer ne bi prizadevali, nekatere tradicije so doživele oživitev skozi turizem. Prim. Lucerne University of Applied Sciences and Arts, *Between Kitsch and authenticity*, February 2012 magazine of the Lucerne University of Applied Sciences and Arts, Lucerne, str. 12-17: www.publikationen.hslu.ch/product.aspx?pid=528.

E. IZZIVI ALPSKEGA TURIZMA - GONILNE SILE

Naslednja poglavja predstavljajo tipologijo in analizo izzivov, ki jih je pripravila strokovna skupina za pripravo tega poročila.

E.1. ZAČETNA TIPOLOGIJA: GLAVNI TIPI TURIZMA V ALPAH

Tipični elementi, ki še posebej pogojujejo različne vrste turizma v Alpah, so:

- **Gore (M):** višina gora in s tem povezana tipologija in podnebje določenega območja nudijo različne možnosti za razvoj turizma. Na visokogorskih območjih obstajajo obširne doline, ki jih obdajajo gorske verige z izredno visokimi vrhovi; njihova raznolikost nudi neštete turistične možnosti, predvsem kar zadeva zimske športe, pohodništvo in plezanje, pa tudi vse vrste dejavnosti, povezane z doživljanjem gora (M). Nasprotno leži veliko alpskih območij v predgorju visokih gora z odprto kulturno krajino in manj ekstremnim podnebjem (m). Številna alpska jezera in reke dajejo možnost razvijanja rekreacijskih dejavnosti na vodi. Večji kraji in mesta v Alpah ležijo pogosto na dnu rečnih dolin ali vzdolž jezer v predgorskih predelih.
- **Viri (R):** tradicionalno lokalne ali regionalne vire uporabljajo kot promocijske elemente. Ti viri so lahko narava ali del materialne/nematerialne kulturne dediščine, ki jo ustvarja krajevno prebivalstvo. Za turizem so zelo pomembni naravni viri, ki se uporabljajo kot naravni leki in ki jih je v Alpah obilo: mineralne in termalne vode, svež zrak s posebnimi dodatki, minerali in kamenine, pa tudi divja zelišča ali zdrava lokalna hrana. Narava je sama na sebi vir, ki vključuje redke rastlinske in živalske vrste in tudi ledenike, slapove in izvire, ki so prisotni v redkih alpskih krajih. Končno je tudi kulturna dediščina pomemben vir za turizem, saj združuje materialne (arhitektura, oblačila, orodja) in nematerialne (znanje v proizvodnji živil, glasba ali lokalni jezik) prvine. V tem kontekstu imajo zelo pomembno vlogo tudi tradicionalne kulturne krajine z značilno rekreacijsko funkcijo in visoke kulturne vrednote, ki so rezultat stoletnih kmetijskih praks. Lokacije z omejenimi viri (r) potrebujejo več naložb za uvajanje umetnih atrakcij, zato da lahko vstopijo na alpski turistični trg.
- **Dostopnost (A):** dobra dostopnost (A) destinacije je primerjalna prednost in spodbuja razvoj turizma in investicije. Hkrati bližina velemest, ki obdajajo Alpe, in

dobra prometna infrastruktura z visoko kakovostnimi cestami in železnicami ustvarjata kombinacijo turizma z nočitvami in dnevnih obiskov ljudi iz mestnih središč. Na splošno so alpska mesta dobro dostopna, nekatera izmed njih tudi z letalom, in zato izvajajo funkcijo portala za okoliške doline. Vsi dobro dostopni turistični kraji imajo navadno večji delež sekundarnih bivališč, ki jih ljudje uporabljajo samo za krajša obdobja v letu (tako imenovane "hladne postelje"). Obrobne alpske regije (a) razvijajo v glavnem tipe turizma s povprečno daljšo dobo bivanja.

- **Sezonskost (S):** močna enostranska sezonskost (S), bodisi poleti bodisi pozimi, povzroča dodatno obremenjenost: sezonski trg dela, ki je vezan na krajša obdobja zaposlitve in ki ga ogroža velika nevarnost brezposelnosti; velike infrastrukturne zmogljivosti za pokrivanje potreb sezonskih konic (presežna zmogljivost); slaba izvensezonska učinkovitost turistične infrastrukture. Z vidika trajnosti je letoletni turizem brez večjih sezonskih nihanj koristen (s). Vendar tudi doseganje primerne ravnotežja med poletno in zimsko sezono je ključna prednost, kar že velja za številne alpske destinacije.
- **Intenzivnost turizma (I):** relativni prispevek turizma k celotni dodani vrednosti regionalne ekonomije je pokazatelj intenzivnosti turističnega sektorja v določeni regiji. Visoka intenzivnost (I), ki se izraža tudi v razmerju med številom nočitev in številom prebivalcev, lahko povzroči odvisnost in premik osi lokalne in regionalne razvojne politike v smeri turizma. Na številnih alpskih območjih kot tudi v alpskih mestih je turizem pomembna, vendar ne prevladujoča gospodarska panoga (i). Pogosto je glede na vse vplive intenzivnost in zato pomen turizma precenjen zaradi krajših sezonskih konic. V tem okviru je pomembno vedeti, da turizem pogosto ustvarja sinergije z drugimi gospodarskimi sektorji (npr. kmetijstvom, trgovino, obrtništvom, podjetništvom, energetskim sektorjem), s čemer se regionalna dodana vrednost poveča.

S pomočjo petih glavnih tipičnih lastnosti lahko izvajamo različne kombinacije, ki so tipične in značilne za turistično politiko v Alpah. Na primer večina alpskih smučarskih centrov ima kombinacijo visokih gora (M), obrobne lokacije (a), visoke sezonskosti (S) in močne intenzivnosti turizma (I). V naslednjem odstavku so opredeljeni glavni tipi alpskega turizma.

Če upoštevamo pet tipičnih značilnosti in v prvi fazi njihove

binarne vrednosti (velike črke za visoko pojavnost in male črke za nizko pojavnost), dobimo 32 možnih kombinacij potencialnih tipov turizma. Nekateri izmed njih so očitno samo teoretične, ne pa obstoječe variante, npr. regije, ki

kažejo nizko pojavnost vseh petih tipičnih značilnosti, ne bodo zasedle pomembnih tržnih položajev. Sledi sedem kombinacij, ki smo jih označili kot najpomembnejše tipe alpskega turizma:

M	R	A	S	I	Opis tipa	Tip št.
-	-	-	+	+	poletne počitnice ob jezerih in rekah	1
-	-	+	+	+	poletne počitnice ob jezerih in rekah/enodnevnim izletom iz metropol	1
+	+	-	-	+	celoletni turizem v zdraviliščih in za spoznavanje kulture na obrobju Alp	2
+	+	-	+	-	zaščitena območja (nacionalna, biosferna, naravna/regionalna) večinoma poleti	3
+	-	+	-	-	alpska mesta in večje vasi	4
+	+	+	-	-	alpska mesta z dodatnimi turistom privlačnimi viri	4
+	-	-	-	+	gorske destinacije z uravnoteženo poletno in zimsko sezono	5
+	+	-	-	+	gorska območja z uravnoteženo poletno in zimsko sezono in lokalnimi zanimivostmi	5
+	-	-	+	+	smučarske destinacije v visokogorju in drugi ključni produkti povezani s sezono	6
+	-	+	-	+	smučarske (pozimi) in pohodniške (poleti) destinacije blizu metropol	7

Slika 51: Okvirna tipologija alpskega turizma

Različne tipe lahko opišemo na sledeči način:

Tip 1: Poletne destinacije v predgorju: okoli visokih gora najdemo številne predgorske vzpetine s privlačnimi jezери in rečnimi dolinami. V vročih poletnih mesecih ta jezera pritegnejo goste in prebivalce iz bližnjih velemest. Ker višje gore in druge alpske atrakcije niso daleč, turisti pogosto združijo obisk predgorja s kratkimi izleti v notranje gorske predele ali v bližnja alpska mesta in zato prispevajo k prometnim konicam poletne sezone. Kampiranje, počitnice na kmetiji ali bivanje v počitniških domovih so, predvsem za družine, pomembne alternative komercialni nastanitvi.

Tip 2: Zdraviliške destinacije: s kombinacijo izredno učinkovitega zdravljenja in terapij ter okoliških gora, ki nudijo široko paleto dejavnosti na prostem, so si Alpe pridobile mednarodni sloves v zgodnjih razvojnih fazah alpskega turizma. Pogosto gre za okolje, bogato z živahnim kulturnim življenjem, v katerem se veliko število turistov zadrži daljši čas. Danes dopolnjuje tradicionalno zdraviliško dejavnost wellness ponudba, ki je večinoma vezana na krajše obiske.

Tip 3: Destinacije za doživljanje narave: velika zavarovana območja kot so nacionalni, regionalni, naravni parki in biosfere ter njihova okolica kot tudi tradicionalna kulturna krajina, kot na primer z naravnega vidika bogati alpski travniki in pašniki, nudijo, še posebej v poletnem času, čudovit vpogled v alpsko naravo. Pohodništvo in trekning z nočitvami v kočah ali nočitve z zajtrkom na kmetijah so tržišče v vzponu. Druge dejavnosti na odprtem, ki pretežno uporabljajo naravo kot kuliso, npr. gorsko kolesarjenje, rafting, jadralno padalstvo, prosto plezanje, lahko postanejo ovira za ohranjanje dragocenih alpskih ekosistemov. Poleg tega vstopni portali s centri za obiskovalce privlačijo dnevne

obiskovalce z destinacij tipa 1 in 2 in s tem povzročajo zelo visoke sezonske konice v poletnem času.

Tip 4: Alpska mesta in kraji: na robu in znotraj velikih porečij so Alpe posejane s številnimi izredno privlačnimi mesti in večjimi središči, ki obiskovalcem mest nudijo visoko konkurenčno in raznoliko ponudbo, na področju kulture z muzeji, zgodovinskimi stavbami, gledališči in koncertnimi dvoranami. Poleg tega lahko gostje izkoristijo priložnosti za nakupovanje in rekreacijo in jih dopolnijo z obiski atrakcij v okolici, kot so reke, jezera ali hribi. Številne možnosti privabljaajo v alpska mesta tudi MICE sektor (srečanja, spodbude, konvencije in dogodki) v podjetniškem turizmu.

Tip 5: Celoletne notranje gorske destinacije: zaradi oddaljenosti od središč gostje, ki obiskujejo te destinacije, v glavnem v njih tudi prenočujejo. Zaradi topografije, podnebja in infrastrukture privabljaajo gore goste pozimi za smučanje in poleti zaradi bogate izbire poletnih gorskih dejavnosti, od raznih športov in narave do wellnessa in kulture. Žičnice, ki so steber zimskega smučanja, nudijo poleti velik izbor lažjih načinov obiskovanja gora. Poleg tega pa imajo številni hoteli na voljo wellness storitve, ki predstavljajo varnostni ventil v primeru slabega vremena, ključnega faktorja v številnih regijah.

Tip 6: Smučarska središča: višja lega in zanesljivost snežne odeje od decembra do aprila – bodisi zaradi naravnih padavin bodisi zaradi izdelave umetnega snega – pogosto naredita iz zimske sezone glavni in večkrat tudi edini vir turističnega gospodarstva. Visoko kakovostna infrastruktura z modernimi sedežnicami in žičnicami, sistemi za izdelavo umetnega snega in dobro utrjene proge, storitve kot npr. izposoja smuč, smučarske šole in vodeni obiski so ključnega pomena za uspeh v mednarodni konkurenci. Del proizvodov

so tudi nastanitve vseh cenovnih razredov zraven prog in vlečnic ter razvedrilo in sprostitvev po smučanju.

Tip 7: Celoletni gorski turizem na robu Alp: kratkotrajno bivanje in dnevni obiski gostov iz velemest in alpskih mest se prekrivajo z nočitvami gostov za daljši čas. Značilnost tega tipa turizma je podobna tipu 5, vendar je raven nastanitve pogosto rahlo nižja v primerjavi s tisto, ki jo ponujajo v notranjih predelih Alp, in zato igra tu wellness manjšo vlogo. Ob koncih tedna in v visoki sezoni prekrivanje turistov, ki prenočujejo, in dnevnih obiskovalcev povzroča hude prometne obremenitve in posledično negativne posledice kot so hrup in onesnaženje zraka.

Teh sedem tipov turizma predstavlja osnovne tipe, ki opredeljujejo ključne elemente tipičnih alpskih turističnih destinacij. Številne destinacije skušajo postati bolj konkurenčne, s tem da pokrivajo več zgoraj omenjenih kategorij. Zato bomo našli značilnosti doživetja v naravi ali zdraviliških krajev na številnih predgorskih destinacijah in obratno, se pravi da izrazito zimske smučarske destinacije vstopajo na poletni turistični trg, zato da si pridobijo tržne deleže in postanejo na daljši rok celoletne destinacije. Dolga tradicija alpskega turizma kot tudi zelo specifične lokalne in regionalne značilnosti predstavljajo zelo plodna tla za razvoj raznih oblik turizma.

Na obrobni območjih Alp med vznožji gora in višjimi vrhovi je običajno najti pomembna turistična območja, ki so tudi intenzivno izkoriščena za dnevne obiske. Isti pojav je mogoče zapaziti na območjih v bližini alpskih mest. V bližini Alp v okolici velemest kot so Lyon, Milan, München, Dunaj ali Zürich bomo našli številne destinacije, ki privlačijo turiste in prebivalce mest za razvedrilo in sprostitvev. To seveda pomeni večje vplive predvsem zaradi promet, da ne govorimo o stanovanjskem trgu, kjer se cene višajo zaradi sekundarnih bivališč na škodo lokalnega prebivalstva. Poleg teh negativnih vplivov gre poudariti močan gospodarski vpliv turizma na tem območju. Upravljalci turistične infrastrukture izkoriščajo prednost dodatnih dnevnih obiskovalcev, kar tudi pripomore k ohranjanju delovnih mest v izvensezonskem času in k boljšemu izkoriščanju zmogljivosti.

E.2. PREDNOSTI IN SLABOSTI GLAVNIH TIPOV ALPSKEGA TURIZMA

Vsaka alpska turistična destinacija ima svoje specifične prednosti in slabosti, nekaj splošnih lastnosti pa imajo tudi skupnih. Z vidika razvoja trajnostnega turizma ugotavljanje prednosti (S) in slabosti (W) ter kasneje priložnosti (O) in nevarnosti (T) ne more upoštevati samo gospodarskih vidikov kot sta na primer donosnost ali tržni položaj. Pojem trajnosti je treba uokviriti v celostno pojmovanje turizma z vsemi tremi dimenzijami trajnosti. Poglavitna vprašanja v zvezi s trajnostnim alpskim turizmom so:

1. Ekološka razsežnost turizma: ohranjanje zdravega in raznolikega okolja, narave (biotska raznovrstnost) in krajine, varovanje ekološkega ravnotežja izredno občutljivih območij, do okolja prijazna uporaba virov (zraka, vode, tal), preprečevanje vplivov na okolje;
2. Vidiki etične in socialne pravičnosti kot tudi kulturnega prilagajanja: uvedba pravičnih delovnih pogojev in plače, ponudba usposabljanja in kvalifikacij za delavce v turističnem sektorju, preglednost v odnosu do lokalnih prebivalcev in njihovo sodelovanje pri sprejemanju odločitev, varovanje in spoštovanje kulturne identitete lokalnih prebivalcev;
3. Donosnost in dolgoročni gospodarski vidiki: prihodnja in trajna donosnost poslovanja, povečanje krajevnih in regionalnih prihodkov za vse dele prebivalstva, spodbujanje investicij, ki ustvarjajo naknadno regionalno dodano vrednost in s tem povečajo blaginjo prebivalcev turističnih destinacij.

To poglavje se loteva alpskega turizma s splošne perspektive in skuša odgovoriti na vprašanje "katere so glavne omejitve in potencial za razvoj trajnostnega turizma v Alpah". Sledi podrobna analiza sedmih tipov turizma s seznamom glavnih prednosti in slabosti.

E.2.1 SPLOŠNO STANJE ALPSKEGA TURIZMA

Če obravnavamo Alpe kot konkurenčno enoto na globalnem in kontinentalnem turističnem trgu, lahko ugotovimo nekatere splošne izstopajoče značilnosti:

Alpe na splošno	
Prednosti	Slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + središčna lega v Evropi z več kot 400 milijoni nočitev na leto + velika čustvena navezanost Evropejcev na Alpe kot simbol neokrnjene narave in visoke kakovosti življenja + krajina velikega ekološkega in estetskega pomena + kulturna identiteta, vrednota prepoznavnosti + velika kupna moč in intenziteta potovanj na izvornih trgih + dobra do zelo dobra dostopnost po cesti, železnici in z letalom + pozitivna in mednarodna podoba + raznolikost turistično pomembnih atrakcij s poudarkom na edinstveni naravi in kulturi + nekaj vodilnih visoko konkurenčnih destinacij z moderno infrastrukturo in suprastrukturo + dobro utečeni sistemi prostorskega in teritorialnega načrtovanja preprečujejo prekomerno izkoriščanje okolja + dolgoletne izkušnje v turizmu so botrovale sorazmerno visokim profesionalnim standardom (vsaj v turističnih središčih) 	<ul style="list-style-type: none"> - majhna distribucijska zmogljivost zaradi razdrobljene strukture dobaviteljev in tržnih storitev - majhna gospodarska privlačnost in zmanjšan interes vodilnih evropskih organizatorjev potovanj za sodelovanje z destinacijami - zelo omejene možnosti razvoja na atraktivnih destinacijah zaradi prostorske omejenosti in visokih cen - topografija povzroča ozka grla v prometnih sistemih v visoki sezoni - visoka stopnja ranljivosti zaradi naravnih nesreč - visoka stopnja ranljivosti zaradi turističnih dejavnosti - visoka stopnja ranljivosti zaradi vplivov podnebnih sprememb - visoki stroški za ponudnike (investicije, osebje, energija) - splošno omejena inovacijska sposobnost ponudnikov - slabe delovne razmere zaposlenih (nizke plače, dolgi in neredni "za družine neprijazni" delovni urniki) - težnja po uporabi poenotene standardizirane infrastrukture in storitev - narava in krajina samo kot kulise za šport in rekreacijo, ne pa kot dragoceni dobrini

Turizem v Alpah je v primerjavi z drugimi evropskimi in sredozemskimi destinacijami, npr. Turčijo, Kanarskimi otoki ali obmorskimi kraji v Egiptu, "stara destinacija". Zato lahko Alpe izkoristijo svojo dobro osnovno infrastrukturo in visok standard profesionalnosti turističnih deležnikov. Po drugi strani visoka stopnja razvitosti pomeni zelo omejene možnosti za inovacije in okvirne gospodarske pogoje za investitorje. Večina turističnih podjetij v Alpah so mala in srednja podjetja (MSP) in v primerjavi z drugimi gospodarskimi sektorji so njihove stopnje donosnosti pod povprečjem. MSP-ji imajo včasih težave s povečanim pritiskom v mednarodni konkurenci. Zato da zagotovijo najvišje kakovostne standarde, so alpska turistična podjetja pogosto močno kapitalizirana in imajo istočasno nizke stopnje lastniškega kapitala. Veliko alpskih turističnih podjetij se mora soočiti z visokimi investicijskimi stroški in povečano porabo, npr. za osebje in energijo. Poleg tega se v izvensezonskem času veliko alpskih destinacij ubada z nezadostno izkoriščenostjo – tekoče stroške, ki se nabirajo v tem času, morajo izravnati s presežki v visoki sezoni. Po drugi strani pa MSP-ji nudijo prednosti kot so raznolika turistična ponudba, pristnost, gostoljubnost in neposreden stik s strankami. Predvsem turistični MSP-ji, ki so močno prisotni na destinacijah, pripomorejo tudi k večji družbeni sprejemljivosti in dolgoročni navezanosti organizatorjev potovanj na lokacije.

Obstaja poudarjena potreba po inovativnih medregionalnih zadrukah za uspešno umestitev alpskega turizma v mednarodni kontekst.

Alpe so v glavnem destinacija za potnike posameznike, ki si po navadi sami organizirajo potovanje in nastanitev. To pa naredi iz Alp neprilučno destinacijo za vodilne organizatorje potovanj, ki imajo Alpam konkurenčne poletne in zimske programe, z izjemo velikih neodvisnih letoviških krajev. Poleg tega so v zimskih mesecih od začetka novembra do aprila Alpe oglaševane na televiziji kot destinacija za športne dejavnosti. To lahko odvrta potencialne (poletne) goste ali negativno učinkuje na druge oblike turizma kot sta na primer turizem za doživljanje narave ali zdraviliški turizem.

E.2.2 SPECIFIČNI TIPI TURIZMA V POVEZAVI Z BISTVENIMI PREDNOSTMI IN SLABOSTMI

Tabele tega poglavja nudijo pregled dodatnih bistvenih prednosti in slabosti posameznih tipov turizma. Seveda je to splošna slika, ki izvira iz splošnega pregleda Alp in iz primerjave med posameznimi tipi turizma. Vsaka posamezna destinacija spada v en tip ali v kombinacijo dveh ali treh tipov. Dejanske prednosti in slabosti se morda razlikujejo od okvirnih zaradi raznolikosti lastnosti vsakega tipa. Trenutno stanje posameznih vrst destinacij ni odvisno samo od prednosti in slabosti ampak tudi od vplivov turizma na vsa področja trajnosti: gospodarsko, okoljsko in družbeno-kulturno. Konkretni vplivi so si lahko močno različni zaradi intenzivnosti turizma ali sposobnosti obvladovanja

destinacije. Zaradi tega bo seznam okvirnih ali tipičnih prednosti in slabosti za vsak tip turizma podal jasnejšo sliko

vsakega posameznega tipa in kasneje omogočal določanje priložnosti in nevarnosti.

Tip 1: Poletne destinacije v predgorju

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + veliko število možnosti za goste na kraju samem ter v bližnjih gorah in alpskih mestih + čista voda v jezerih in rekah + raznolikost kulturnih krajin + različne vrste nastanitve + pristnost in privlačnost lokalnih kulinarčnih specialitet ter kulturnih dogodkov 	<ul style="list-style-type: none"> - pretežno zelo razdrobljena struktura deležnikov majhnega obsega z nizko stopnjo sodelovanja - konflikti zaradi prekrivanja dejavnosti dnevnih obiskovalcev iz mest in turistov na počitnicah - velika možnost slabega vremena/neviht v severnih Alpah - ni vseobsegajočih "all inclusive" ponudb/ugodnih paketov za družine - sezonskost trga dela in izkoriščanja zmogljivosti

Tip 2: Zdraviliške destinacije

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + dokazana terapevtska vrednost in medicinska usposobljenost + precej raznovrstna ponudba dodatnih storitev za spodbujanje okrevanja/stabilizacijo + visoka kakovost naravne in lokalne hrane v skladu z zdravstvenimi standardi + ustvarjanje stalnih delovnih mest, osnova za učinkovito izkoriščanje infrastrukture 	<ul style="list-style-type: none"> - pretežno zelo razdrobljena struktura deležnikov majhnega obsega z nizko stopnjo sodelovanja - pogosto primanjkuje specializacije - visoka stopnja gospodarskega tveganja osrednje zdraviliške infrastrukture večjega obsega (npr. mineralna ali termalna kopališča, zdravniški centri) - wellness in topliški objekti v hotelih zastarajo pred iztekom amortizacije

Tip 3: Destinacije za doživljanje narave

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + edinstvena "alpska" narava in kulturna krajina z neprimerljivo visoko stopnjo biotske raznovrstnosti in rekreacijskega potenciala + gorsko kmetijstvo ohranja krajino in prideluje pristno lokalno hrano + dobra mreža alpskih poti in modernih gorskih koč + številna velika zavarovana območja z informacijskimi centri in centri za obiskovalce + pogosto visoka kakovost javnega prevoza – izključena motorna vozila + dobro sodelovanje med regionalnimi turističnimi ponudniki in upravljavci zavarovanih območij + uporaba pečata zavarovanih območij kot znaka kakovosti v turizmu in regionalnem gospodarstvu 	<ul style="list-style-type: none"> - težave z izogibanjem negativnim posledicam turizma v visoki sezoni - pogosta osredotočenost samo na poletno sezono - potencialni konflikt s popularnimi športi na prostem - obstoječa ali načrtovana infrastruktura velikega obsega kot ovira za vzpostavitev ali razširitev zavarovanih območij - težave z vključevanjem kmetijstva in gozdarstva v načrte za gospodarjenje z viri - premajhna ali neobstoječa sredstva za dejavnosti informiranja gostov - sezonskost trga dela in izkoriščanja zmogljivosti infrastrukture

Tip 4: Alpska mesta in kraji

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + zgodovinska središča in pristna arhitektura + raznolike turistične atrakcije v mestih in okolici + zelo dobra dostopnost in pretežno lokalni in regionalni javni prevoz + nakupovanje, razvedrilo in storitve + MICE objekti v kombinaciji z večjimi hotelskimi zmogljivostmi 	<ul style="list-style-type: none"> - zamenljiva poslovna območja s trgovinami svetovnih blagovnih znamk - gost promet v bližini zgodovinskih središč → hrup in onesnažen zrak - temperaturni maksimum v poletni sezoni (južna alpska mesta) - teža na krajših potovanjih/obiskih, ki povzročajo dodaten promet - prekrivanje obiskovalcev v mestih in dnevnih izletnikov iz okoliških destinacij

Tip 5: Celoletne notranje gorske destinacije

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + veliko jih leži na srednjih višinah z gorami, jezeri in majhnimi rekami + izredno privlačna narava, izhodišče za športe (poletne in zimske) in rekreacijo + gorsko kmetijstvo ohranja krajino in prideluje pristno lokalno hrano + ustvarjanje stalnih delovnih mest, osnova za učinkovito izkoriščanje infrastrukture + majhen odstotek dnevnih obiskovalcev ohranja viške obiskov in prometa na relativno nizki stopnji 	<ul style="list-style-type: none"> - pretežno zelo razdrobljena struktura deležnikov majhnega obsega z nizko stopnjo sodelovanja - dve glavni sezoni z nizkim povpraševanjem med sezonami - pretežno kratka poletja (predvsem v visokih gorah) - na splošno pomanjkanje alternativnih možnosti v primeru slabega vremena (severne in srednje Alpe) - pogosto kritičen obseg smučarskih središč za konkuriranje z večjimi središči - pogosto veliko število majhnih in zelo majhnih ponudnikov z nizko stopnjo inovativnosti in sposobnosti ponovnega investiranja - težave pri sodelovanju in prodiranju na nove (mednarodne) trge

Tip 6: Smučarska središča

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + vodilna središča z zelo modernimi visoko zmogljivimi strukturami in zagotovljena zasneženost od decembra do aprila + visoka kakovost storitev za zimske športe in prostočasnih aktivnosti po športnem udejstvovanju + dobro organiziran lokalni prevoz iz nastanitvenih objektov na smučišča + visoka kakovost in izbor vseh vrst nastanitve + v vodilnih letoviških krajih stalne inovacije in visoke investicije za ohranjanje konkurenčnosti + v sodelovanju z velikimi organizatorji potovanja vodilni letoviški kraji lahko prodrejo na nove izvirne trge + visok delež enotedenskih obiskovalcev; tekom tedna pa dodaten promet dnevnih obiskovalcev + dobro sodelovanje med različnimi subjekti, pogosto v režiji lokalne/regionalne družbe za upravljanje vlečnic 	<ul style="list-style-type: none"> - srednje veliki kraji, ki ne zagotavljajo zasneženosti z naravnim snegom, so pod velikim investicijskim pritiskom za ohranitev pozicije na trgu - infrastruktura porabi veliko energije - izrazita sezonskost trga dela - velikost infrastrukture za javno oskrbo prirejena za zimske konice (slaba učinkovitost čez leto) - problemi s prometom ob koncih tedna (tedenska menjava turistov ter dnevni obiskovalci ob koncih tedna npr. z avtobusi) - povečan delež krajših obiskov z letalskim prevozom do smučarskih krajev blizu letališč - smučarska središča na srednji višini in v nižjih legah so pod vplivom toplejšega/deževnega vremena, ki je vedno pogostejše zaradi podnebnih sprememb - pritiski za širitev letovišč in smučišč na neokrnjena gorska območja - potencialno veliko povpraševanje po javnih finančnih sredstvih za smučarsko infrastrukturo - javna finančna sredstva za smučarsko infrastrukturo lahko porabijo sredstva, namenjena drugim nujnim projektom - zamenljivost: gost "vidi" samo infrastrukturo

Tip 7: Celoletni gorski turizem na robu Alp

prednosti	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> + raznovrstne turistične in rekreacijske atrakcije, vezane na infrastrukturo in storitve + gorska narava kot čisto okolje za rekreacijo mestnega prebivalstva + učinkovita uporaba infrastrukturnih zmogljivosti + dobra dostopnost z javnim prevozom iz velemest/mest + ustvarjanje stalnih delovnih mest (vendar pretežno za storitve z nizkimi plačami) + na voljo so različne vrste in kakovosti nastanitve + gorsko kmetijstvo ohranja krajino in prideluje pristno lokalno hrano 	<ul style="list-style-type: none"> - pretežno zelo razdrobljena struktura deležnikov majhnega obsega z nizko stopnjo sodelovanja - težnja po krajših obiskih – povečan vpliv prometa (dnevni obiskovalci in kratki obiski) - ob koncih tedna z lepim vremenom večji pritisk na turistično zanimive točke in povezane prometne/prevozne sisteme - konfliktno prekrivanje dnevnih obiskovalcev iz velemest/mest in turistov na počitnicah (glej prejšnjo točko) - nizka stopnja inovativnosti in sposobnosti ponovnega investiranja MSP-jev - pomanjkanje jasne umestitve (edinstveni profil) pomeni zmanjšano konkurenčnost v primerjavi s specializiranimi ponudniki

E.3. GONILNE SILE, KI VODIJO K SPREMEMBAM, IN POTREBE ALPSKEGA TURIZMA PO PRILAGAJANJU

E.3.1 GONILE SILE, KI POMENIJO PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI

Turizem v Alpah je podvržen stalnim spremembam. Gonilne sile s pomembnimi učinki imajo različne razsežnosti (prostor, intenziteta in čas) in ozadja. Nekatere imajo globalno ali vsaj kontinentalno dimenzijo, druge so bolj vezane na področje uprave, na primer na nivoju Evropske unije, držav, regij ali lokalnih oblasti. Alpe kot turistična destinacija igrajo relativno majhno vlogo, če jih primerjamo z globalno ekonomijo in globalnim turističnim sistemom, kot njenim sestavnim delom. Zaradi tega alpski turizem pomembneje ne vpliva na usmeritve in dinamike številnih obsežnih gonilnih sil, pač pa jim je prepuščen in prispeva vanje.

Trenutno so najbolj obravnavane gonilne sile v politiki in literaturi:

- podnebne spremembe;
- demografske spremembe;
- razpoložljivost energetskih virov;
- dinamike na globalnem trgu;
- prometni sistem;
- družbe, ki temeljijo na znanju in informacijah.

Te dolgoročne gonilne sile pogojujejo Alpe kot celoto. Vsekakor pa so značilnosti in obseg učinkovanja za vsak tip alpskega turizma predvsem odvisni od dveh faktorjev: na eni strani prednosti in slabosti območja samega, na drugi pa njegove umestitve v primerjavi z drugimi turističnimi destinacijami in sposobnost, da izkoristi rast in razvoj sebi v prid.

Nadalje bomo gonilne sile uporabili za preverjanje kombinacij v SWOT analizi (S-O, S-T, W-O, W-T), zato da določimo opisane priložnosti in nevarnosti.

E.3.1.1 PODNEBNE SPREMEMBE

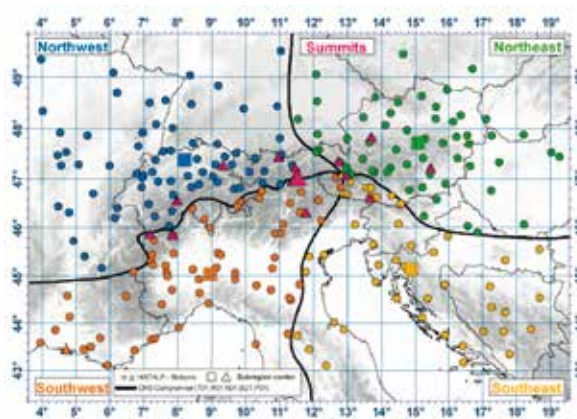
V zadnjih letih se je veliko raziskav in projektov sodelovanja za alpsko regijo ukvarjalo s temo podnebnih sprememb. Trenutno je ClimAlpTour, projekt Programa Območje Alp, edini projekt sodelovanja na ravni Alp, ki se izrecno ukvarja s turizmom in podnebnimi spremembami. Cilj projekta je nuditi pristop k obravnavi posledic spreminjajočega se podnebja na alpski turizem. Druge študije se ukvarjajo s specifičnimi regijami in državami.

Naš prispevek upošteva te vire, predvsem v zvezi s posledicami za turizem, in pomembnejšo obstoječo literaturo.

Alpsko podnebje v preteklosti

Okoljska, kulturna in gospodarska raznolikost Alp je tradicionalno prinesla velik izbor turističnih dejavnosti v alpski prostor. Vseeno pa je alpski turizem v veliki meri odvisen od naravnih virov in podnebja (Urbanc in Pipan, 2011). To naj bi privedlo do reorganizacije turistične ponudbe v smeri bolj trajnostne paradigme, tako kot priporoča Protokol "Turizem" Alpske konvencije. Zaradi tega postajajo podnebne spremembe nov neizogiben faktor pri načrtovanju trajnosti v alpskih skupnostih in samo s podnebjem združljiv turizem lahko štejemo za trajnostni turizem (Abegg, 2011).

Za določanje podnebnih sprememb smo v preteklosti uporabljali dolgoročne podatkovne serije (temperatura, padavine itd.) Projekt Histalp (2007) o alpskih podatkovnih serijah je opredelil štiri alpska območja (glej sliko 52) s podobnimi spremembami v povprečnih temperaturah v treh referenčnih obdobjih (1850-2007, 1850-1975, 1975-2007).



Slika 52: Porazdelitev merilnih mest v projektu Histalp. Razdelitev Alp na štiri podnebno homogene podregije (NW, SW, NE, SE). (Projekt Histalp, 2007)

Bodoče podnebje v Alpah

Podatki o preteklih povprečnih gibanjih so nedvomno zanimivi, vendar je njihova koristnost vprašljiva, ko gre za ocenjevanje bodočih podnebnih dinamik na lokalni ravni.

Regionalni podnebni modeli (Prudence in Ensembles EU projekti; Jacob et al., 2007; CLISP, 2009) lahko nudijo verodostojne scenarije za razumevanje prihodnjega podnebja v Alpah in nakažejo potencial ter pomembna razhajanja med različnimi alpskimi regijami.

Možni vplivi podnebnih sprememb v Alpah

Ne glede na razlike med regijami na vseh nivojih, so možni vplivi podnebnih sprememb v Alpah naslednji:

1. Splošno povišanje temperature (1,5°C do leta 2050 in 3,5°C do leta 2100 (izhodiščno leto 1990), pod A1B IPCC SRES), v primerjavi s trenutnimi pogoji pa tudi zmanjšanje števila dni z ledom in slano ter znatnejšo povišanje zimskih temperatur v primerjavi s poletnimi.
2. Spremembe padavinskih vzorcev (srednje padavine kažejo 15 % povečanje količine pozimi in 15 % zmanjšanje poleti, vendar je negotovost večja v primerjavi s temperaturami) z večjo možnostjo močnih padavin in poplav pozimi ter suše poleti.
3. Povečanje pogostosti neviht.
4. Povečanje evapotranspiracije (prehajanje vode iz rek, jezer, rastlin in tal v atmosfero) in splošno zmanjšanje količine vodnih virov.
5. Znatno krčenje ledenikov.
6. Zgodnji nastop topljenja snega s posledičnim premikom viška odtoka vode od pomladi na zimo.
7. Zmanjšanje snežne odeje in zanesljivosti sneženja v velikem številu regij z zimskimi športi ter povprečni dvig meje sneženja (lego in izpostavljenost soncu je treba preveriti lokalno).
8. Spremembe vodnih režimov vodotokov z večjo izsušitvijo v poletni sezoni.
9. Povečana verjetnost sušnih obdobj.
10. Podaljšanje poletne dobe in vegetacijske dobe na vseh višinah.
11. Spremenjen način kmetovanja, spremenjena biotska raznovrstnost in posledično spremenjena krajina s pomikom velikega števila bioloških con v višje lege.
12. Večje tveganje za naravne nesreče kot so na primer skalni podori, zemeljski plazovi, gručnati tokovi, ledeniški podori in ledeni plazovi.
13. Večja možnost vročinskih valov (npr: poletje 2003); (AdaptAlp, 2011; Beniston, 2006; BMU, 2007; Chaix, 2010, v: Urbanc in Pipan, 2011).

Spreminjajoče se alpske krajine

Spreminjajoče se krajine zaradi krčenja ledenikov in dviga drevesne in gozdne meje so pomembna posledica podnebnih sprememb. Turistični sektor se mora prilagoditi takim spremembam, ki vplivajo tudi na privlačnost krajin, kot dokazuje študija OcCC "Climate Change and Switzerland 2050" (Podnebne spremembe in Švica 2050) iz leta 2007.

"Otoplitev bo posebej pustila sledove v visokogorskih alpskih krajinah. Številni krajinski elementi, kot na primer ledeniki, vegetacija in tla, bodo podvrženi znatnim spremembam. Flora in favna se bosta prilagodili novim okoliščinam, vendar je treba poudariti, da se določeni naravni procesi, npr. rast gozdov, odvijajo zelo počasi in zato nastajajo skozi daljša časovna obdobja. Za turizem so lahko te spremembe priložnost ali tveganje" (Bürki et al., 2007, str. 85-86).

"Spremembe naravne krajine zaradi podnebnih sprememb bodo močno vplivale na privlačnost destinacije. Tudi turistična ponudba se bo spremenila. V Alpah bodo železnice in prevozna podjetja verjetno najbolj občutili posledice podnebnih sprememb. Nastanitveni sektor (hoteli in nehotelske strukture) in turistične atrakcije v širšem smislu (dejavnosti na odprtem) bodo prav tako posredno ali neposredno utrpeli posledice" (Bürki et al., 2007, str. 88).

To je samo primer nadaljnjih še neomenjenih izzivov: nedavna študija o podnebnih spremembah in izzivih za turizem, ki jo je izdal švicarski Državni sekretariat za gospodarske zadeve (SECO) (www.seco.admin.ch/dokumentation/publikation/00008/00025/04734/index.html?lang=de) ali avstrijska študija o "podnebnih spremembah in vedenju potnikov" (www.bmwfj.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Sammelmappe1%20Klimawandel%20Reiseverhalten.pdf) lahko nudijo dodatne iztočnice. Nadaljnji priporočeni viri za ugotavljanje takih izzivov so Strategija za rast švicarskega turizma, ki opredeljuje podnebne spremembe kot enega izmed petih prihodnjih izzivov turističnega sektorja (www.evd.admin.ch/themen/00129/01523/index.html?lang=de). Švicarska strategija za prilagajanje podnebnim spremembam ugotavlja, da je glavni izziv razvijanje nove ponudbe, še posebej v poletni turistični sezoni (www.bafu.admin.ch/klimaanpassung/11529/index.html?lang=de).

Možni vplivi podnebnih sprememb na alpski turizem

Ko preučujemo vplive podnebnih sprememb na turizem v Alpah, je treba upoštevati razliko med poletno in zimsko sezono, kajti končne posledice so lahko dokaj različne. Vpliv podnebnih sprememb na zimski turizem je pretežno negativen, vendar lahko kraji z zanesljivo snežno odejo in inovativne in

prilagodljive destinacije na nižjih legah z manj zanesljivo snežno odejo spremenijo podnebne spremembe v priložnost. Istočasno pa imajo podnebne spremembe potencialne ugodne učinke na poletni turizem: po eni strani pričakovano zmanjšanje snežne in ledene odeje lahko privede do preseganja vizije razvoja turizma s tradicionalnimi zimskimi športi; po drugi strani pa se lahko poveča podnebna privlačnost Alp za poletne počitnice.

Zima brez snega?

Svetovna turistična organizacija je že leta 2003 začela svariti pred možnimi negativnimi posledicami podnebnih sprememb za zimski turizem in šport (UNWTO, 2003). Kot posledica povišanja temperatur se bo snežna meja dvignila za približno 150 metrov za vsako stopinjo otoplitve (Solomon et al., 2007). Nadalje bodo lahko nastopile spremembe v sezonski porazdelitvi sneženja in povzročile zgodnje prenehanje sezone (Beniston et al., 2003). Vsekakor ni verjetno, da bodo te spremembe linearne. Tako bosta celoletna in letna spremenljivost sneženja in snežne odeje večji, večja pa bo tudi zahtevnost pri upravljanju smučarskih središč, predvsem v obdobjih pomanjkanja snega. Kot posledica tega bi lahko bila številna smučarska letovišča ogrožena in samo strukture na visokih legah (praviloma nad približno 1500 metri, ki so varne pred lokalnimi pojavi) bodo primerne za zimske športe. Lega in naklon prog imata tudi pomemben vpliv na zanesljivost snežne odeje. Danes je od 666 smučarskih krajev v Alpah 57 označenih za nezanesljive z vidika snežne odeje. Na splošno je smučarski kraj opredeljen kot kraj z zanesljivo snežno odejo, če ima v 7 od 10 zim zadostno, najmanj od 30 do 50 cm visoko snežno odejo za zimske športe vsaj 100 dni na leto med 1. decembrom in 15. aprilom (Bürki et al., 2007 in OECD, 2007).

Dejansko je alpsko smučanje najbolj ranljiva dejavnost. Tudi smučarski tek ogroža pomanjkanje snega v posameznih sezonah, kar lahko onemogoča dejavnost. Čeprav so tekaške proge pogosto na nižjih legah, je snežna odeja manj pogosto izpostavljena soncu, ker so proge speljane v gostih gozdovih ali v osojnih krajih. Obstajajo tudi tehnike utrjevanja snega in načrtovanja prog (Chaix, 2010 v Urbanc in Pipan, 2011). Prosto smučanje, turno smučanje, krpljanje, in vse tiste dejavnosti, ki se odvijajo na nedotaknjenih alpskih območjih, bodo verjetno podvrženi večjemu tveganju za naravne nesreče, še posebej plazove, zaradi nestabilnosti naravnih snežnih razmer.

Vsekakor so podnebne spremembe tudi priložnost za smučarska središča z zanesljivo snežno odejo, saj bodo imela v prihodnosti manj konkurence (Simpson et al., 2008). Kraji z zanesljivo snežno odejo bodo verjetno zmagovalci v zimski turistični konkurenci, ki jo bodo povzročile podnebne spremembe, vsaj iz gospodarskega vidika. Iz tega izvira vedno večji pritisk za izgradnjo žičnic in vlečnic na višjih legah ter na ledenikih (npr. Les Deux Alpes, Tignes, Andermatt, Arosa-

Lenzerheide, Zermatt-Cervinia, Monte Rosa, Stubai-Pitztal, itd.). Zato niso samo podnebne spremembe, temveč tudi vplivi prilagajanja na te spremembe faktor, ki grozi okolju z negativnimi posledicami (BMU, 2007).

Neskončno poletje?

Poletna sezona v Alpah lahko postane privlačnejša zaradi pričakovanega povišanja temperatur in zmanjšanja količine padavin, tipična dolžina obdobja pa bi se lahko podaljšala. Istočasno bodo morda konkurenčne sredozemske destinacije izgubile malo svojega leska v korist oživitve poletnega dopustovanja v Alpah (Abegg, 2011). Višje temperature bodo verjetno pritegnile več turistov v Alpe, predvsem ko bodo želeli uiti toplotnim valovom v nižini (kot na primer poleti leta 2003). Vendar obstaja nevarnost, da bi bila zaradi večje obremenitve vodnih virov, predvsem v poletnih mesecih, na vrhuncu turistične sezone območja z omejenimi vodnimi viri v težavah z zadoščanjem povpraševanju (Hohenwallner et al., 2011).

S povišanjem temperatur je pričakovati tudi povečano popularnost dejavnosti na vodi, kot na primer plavanje, deskanje na vodi, deskanje z zmajem in jadranje, bodisi v naravnem, bodisi v umetnem okolju (npr. umetna jezera in bazeni). Če niso ustrezno vodene, te dejavnosti lahko potencialno negativno vplivajo na okolje (Chaix, 2010 v Urbanc in Pipan, 2011).

SILMAS (*Sustainable Instruments for Lakes Management in the Alpine Space* – Trajnostni instrumenti za gospodarjenje z jezeri v alpskem prostoru) je preučil podnebne spremembe in rezultati so bili objavljeni konec leta 2012, prejšnji projekt AlpLakes pa je med drugim obravnaval stroške upravljanja za ohranjanje biotske raznovrstnosti.

Dejavnosti na divjih vodah, kot na primer rafting, kajak in canyoning, so odvisne od stanja vodotokov. Podnebne spremembe bodo povečale obremenitev zbirnih območij z nižjimi vodostaji v poletni sezoni. Nevarnost osušitve rek bo večja, tudi če se bodo ledeniki topili. Ledeniki ne bodo protiutež hidrološkemu primanjkljaju v ključnem trenutku leta. Zato je pomembno, da se upravljavci voda in javne oblasti lotijo problema vode z veliko pozornostjo (Chaix, 2010 v Urbanc in Pipan, 2011; Hohenwallner et al., 2011).

Glavni sovražnik pohodništva, planinarjenja in visokogorskih dejavnosti v zimski sezoni je večje število naravnih nesreč, na primer plazov, padanja ledenih skal zaradi taljenja ledenikov, zemeljski plazovi zaradi pogostejših ekstremnih padavin in blatni plazovi ter padanje skal zaradi taljenja permafrosta. Projekt PermaNet se je posebej osredotočil na vpliv podnebnih sprememb na permafrost (Kellerer-Pirklbauer et al., 2011). Vsekakor je negotovost podnebnih modelov v tem kontekstu še zelo vpliven faktor.

Možnost večjega števila naravnih nesreč lahko vpliva tudi na gorsko kolesarjenje, ki pa ne bi smelo utrpeti večje škode zaradi drugih podnebnih sprememb (Urbanc in Pipan, 2011). Pozitivni faktor je za vse te dejavnosti jasen, saj je pričakovati milejše temperature, manj deževnih dni in daljše sezone. Po drugi strani pa bo zaradi izgube ledenikov in periglacialnega okolja okrnjena privlačnost nekaterih visokogorskih krajin.

Zaradi podnebnih sprememb se v osnovi spreminjajo tudi okoljski pogoji gozdov v alpskem prostoru z neznanimi

učinki na bistveno varovalno, ekološko, gospodarsko in socialno funkcijo gozdov. Projekt Manfred se je ukvarjal s to specifično temo. Če štejemo gozdove za primarno prednost alpskega turizma, bodo te spremembe imele pomembne posledice za turistični sektor. Dodatna nevarnost za poletne turistične dejavnosti so gozdni požari, katerih število se je v nekaterih opuščeni predelih Alp v zadnjih desetletjih močno povečalo. Ta pojav pa lahko zaostrejuje podnebne spremembe zaradi pogostejših ekstremnih pogojev v poletni sezoni (suša in visoke temperature) (Projekt ALP FFIRS v Valese et al., 2010).

Prispevek turizma k blaženju podnebnih sprememb

Splošna strategija blaženja posledic za turizem

Učinkovita politika blažitve upošteva v glavnem štiri ukrepe, ki jih lahko katerokoli podjetje ali institucija, povezana s turizmom, uveljavlja kot praktični odziv na podnebne spremembe.

1. Prvi ukrep je odprava emisij toplogrednih plinov, s tem da se odpovejo nekaterim dejavnostim, ne da bi bistveno spremenili turistične proizvode ali kakovost storitev (npr. heli-smučanje).
2. Drugi ukrep je zmanjšanje emisij toplogrednih plinov s poudarkom na praksah energetske učinkovitosti za določene dejavnosti (npr. toplotne izolacije, varčne žarnice).
3. Tretji ukrep je nadomestitev praks, ki v veliki meri povzročajo emisije toplogrednih plinov, s praksami, ki imajo manjši ogljični odtis (npr. osebna prevozna sredstva nadomestiti z javnim prevozom).
4. Končno lahko institucija ali poslovna enota uvede kompenzacijo za preostale emisije, zato da doseže popolno ogljično nevtralnost (npr. kompenzacija za potovanja z letalom, prodaja enot potrjenega zmanjšanja emisij zlatega standarda (Gold Standard Certified Emission Reductions)).

Ogljična kompenzacija mora biti del enotne in celostne strategije. Kompenzacija mora predstavljati drugo najboljšo rešitev za drugimi možnimi ukrepi za blažitev (Abegg, 2011).

(Simpson et al., 2008)

Smernice za blaženje posledic v nastanitvenih obratih

- a) Vzpostaviti sisteme za upravljanje z okoljem (EMS). Sistemi EMS pomagajo določiti, kolikšna je poraba virov, in ugotoviti na katerih področjih je možno privarčevati vire.
- b) Zmanjšati rabo energije. To lahko dosežemo z nadomeščanjem zastarelih strojev in nameščanjem energijsko varčnih naprav, na primer kartičnih stikal v sobah.
- c) Uporabljati samo obnovljivo energijo. Nastanitveni obrati lahko namestijo lastne vire obnovljive energije, vključno s fotovoltaičnimi ali solarnimi sistemi, ali pa odkupujejo obnovljivo energijo od specializiranih dobaviteljev.
- d) Zmanjšati porabo materiala. Obstajajo možnosti za znatno zmanjšanje rabe virov, še posebej embalaže. Na primer posode za milo lahko nadomestimo z milnikom in se odpovemo enoporcijskim paketom masla ali marmelade.
- e) Reciklirati odpadke. Hoteli lahko radikalno zmanjšajo količino proizvedenih odpadkov in reciklirajo večino preostalih odpadkov.
- f) Gradnja. Vsakokrat ko gradimo nov nastanitveni objekt, bi ga morali zgraditi tako, da je neodvisen od fosilnih energetskih virov – danes je možno uporabiti 100 % obnovljivo energijo, če to načrtujemo pred začetkom gradnje.
- g) Sporočati o zelenih pobudah. Nastanitveni obrati so idealne stične točke, ki lahko gostom posredujejo informacije o ukrepih, prijaznih do okolja.

(Simpson et al., 2008)

Prilaganje turizma podnebnim spremembam

Na splošno so turistični ponudniki široko seznanjeni s potrebo po prilagajanju spreminjajočemu se podnebnju, saj obstajajo številne akcije za ozaveščanje, regionalne študije in raziskave o vplivu podnebnih sprememb na turizem.

Medtem ko je turistično povpraševanje zelo prilagodljivo in se obnašanje turistov stalno in hitro spreminja, potrebuje turistična ponudba, se pravi alpske destinacije v celoti, zadosten čas za načrtovanje ukrepov za spoštovanje družbenih, gospodarskih in okoljskih omejitev (UNWTO in Simpson et al., 2008).

Gotovo imajo turistični ponudniki možnost samostojnega ukrepanja, vendar bo najbolj kočljiv del prilagajanja tako imenovano "načrtovano prilagajanje". Zato je treba na prilagajanje gledati kot na premišljen in usklajen proces v dolgoročnem načrtovanju turističnega razvoja, ki odločno presega mandat ene same politične uprave (Balbi et al., 2011). Poleg tega je turizem močno subvencioniran ekonomski sektor, zato morajo biti javna finančna sredstva usmerjena v razvoj s ciljem prilagajanja podnebnju in, v končni fazi, trajnosti (Abegg, 2011).

Diverzifikacija

Strategija s poudarjeno smučarsko vsebino je kapitalsko in tehnološko intenzivna strategija, ki načeloma ustvarja gospodarske monokulture, ki so komaj združljive z okoljem in podnebjem (Abegg, 2011). Vsaka investicija v sisteme za umetno zasneževanje poveča odvisnost turistične industrije od dejavnosti, povezanih s smučanjem, namesto da bi zmanjšala odvisnost zimskega turizma od snega.

Dejansko je v Alpah, tudi na nižjih legah, še živ model gospodarskega razvoja, ki se opira na sneg, pa naj bo naravni ali umeten, ne glede na zrelost tradicionalnega smučarskega proizvoda (Macchiavelli, 2009 in Bourdeau, 2008). Obratno pa je bilo dokazano, da zagotavljanje snežne odeje z umetnim snegom ne prinaša nujno boljših tržnih rezultatov (Abegg, 2011). Kljub temu pa je večina zimskih športnih središč opremljena z napravami za izdelavo umetnega snega za primer zmanjšanja zanesljive snežne odeje.

Preventivna strategija prilagajanja bi narekovala, da se ohranijo obstoječa smučarska infrastruktura in sistemi za umetno zasneževanje tam, kjer so podnebni in okoljski pogoji ugodnejši (približno višje od 1.500 metrov nadmorske višine, glede na lokalno podnebje in oblikovanost ozemlja), vsak nadaljnji razvojni načrt za snežno infrastrukturo pa bi morali pazljivo pretehtati (WWF, 2006). Potem ko so bile smučiščem namenjene javne subvencije, bi jih morali, leta 2007 na podlagi evropskih pravil o konkurenci prekiniti, zato da se izkaže dejanska gospodarska izvedljivost takega poslovnega modela. Bolj konkurenčno tržišče lahko tudi

spodbudi učinkovito uporabo obstoječe infrastrukture, na primer z večjo stopnjo sinergije s poletnim turizmom (kolesarski spust z žičnico, gorsko kolesarjenje na progah za turno smučanje itd.).

Naravne zimske turistične dejavnosti na snegu so bolj prilagodljive v primerjavi z alpskim smučanjem. Prosto smučanje, turno smučanje in krpjanje v varnih pogojih – na primer pod nadzorom alpskih vodnikov – lahko maksimalno izkoristijo snežna obdobja ob istočasnem upoštevanju povečane nevarnosti plazov. Čeprav so popolnoma odvisne od spremenljivosti podnebnih razmer, so te dejavnosti delovno intenzivne (ne kapitalno intenzivne) in zdi se, da obstaja zanje tržna niša, ki nikjer v Alpah ni ustrezno zapolnjena (Daidola v WWF, 2006).

Te aktivnosti so lahko alternativa masovnemu turizmu in bi morale biti podprte z ustrezno zakonodajo in varnostjo. Nadalje bi lahko snežni parki postali "lahka" zimska izbira za majhne, družinam prijazne smučarske kraje. Dobro načrtovan objekt lahko obratuje z eno sedežnico in potrebuje majhno količino umetnega snega. Hkrati pa je povpraševanje na trgu še nerazvito in "mlado".

Prilaganje turistov je nedvomno samostojen proces, vendar je izbira destinacije vezana bolj na segment gostov kot na podnebne spremembe. Strastni smučarji bodo zato reagirali z izbiro druge destinacije in drugih smučišč z zanesljivo snežno odejo (Ketterer in Siegrist v Weiermair et al., 2011), drugi pa se bodo morda usmerili na popolnoma drugačne počitniške destinacije. Turisti še zdaleč niso homogena skupina, pri njih je zaslediti različna potrošniška vedenja. Balbi et al. (2012) so opredelili sedem glavnih segmentov zimskih turistov. Izračunali so na primer, da je zimskih turistov, ki ne smučajo (niti alpsko smučanje, niti tek na smučeh) okoli 25 % v Franciji in 48 % v Italiji (OECD, 2007). Segmentacija turistične ponudbe je bistvenega pomena za zadovoljitev heterogenega povpraševanja.

Širši pristop k prilagajanju pomeni torej tudi vzpostavitev marketinške strategije, ki zna biti kos globalni konkurenci, na primer z določanjem in promocijo edinstvene prodajne prednosti destinacije, s celostnim pristopom do okoliške regije. Cilji, ki jih je treba zasledovati so: (a) identiteta, (b) prilagodljivost in (c) inovativnost.

Identiteta je bistvenega pomena za prepoznavnost kraja kot pristne in ugledne destinacije. Alpska turistična destinacija mora biti prepoznavna. Krajevna kultura, obrtništvo, gastronomija, zavarovana območja in kmetijstvo so močne prednosti med vsemi posebnostmi destinacije in jih je treba spodbujati. Potrebna bo prilagodljivost zaradi večje spremenljivosti podnebnih razmer in trendov turističnega povpraševanja. Potrebne so tudi finančne in delovno

intenzivne investicije. Inovacije, ne samo za proizvode, ampak tudi za postopke, (npr. postopki rezervacije, prevoz itd.) morajo biti naravnane na dolgoročno trajnost.

“Avtentične destinacije” z večjim poudarkom na lokalnih proizvodih in kulturi ter regionalnih gospodarskih ciklusih lahko postanejo resnično zmagovalne v prihodnji turistični industriji (Ketterer in Siegrist v Weiermair et al., 2011). To velja še posebej za smučarske kraje na nižjih legah, ki imajo možnost, da omejijo zimsko turistično ponudbo v smučarskih centrih na nižjih legah in se vedno bolj osredotočijo na poletni turizem. Vedno večje število destinacij nudi široko paleto kulturnih, kulinarčnih in športnih dejavnosti ter prireditev, zato da pritegnejo večje število turistov v poletni sezoni in v izvensezonskem času. Tipični primeri so alpsko poletje in podeželska jesen v Salzburgu, kjer imajo gostje možnost, da se uživajo v pristno krajevno kulturo in navade (www.salzburgerland.com/en/).

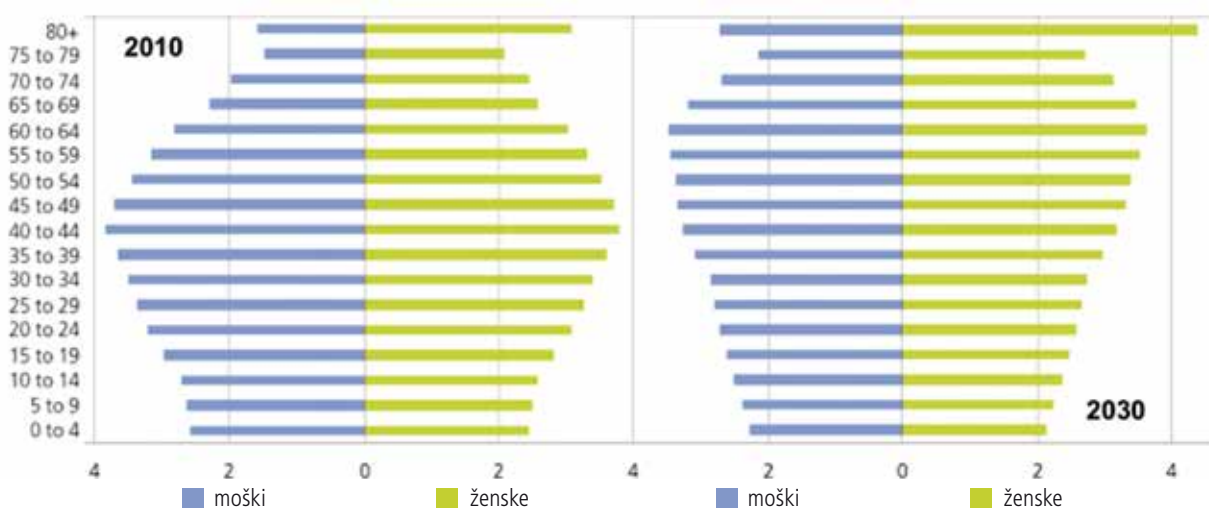
Na regionalni ravni se lahko ponudniki destinacij povežejo v partnerstva s ciljem izmenjave proizvodov (npr. “mehka mobilnost”) ali sistemskih proizvodnih metod (npr. vodni sistemi in upravljanje z odpadki) (Ketterer in Siegrist v Weiermair et al., 2011). Partnerstva so ključnega pomena tudi za trženje. Majhni kraji v Alpah (celo znotraj iste občine) pogosto raje nastopijo individualno, kot da bi iskali sodelovanje s sosednimi konkurenti. To je izredna šibkost

v okviru globalne konkurence. Možna so tudi partnerstva z zavarovalniškim sektorjem za načrtovanje varnejše razporeditve tveganja.

E.3.1.2. DEMOGRAFSKE SPREMEMBE

Demografske spremembe⁴ so proces, ki že poteka v velikem številu najbolj razvitih držav po svetu. V Evropi povzroča ta proces neuravnotežen razvoj evropske populacije nasploh, še posebej ko gre za različne vrste območij. Če si najprej ogledamo splošen razvoj, lahko ugotovimo, da je v večini evropskih držav stopnja rodnosti prenizka za izravnavanje števila rojstev in smrti. Poleg tega restriktivni predpisi za priseljevanje v državah članicah EU, kot tudi v Švici in Liechtensteinu, povzročajo negativen saldo priseljencev v primerjavi z izseljenci.

Tudi znotraj EU prihaja do močnih razhajanj na regionalni ravni (EUROSTAT, 2008), predvsem ko gre za različne vrste območij. Medtem ko je težnja velemest in mest ta, da se širijo, veliko število podeželskih krajev stagnira ali upada. Mladi izkoriščajo priložnost višje izobrazbe ali kvalificiranih delovnih mest v večjih središčih, starejši prebivalci pa ostajajo na podeželju; nekateri izmed njih živijo v urbanih središčih v prikupnih četrtih za upokojece ali sekundarnih prebivališčih, pogosto v turističnih krajih.



Slika 53: Staranje EU27 v prihodnjih 20 letih, skupno število prebivalcev bo ostalo skoraj konstantno

4. Izbor trendov in njihovi opis je povzet po osnutku strateškega dokumenta Alpine Space (Gloersen, E., Bausch, T., Del Fiore, F., Hurel, H., Pfefferkorn, W., Zavodnik-Lamovšek, A.), ki je bil pripravljen kot osnova za razpravo o prihodnjem programu Alpine Space 2014-2020.

V večini turističnih krajev, z izjemo mest in nekaj zelo uspešnih destinacij, je sprememba v potencialu turistične delovne sile na lokalni in regionalni ravni čedalje občutnejša. Zmanjšanje števila mladih, ki izberejo poklic v turističnem sektorju, povzroča hude težave upravljavcem hotelov in restavracij, ki želijo zaposliti lokalno osebje. Izginjajo tradicije in poznavanje regionalne specifičnosti na nastanitvenem in zdraviliškem področju in z njimi tudi pomembna osnova za tipično alpske turistične proizvode.

Trenutno in tudi v prihodnjih dveh desetletjih bo veliko upokoencev imelo solidno finančno podlago in s tem tudi možnost potovanja. Na nemškem izvornem trgu gre danes 66 % prebivalcev med 70 in 79 letom starosti na počitnice za pet ali več dni vsaj enkrat na leto. Leta 2020 bo odstotek zrasel na 77 %, medtem ko bo tržni potencial starostne skupine 60-69 let ostal nespremenjen. Istočasno se bo število družin z majhnimi otroki zmanjšalo na 15 % (Zvezno ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo, 2008).

Starejši potrošniki s spremenljivimi potrebami narekujejo podjetjem, ki ponujajo proizvode in storitve ne samo krajevnim prebivalcem ali na regionalni ravni, temveč tudi znotraj skupnega trga, da prilagodijo svoj portfelj.

Ta prilagoditev mora na eni strani odražati dejanske dodatne potrebe starejših prebivalcev po objektih z manjšim številom arhitektonskih ovir in po storitvah za starostnike. Po drugi strani starejši prebivalci ne želijo, da jih obravnavajo kot "stare" ali "starešine" v slabšalnem smislu. Radi se čim dlje držijo svojega osebnega načina potovanja in čim dlje sledijo svojim glavnim počitniškim interesom.

Še posebej bo naraslo povpraševanje po storitvah na področju zdravljenja in zdravstvene oskrbe. V povezavi s turizmom se hitro razvija sektor, ki se ukvarja s preprečevanjem bolezni in spodbujanjem življenjske moči. Tako imenovana ciljna skupina LOHAS (*lifestyle of health and sustainability* – zdrav in trajnostni življenjski slog) je eden izmed najbolj zanimivih trgov za alpske destinacije. Ker se zavedajo potreb dolge delovne dobe do 65. ali 70. leta starosti, se ljudje srednjih let odločajo za zdrav življenjski slog, ki vključuje tudi prehranjevanje in šport. Dandanes imajo mlade družine pogosto finančne težave, zato bodo potujoče družine vseh generacij (stari starši potujejo skupaj z otroki in vnuki) tržni sektor v vzponu.

E.3.1.3 RAZPOLOŽLJIVOST ENERGETSKIH VIROV

Turizem temelji na možnosti potovanja iz enega v drug kraj. V primeru daljših razdalj so neizogibno potrebna moderna prevozna sredstva. Vendar tudi veliko storitev in dejavnosti na destinacijah zahteva razpoložljivost energetskih virov: nastanitveni obrati, zdravilišča, smučarska središča, avtobusi

in vlaki znotraj destinacije. Razpoložljivost in cena energije bistveno vplivata na moderno turistično ponudbo in na razvoj destinacij. Zelo nizke cene za letalsko gorivo in liberalizacija letalskega prometa v Evropi, in delno po svetu, so ustvarile pogoje za razvoj novih destinacij, predvsem v Sredozemlju. Istočasno so ponudile nove možnosti alpskim destinacijam, na primer zimskemu športnemu turizmu z letališči v alpskih mestih kot so Salzburg, Innsbruck ali Bergamo. Zmerne spremembe v cenah, ki jih povzročijo špekulacije okrog pomanjkanja nafte, so že močno vplivale na konkurenčnost turističnih proizvodov zaradi zelo velike odzivnosti turističnega povpraševanja na cene: tudi najmanjša sprememba v ceni lahko preusmeri odločitev potrošnika na drugo destinacijo.

Dinamike svetovnega turizma so še vedno tesno povezane z globalno ekonomijo in zato tudi z razpoložljivostjo nafte po zmernih cenah. V Svetovnih energetskih perspektivah 2008 (WEO) Mednarodna agencija za energijo (IEA) napoveduje stagnacijo naftne proizvodnje do leta 2030 in vzporedno povečanje povpraševanja. Drugi scenariji trdijo, da smo že leta 2010 dosegli višek globalne naftne proizvodnje (Zukunftsanalyse, 2010). Zaradi jedrske nesreče na Japonskem je pod resnim vprašanjem prihodnost jedrske energije v nekaterih evropskih državah, predvsem v Nemčiji in Švici. Postopno zmanjšanje razpoložljivosti tradicionalnih neobnovljivih energetskih virov (predvsem nafte, plina in jedrske energije) postavlja vprašanje hitrejši rasti energetske učinkovitosti in deleža obnovljivih virov energije ob zmanjšanju razpoložljivosti starih energetskih virov. Cene energije bodo zelo verjetno narasle v absolutnem smislu, zato je osnovno vprašanje, ali bo relativna cena potrebne energije ostala stabilna zaradi izboljšane učinkovitosti. Industrije, gospodarski sektorji in še posebej prevozni sistemi, ki porabijo veliko količino energije, bodo pod pritiskom.

Veliko tehnologij v turizmu in povezanem prometnem sektorju uživa trenutno zelo visok razvojni standard. Zaradi tega potencialen tehnološki napredek ne bo tako hiter kot rast cen energije. Primer tega so vse vrste prevozne opreme, naprave za umetno zasneževanje, veliki termalni centri, drsališča na ledu in koncertne dvorane. Prevoz na dolge relacije bo pomembna postavka pri sestavi cene potovanja.

Razprava o podnebnih spremembah in prihodnje pojmovanje dobave energije bi lahko privedla do povečanega povpraševanja po ogljično nevtralnih turističnih proizvodih. Nacionalne in evropske obveznosti, ki izvirajo iz konvencije ZN o podnebnju, bodo spodbudile dodatne napore na področju dobave ogljično nevtralne energije in izrazito dinamično izboljšanje učinkovite uporabe energije. Poleg tega bo turizem ena glavnih tem v tej debati, saj ima velik vpliv na ponudbo in povpraševanje. Vsekakor Alpe, s svojo naravo in raznolikimi viri kot so voda, sončna svetloba, veter in biomasa, nudijo zelo dobre pogoje za proizvodnjo obnovljive energije.

E.3.1.4 GLOBALNI IN KONTINENTALNI TRGI

Alpe so ena izmed prvih turističnih destinacij na svetu. Do danes je večina alpskih regij razvila svoje turistične dejavnosti.

Turistična industrija, globalna dejavnost

Glavni razlog za globalizacijo je zmanjšanje stroškov razdalje, vključno s stroški, vezanimi na prevoz, tržnimi ovirami, časovnim faktorjem itd. Nižji stroški nižajo cene blaga in storitev, olajšajo izmenjavo idej in povečajo mobilnost ljudi. Evropska politika prostega pretoka ljudi neposredno vpliva na razvoj turizma v Alpah, ker pospešuje potovanja in izlete znotraj držav članic Evropske unije (Schengensko območje), kot tudi priložnosti za delo.

Vendar predstavljata globalizacija in povečana mobilnost tudi oviro za uspeh alpskega turizma. Prispevata k izostreni konkurenci na mednarodni ravni. Konkurenca med območji se veča in širi na globalno raven, predvsem s pojavljanjem novih destinacij, včasih oddaljenih, a konkurenčnih, med drugim zaradi znižanja cen prevoza. Letalske vozovnice so še vedno relativno poceni in to omogoča eksotičnim krajem, da so konkurenčni s turističnimi destinacijami, ki so bližje, vendar v državah, kjer imajo višji življenjski standard in višje življenjske stroške. Tudi krajši izleti so spremenili svojo podobo. Čeprav je znano, da so Evropejci tisti, ki radi rezervirajo nizkocenovne letalske vozovnice, zato da gredo konec tedna smučat v Alpe, je res tudi obratno, da obstajajo ljudje, ki oklevajo med dnevom v gorah in koncem tedna v evropski prestolnici. Vedno večje povpraševanje po razpoložljivih energetskih virih in neizogibna rast s tem povezanih stroškov (predvsem nafte) bosta verjetno v bližnji prihodnosti povzročila spremembe v prevoznem sektorju in močno vplivala na turistične navade.

Medsebojna globalna povezanost gospodarskih in finančnih sistemov, ki je rezultat liberalizacije trgov, znova kaže svojo krhkost v sedanji finančni krizi. Tudi turizem je nekako vključen, čeprav podatki UNWTO kažejo, da je turizem relativno odporen na krizo. Pogosto to kratkoročno privede do povečanja turističnih tokov v bližnjih in varnih regijah. Nekatere študije so ugotovile, da svetovna konjunktura močno vpliva na število nočitev v turizmu (Credit Suisse, 2011). Po drugi strani pa je bil doslej turizem v številnih predelih Alp (npr. Južna Bavarska) relativno odporen na krizo. Vendar je še prezgodaj za ugotavljanje resničnih vplivov, ki jih ima trenutna finančna kriza na Alpski turizem.

Valutni tečaji so prav tako eden glavnih faktorjev, ki vplivajo na turizem. Čeprav je uvedba evra nekoliko ublažila ta trend za Alpe, tečaji švicarskega franka, britanskega funta in dolarja še vedno vplivajo na privlačnost alpskega turizma za obiskovalce znotraj in izven alpskega območja.

Nedavna okrepitev švicarskega franka v primerjavi z drugimi valutami je na primer privedla do zmanjšanja privlačnosti švicarskega turizma v primerjavi z drugimi alpskimi državami. Poleg tega globalizacija pomeni tudi določeno stopnjo standardizacije. Ponujeni proizvodi postajajo čedalje bolj zamenljivi in podobni eni drugim. Odziv povpraševanja na to je povpraševanje po večji pristnosti (FST, 2011). Ta trend postavlja vprašanje gospodarske umestitve gora, njihove strategije za promoviranje svojega potenciala in primerjalno prednost pri ustvarjanju privlačne, konkurenčne in trajnostne turistične ponudbe.

Potreba po rasti zaradi konkurenčnosti na globalnem trgu nenehno obremenjuje omejene naravne vire Alp. Alpe so privlačna lokacija za zasebne in poslovne investitorje v globalnem merilu.

Elementi za razpravo: raba krajine zaradi omejenih virov in naraščajočega povpraševanja

CAA – Club Arc Alpin (Združenje planinskih organizacij alpskega loka)

Prvobitne naravne in kulturne krajine so pomembne za značilno podobo Alp v turistični konkurenci. Zeleni gojeni travniki v dolinah, pa tudi na višjih gorskih območjih so glavne turistične atrakcije in so med drugim tudi bistven element bogate biotske raznovrstnosti Alp. Obstaja več dejavnikov, ki ogrožajo gorsko kmetijstvo, t.j. splošno intenzivnejše kmetovanje in zapuščanje predelov, ki so težko dosegljivi in s težavo obdelovani zaradi strmih pobočij. Pogosto se zdi, da turizem ponuja kmetom večji in lažji zaslužek. Vendar se morata alpska narava in krajina soočiti z nasprotujočimi si zahtevami po rabi površin za razvoj naselij, potreb gospodarstev, transporta, rekreacije, ohranjanja narave ali proizvodnje energije. Turistični sektor je pomemben potrošnik, ki uporablja zemeljsko površino in naravo v alpskem prostoru za:

- hoteli, apartmaji, sekundarni domovi;
- sedežnice, žičnice, smučišča, rezervoarji za umetno zasneževanje;
- instalacije za pustolovsko doživljanje Alp;
- igrišča za golf;
- ceste, parkirišča.

Obstajajo še drugi ukrepi za razvoj infrastrukture v drugih sektorjih, ki tudi pomenijo izgubo neokrnjene narave in krajine.

- Energetska infrastruktura: rezervoarji za električne centrale seveda niso neposredna posledica turizma, njihova izgradnja pa ima svoje posledice za turizem: škoda za krajino in njeno privlačnost ter vplivi na naravno ravnovesje okolja. Taki vplivi so prisotni pri različnih vrstah energetske infrastrukture.
- Transportna infrastruktura, predvsem podaljšanje obvoznic in gozdnih poti.
- Zaščitne strukture proti plazovom kot posledice podnebnih sprememb.

Raba tal, širjenje urbanih območij, pozidanost tal in izguba naravne in kulturne krajine povzročajo ne samo izgubo privlačnosti okolja ampak tudi zmanjšanje biotske raznovrstnosti in večje število naravnih nesreč.

Problem se pojavlja predvsem v dolinah in manjša mesta pa tudi za območja neokrnjene narave in zavarovana območja. Okolju prijazne in trajnostne oblike turizma kot so gornišтво in pohodništvo s tem izgubljajo del svoje osnovne površine. V resnici pa bi neokrnjene gore lahko bile turistična "EPP" (edinstvena prodajna prednost) Alp.

E.3.1.5 PROMETNI SISTEM

Tehnološki napredek na področju prevoza je bil glavni steber turističnega razvoja v Alpah. Izum železnice, avtobusi, kamioni in avtomobili so omogočili ljudem, ki so živeli daleč od Alp, da so se peljali tja v kratkem času in po relativno nizkih cenah. V drugi polovici 20. stoletja je letalski prevoz dobil čedalje večjo vlogo poceni prevoznega sredstva za premagovanje velikih razdalj. Istočasno so z izgradnjo visoko zmogljive prometne infrastrukture postale doline in oddaljena območja bolj dostopni.

Vsaka izboljšava v transportnem sistemu, ki je kombinacija infrastrukture in tehnologije, vodi k povečanju zmogljivosti prometnega sistema in nudi razvojne spodbude za boljše regionalno povezanost. Pritisk na trg z nepremičninami, izredno privlačna narava ali edinstvena kulturna dediščina Alp so doživljali stalen vzpon, dokler niso nastala nova ozka grla, ki so predstavljala fizično omejitev zmogljivosti prometnega sistema. Prevoz blaga je porastel vzporedno in eksponentno zaradi skupnega evropskega trga in globalizacije gospodarstva. Prekrivanje prevoza blaga s prevozom ljudi pogosto povzroča ozka grla sistema, predvsem na višku turističnih sezon.

Kljub temu pa vsako ozko grlo prisili politike, da vložijo dodatne napore v izboljšanje prometne infrastrukture in vračanje k odlični dostopnosti in prenosljivosti. Spirala nove rasti, novih zastojev, izboljšav in nadaljnje rasti je na splošno učinkovala na alpski prometni sistem tako, da so se prebivalci vzdolž prometnih osi ali v bližini letališč močno zoperstavili nadaljnji rasti. Poleg tega je večja občutljivost in nova zavest o okoljskih vplivih prometnega sistema na naravo in ljudi spodbudila vrsto dodatnih

zahtev pri gradnji infrastrukture. Zato so postali projekti za prometno infrastrukturo dražji kar zavira razvoj prometne infrastrukture.

Iz teh razlogov bodoči razvoj alpskega prometnega sistema ne bo vključeval obsežnih projektov (z izjemo nekaterih večjih projektov za železnice). Poudarek bo na bolj ciljno usmerjenih izboljšavah, še posebej na boljši in bolj učinkoviti uporabi obstoječih zmogljivosti. Podražitev energije ponuja javnim prometnim sistemom veliko priložnost, da pridobijo nazaj stranke, vendar se morajo odzvati na spreminjajoče se potrebe bodočih potrošnikov po manjšem številu arhitektonskih ovir, storitvah in prilagodljivosti.

Ocena povprečne dostopnosti Alp se po ESPON-ovih merilih vrti med srednjo in dobro. Končna nadgradnja prometne infrastrukture in dostopnost krajev nista vedno prednost za turizem, kajti turistične destinacije lahko izgubijo privlačnost zaradi povečanja dnevnih turističnih tokov in oddaljenosti ter sčasoma doživijo spremembe v gospodarski strukturi.

E.3.1.6 ZNANJE IN INFORMACIJE

V preteklosti sta bila znanje in dostop do informacij privilegij starih vodilnih gospodarstev. Dandanes pa se znanje kot rezultat R&R in informacij giblje z veliko hitrostjo po vsem svetu. Še posebej če znanje ni vezano na tradicijo in lokalne ali regionalne vire (človeške in naravne vire), je sama hitrost inovacij tista, ki določa konkurenčnost. Zaradi hitro rastoče akademske baze v skoraj vseh državah na svetu in zaradi širitve rezultatov dejavnosti R&R na celotno znanstveno in gospodarsko skupnost se bo bitka za "najboljše glave" stopnjevala. V turizmu je znanje o vseh vrstah standardov

za storitve in infrastrukturo v kombinaciji s poslovnim in upravnim vodenjem na voljo in uporabno na svetovni ravni.

Turizem ni sam po sebi izrazito tehnološki sektor, vendar uporablja tehnologijo skozi celo storitveno verigo. Stalne izboljšave v storitveni verigi so tesno povezane s prenosom znanja ali s sodelovanjem z drugimi sektorji, kot na primer za vse vrste inovacij v gorski športni opremi, opremi za dejavnosti na prostem ali na področju e-mobilnosti. Poleg tega so nekatera podjetja, ki se ukvarjajo s turizmom in rekreacijo, zasedla vodilni položaj na svetovnem trgu kot načrtovalci in izvajalci termalnih kompleksov, cestnih omrežij, proizvajalci smuči in škornjev, plezalne opreme ali sistemov za izdelavo umetnega snega. Sedaj je v fazi razvoja in testiranja tudi posebna programska oprema za Alpe: sistemi za upravljanje destinacij, 3D navigacija

podprta z GPS-om in informacijski sistemi ali mobilne aplikacije za pomoč gostom na počitnicah. Ključno vprašanje je sodelovanje vodilnih raziskovalnih institucij in tehnoloških podjetij z zasebnimi podjetniki v turizmu in drugimi deležniki v raznih turističnih sektorjih za uporabo znanja in pospeševanje inovacij.

Tako kot v proizvodnji so Alpe manj konkurenčne zaradi stroškov delovne sile in drugih stroškov, vezanih na lokacijo. Faktor uspeha Alp je poznavanje tradicionalne alpske kulture skupno z inovacijami in tehnologijo, ki nudijo pristno in kakovostno doživetje. Nematerialno kulturno dediščino, ki ustvarja pristno alpsko vzdušje, na primer arhitekturo, pridelovanje hrane, kulinariko, zdravilišča, obiske mističnih krajev itd., je treba šteti kot pomemben del tega znanja.

Tema za razpravo: "Sporna trojica": avtomobili-nepremičnine-umetni sneg

Philippe Bourdeau, Institut za alpsko geografijo – Univerza v Grenoblu

Svet gorskega turizma je prežet z negotovostjo in strukturnimi kriznimi faktorji, ki jih podnebne razmere odkrivajo in pogosto stopnjujejo: konkurenca drugih turističnih destinacij, vedno večje razhajanje med veliki in majhnimi letoviškimi kraji, nove rekreacijske prakse, staranje turistične populacije, strožji predpisi na področju okoljske kakovosti, socialno vprašanje sezonskih delavcev in obvladovanje tveganja.

Kar lahko imenujemo sindrom "avtomobil-nepremičnine-umetni sneg", se kaže kot sporna trojica pri reševanju problemov, ki ponazarja kopičenje strukturnih in funkcijskih hib:

- Na večini gorskih območij kot tudi drugod je avtomobil, največji faktor masovne širitve turizma in priljubljeno prevozno sredstvo za potovanje na zimske športne destinacije, paradoksalno simbol svobode gibanja ampak tudi vzrok omejenosti in raznih vplivov. Poleg problema sezonske preobremenitve dostopnih cest v letoviške kraje, je prisotnost avtomobilov v teh krajih (promet, parkirišča, hrup, onesnaženje, odnosi s pešci itd.) največji izziv bodisi v poletnem bodisi v zimskem času.
- Druga "gonilna sila in zavora" zimskega turizma so nepremičnine. Na splošno so si opazovalci in ponudniki enotni, da je gradbena industrija nepremičnin štirideset let nudila zunanjo finančno pomoč za investiranje v vlečnice. V Alpah gradijo letno na tisoče ležišč kljub temu, da je povezava med številom aktivnih turistov in trgov nepremičnin čedalje manj izrazita. Včasih je nepremišljen pritisk na trg nepremičnin širše povezan z izkrivljajočimi posledicami davčnih spodbud, kar pa ne prispeva vedno k reševanju problemov podjetij, ki upravljajo zimska športna središča, se pravi kako nadoknaditi izgubo velikega števila ležišč, ki so zapustila najemni trg zaradi zastarelosti ali špekulacij.
- Izdelava umetnega snega je zadnji faktor med trojico. Najpogostejši ukrep v primeru pomanjkanja naravnega snega, postaja očitno vedno večji vir okoljskih in družbeno gospodarskih vplivov, ki ga sedaj priznava večina opazovalcev, (OECD, 2007; CIPRA, 2004; OECD, 2006): večja prisotnost umetnega okolja v smučarskih krajih zaradi namestitve sistemov za umetno zasneževanje in preoblikovanja prog, ki prinašajo posledice za biotsko raznovrstnost in porabo energije ter vode. Problem dobave vode za izdelavo umetnega snega, zelo sporna tema v medijih v ospredju, ponazarja še posebej globalnost problemov, ki jih postavlja ne glede na to, ali gre za spremembo hitrosti tokov gorskih hudournikov in rek s posledičnim zmanjšanjem biotske raznovrstnosti, za izgradnjo in zapolnjevanje vedno večjega števila postopoma vedno večjih rezervoarjev za vodno akumulacijo, za konkurenco z dobavo pitne vode ali za izgubo vode zaradi izhlapevanja. Kakorkoli že, pogoji za izdelavo umetnega snega postajajo čedalje bolj problematični iz ekoloških in energetske razlogov, predvsem ko gre za izdelavo snega ob temperaturah nad ničlo.

E.4. PRIHODNJE PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI, VEZANE NA GLAVNE TIPE TURIZMA

E.4.1 GONILNE SILE, KI PRINAŠAJO PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI

Cilj SWOT analize (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* - prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti) je opredeliti glavne prednosti in slabosti (SW) ene ali več strateških enot, ki v tej študiji sovpadajo z različnimi tipi turističnih območji ali z Alpami kot celoto. Elementi prednosti in slabosti (SW) so potem kombinirani z glavnimi zunanjimi strateškimi gonilnimi silami. Vpliv gonilnih sil lahko vodi ali v priložnost ali v nevarnost glede na izhodiščno prednost ali slabost. Na ta način dobimo kombinacije:

Brez vpliva	Mnogo prednosti in slabosti je odpornih na gonilne sile. Tako na primer tradicionalno visoka usposobljenost na področju zdravljenja na destinaciji ne bo podvržena neposrednemu vplivu podnebnih sprememb.
S-O	Gonilna sila podpira že obstoječo prednost za nadaljnji razvoj. Na primer demografske spremembe pospešujejo nadaljnji razvoj močne zdraviliške destinacije s tem, da krepijo tržni potencial.
S-T	Gonilna sila se zoperstavi obstoječi prednosti. Podnebne spremembe so ustvarile velike pritiske na zimske smučarske destinacije na srednjih in nizkih legah, čeprav imajo danes te destinacije zelo uspešen proizvod.
W-O	Gonilna sila pomaga spremeniti zelo šibko izhodiščno stanje. Razvojna smer, ki podpira pristne in zanesljive regionalne proizvode, spodbuja podeželska območja z bogato kulturno dediščino, a z nerazvitim turizmom, da vstopijo na to tržišče v vzponu.
W-T	Gonilna sila potencira že obstoječo šibkost. V turističnih regijah, ki se demografsko že razvijajo neenakomerno zaradi nizkega števila rojstev in odseljavanja, bodo demografske spremembe okrepile ta trend in težave na trgu dela v turističnem sektorju.

V naslednjem poglavju so navedene priložnosti in nevarnosti, ki so na splošno značilne za Alpe ali za določen tip turističnega območja. Seveda je to samo opis scenarijev in za vsak posamezni primer so navedeni primeri in specifične situacije z različnimi potencialnimi stopnjami priložnosti in nevarnosti. Na primer podnebne spremembe bodo v južnih alpskih mestih z znatnim deležem turistov povzročile pogostejše in intenzivnejše poletne toplotne valove kot v severnih Alpah.

Kljub temu bo to opisano kot splošna nevarnost za mestni turizem v Alpah. Od potrošnikov in od odgovornih turističnih deležnikov v posamezni alpski regiji bo odvisna odločitev, ali bo priložnost oziroma nevarnost ključnega pomena za njihovo specifično destinacijo.

E.4.2 SPLOŠNE PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI

Priložnosti: Naraščajoče cene energije in prevoza izboljšujejo konkurenčnosti bližnjih izvornih trgov, ki se nahajajo v turističnih območjih z dobro dostopnostjo, kot to velja za Alpe, v primerjavi z oddaljenimi destinacijami. Zaradi tega lahko nudi izboljšanje dostopnosti z visokokakovostnimi in energetske učinkovitimi prevoznimi sistemi strateško prednost v primerjavi s konkurenti, ki ponujajo letalski prevoz na srednje in dolge relacije. V globaliziranem in čedalje bolj standardiziranem svetu bosta našli edinstvenost in pristnost proizvodov, ki imajo za seboj dolgo tradicijo, vedno večji trg potrošnikov, ki bodo rade volje plačali pošteno ceno. Narašča število starejših občanov, ki bodo v prihodnosti še vedno potovali s celimi družinami, in so dobrodošla ciljna skupina, čeprav potrebujejo prilagoditev ovir na infrastrukturi in v storitvah. Podnebne spremembe lahko pozitivno vplivajo na Alpe kot poletno destinacijo. Bolj vroča poletja lahko povečajo konkurenčnost Alp v primerjavi z drugimi poletnimi destinacijami.

Nevarnosti: Podnebne spremembe v alpskih regijah bodo verjetno povzročile povečanje števila naravnih nesreč in bodo prispevale k ustvarjanju podobe Alp kot nevarne destinacije. Potrebne bodo morda velike investicije za vzdrževanje prometne in druge velike infrastrukture, ki bodo čedalje bolj ranljiva v primeru ekstremnih podnebnih okoliščin. Izseljavanje mlade lokalne in regionalne populacije bo ustvarjalo težave z ohranjanjem potenciala delovne sile v storitvenem sektorju, predvsem v primeru slabo plačanih in nizko kvalificiranih del. Visoke cene prevoza, nove evropske destinacije (Karpati, Kavkaz) in globalne gorske destinacije v vzponu lahko oslabijo razvoj trenutno privlačnih daljnih izvornih trgov severnih in vzhodnih evropskih držav, kot so na primer arabske države in Azija. Spremenjena krajina, posledica podnebnih sprememb in postopoma večja uporaba površin za izgradnjo naselij in prometnih poti, okrnitev funkcije ohranjanja narave zaradi opuščanja kmetij ali trenutno preplavljanje podeželja z ljudmi iz mest lahko privedejo do zmanjšanja pristne alpske turistične ponudbe.

E.4.3 TIPSKO SPECIFIČNE PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI

Poleg zgoraj omenjenih splošnih priložnosti in nevarnosti obstajajo tudi drugi tu spodaj navedeni tipi:

Tip 1: Poletne destinacije v predgorju

Priložnosti: Toplotni valovi v večjih urbanih središčih in v Sredozemlju ter manj padavin v poletnem času pritegnejo ljudi k rekam in jezerom, ki postanejo poletni letoviški kraji. Zaradi odlične dostopnosti tudi z javnim prevozom imajo višje cene energije manjši vpliv na skupno ceno v primerjavi z destinacijami, ki potrebujejo letalski prevoz. Raznolikost ponudbe nudi možnost načrtovanih potovanj, ki združujejo razne dejavnosti z obiski bližnjih mest ali visokih vrhov za vse generacije v družini. Večanje števila turistov brez otrok je velika spodbuda za nizko sezono in za zgodnji začetek in kasnejši zaključek visoke sezone. Novo pojmovanje zimskih doživljajev v pristnem alpskem vzdušju lahko pomeni nove priložnosti tudi za zimsko sezono.

Nevarnosti: Številne destinacije bodo imele vedno več težav z močno enolično sezonskostjo. Splošno upadanje delovne sile v storitvenem sektorju bo povzročilo dodatne težave z najemanjem kvalificiranega osebja. Počasno prilagajanje nastanitvenega sektorja in infrastrukture pojmovanju okolja z manjšim številom ovir ne dovoljuje, da bi destinacije izkoristile prednosti rasti trga starejših potnikov. Podražitev cen energije otežuje delo pri ohranjanju visoke kakovosti javnega prevoza na oddaljenih podeželskih območjih.

Tip 2: Zdraviliške destinacije

Priložnosti: Večje povpraševanje na področju preventive, pa tudi specializiranih zdravstvenih storitev, nudi več možnosti za zdraviliške destinacije, če bodo te znale razviti jasno kvalificirano podobo in vodilno vlogo, vezano na določeno vrsto preventive in terapij. Ciljna skupina LOHAS (lifestyle of health and sustainability – zdrav in trajnostni življenjski slog) omogoča regijam z raznolikimi storitvami (od rekreacije do wellnesa, prehranjevanja in športa) osvojitve tržnih deležev. Zato morajo vse regije s profilom “neokrnjene narave” nuditi tudi regionalno pridelano hrano, ogljično nevtralnost, regionalne surovine in arhitekturo, lokalne načine zdravljenja in pristnost vseh elementov storitvene verige, vključno z lokalnim osebjem.

Nevarnosti: Zaradi pomanjkanja specializiranosti in nastanitvenih objektov z manjšim številom arhitektonskih ovir nekatere destinacije ne bodo mogle izkoristiti prednosti večjega povpraševanja s strani starejših potnikov. Prevladujoča prisotnost “jaz tudi” proizvodov povprečne kakovosti, ki so na voljo vsepovsod po svetu, ne dovoljuje izkoriščanja lokalnega in regionalnega potenciala in s tem ustvarjanja edinstvenih in pristnih proizvodov. Nerešeni problemi s prevozi, kot na primer slaba dostopnost z javnimi prevoznimi sredstvi, prevoz prtljage do nastanitvenih objektov, visok delež lokalnega prometa, onesnaženje in hrup, preprečujejo razvoj Alp kot zanesljive visokokakovostne zdraviliške destinacije.

Tip 3: Destinacije za doživljanje narave

Priložnosti: Globalizacija in urbanizacija poudarja pa željo moderne družbe po bežanju od vsakodnevnega stresa in

po umikanju v zdravo in neokrnjeno okolje z upočasnjem ritmom med počitnicami. Izkušnje v naravi so torej tržišče v rasti za vse starostne in socialne ciljne skupine. Bogatost in pestrost alpske narave imata neverjeten potencial nudenja izkušenj in rekreacije, občutka doživljanja idiličnega sveta. S pomočjo storitev in informacijskih sistemov lahko gostje na moderen in prijeten način spoznajo in dojamajo ves kontekst. Prodaja regionalno proizvedenih izdelkov daje možnost ustvarjanja dodatnega prihodka, ki bo zadržal mlade prebivalce v regiji ter pripomogel k ohranjanju krajine in žive kulturne dediščine. Ogljična nevtralnost regije lahko postane stvarnost z uporabo velikega potenciala lokalnih energetskih virov.

Nevarnosti: Velika atraktivnost spodbuja povpraševanje po sekundarnih prebivališčih ali bivalnih kompleksih za starostnike in lahko vodi, ob pomanjkanju ustreznih predpisov, k preobremenitvi naselij in k znatnemu povišanju cen. Poleg tega lahko poudarjena sezonskost poveča težave z nudenjem nastanitve storitvenemu osebju med sezono. Priložnosti za dohodek v sektorju energetike lahko povzročijo spremembe v upravljanju kmetijskih in gozdarskih dejavnosti. Tehnični objekti za proizvodnjo energije lahko tudi negativno vplivajo na krajino in naravo.

Tip 4: Alpska mesta in kraji

Priložnosti: Alpska mesta in kraji že investirajo v infrastrukturo za zmanjšanje arhitekturnih ovir in izboljšujejo svoj prometni sistem. Večji hoteli vseh kategorij imajo na voljo strukture in sobe z manjšim številom arhitektonskih ovir. Dnevna termalna središča prinašajo wellness in rekreacijo z visokokakovostnimi storitvami v mestne hotele in nudijo dodatne koristi ob podaljšanem bivanju. Dostopnost večjih krajev bo boljša z izboljšano prometno infrastrukturo, na primer železniškim omrežjem, podaljšanimi avtocestnimi odseki, večjimi letališči, višje cene za energijo pa vplivajo na cene potovanj, čeprav manj v primeru neposrednih povezav in krajših relacij. Trgovine s tradicionalnimi proizvodi, lokalna in regionalna hrana ter regionalne restavracije v kombinaciji z globalnimi znamkami nudijo edinstveno nakupovalno doživetje. Kulturno življenje, ki živi od lokalne in regionalne kulturne dediščine in pridobiva ekskluzivno podobo z letnimi festivali, je atrakcija za goste, ki jim niso pri srcu samo doživetja v gorah.

Nevarnosti: Čeprav ekstremni pojavi, ki jih povzročajo podnebne spremembe, ne vplivajo samo na mesta, bo poročanje o škodi ali o skrajnih vremenskih razmerah, npr. o poletnih toplotnih valovih ali poplavah, začasno ustvarilo negativno podobo Alpskih mest v medijih. Ob pomanjkanju smernic in ureditvi prodaje na drobno bosta poenotenje in zamenljivost znamk počasi izrinila lokalne in regionalne proizvode. To pa bo predvidoma zmanjšalo splošno privlačnost alpskega mestnega turizma in zmanjšalo regionalno dodano ekonomsko vrednost. Mesta, ki se izogibajo prilagoditvi infrastrukture in storitev potrebam starejših po zmanjšanem

številu arhitektonskih ovir, ne bodo izkoristili prednosti rastočega trga starejših turistov.

Tip 5: Celoletne notranje gorske destinacije

Priložnosti: Ta tip turizma lahko zadosti potrebam večjega povpraševanja po pristnosti v kombinaciji z neokrnjeno naravo in lepo urejeno krajino skozi celo leto (glej tudi tip 3 ampak v glavnem poleti). Na vedno bolj omejenem trgu družin z otroki do 12 let bodo našli svoje mesto specializirani proizvodi, kot so tisti, ki temeljijo na neokrnjeni naravi in zdravi hrani v povezavi z otroškimi rekreacijskimi programi. Profil čiste in zdrave destinacije lahko poudari ogljična nevtralnost vseh subjektov znotraj destinacije. Novo pojmovanje zimske izkušnje v gorah, ki ne pomeni samo smučanja, bo pritegnilo nove skupine potrošnikov v zimski sezoni.

Nevarnosti: Podnebne spremembe bodo postopoma okrnile zanesljivost snežne odeje in ustvarile gospodarski pritisk na smučarska središča na nizkih in srednjih legah. Na trgu alpskega smučanja, ki se precej krči – starejši turisti se odpovedujejo smučanju in ni več dovolj mladih nadomestnih začetniških sil – bodo investicije v infrastrukturo in zanesljivost snežne odeje ustvarile dodatne presežne zmogljivosti brez donosnosti.

Tip 6: Smučarska središča

Priložnosti: Ker so podnebne spremembe počasen proces, zaradi katerega bodo v prihodnjih 20 letih zelo verjetno najprej izginili majhni smučarski kraji na nižjih legah, bodo velika središča na visokih legah znala ohraniti svoje mesto na trgih, ki se krčijo. Inovacije v ponudbi poletnih pustolovskih izkušenj in športov, ki uporabljajo obstoječo infrastrukturo, in dogodki ter skupinske izkušnje za mlajše starostne skupine bodo pritegnile potrošnike v smučarska središča tudi v poletnem času. To predstavlja omejeno, a gospodarsko zanimivo tržišče.

Nevarnosti: Cene energije, ki se hitro višajo, močno vplivajo na donosnost vseh smučarskih središč. Nadomeščanje strank iz tradicionalnih srednjeevropskih trgov, ki se krčijo, z novimi strankami iz vzhodne Evrope, Združenega kraljestva in

Skandinavije ne bo uspešno zaradi višjih cen prevoza in novih ponudb v Skandinaviji, Karpatih in Kavkazu. Zmanjševanje estetike krajine zaradi tehnične infrastrukture, erozije tal in velikih nastanitvenih kompleksov zaustavlja razvoj zanesljivega zelenega gospodarstva. Glej tudi nevarnosti v zvezi s smučanjem tipa 5.

Tip 7: Celoletni gorski turizem na robu Alp

Priložnosti: Poleti so priložnosti primerljive s tipom 1. Obstajajo pa tudi dobre tržne priložnosti v zimskem času, predvsem bodisi v primeru zanesljive snežne odeje zaradi smučarskih središč na višjih legah bodisi v primeru novih proizvodov za zimsko doživljanje gora (npr. zimsko pohodništvo). Raznolikost opcij tudi v zimskem času mora postati prednost za družinski turizem vseh generacij.

Nevarnosti: Destinacije, oddaljene do 2 uri od velikih strnjanih naselij v Alpah se spreminjajo v območja s sekundarnimi prebivališči in bivališči za starostnike, ki so nadomestila osnovne turistične dejavnosti. Zelo visoke cene zemljišč in bivalnih površin pospešujejo izseljevanje mladih in zavirajo vračanje visoko izobraženih lokalnih prebivalcev, ki bi se radi ustallili in si ustvarili družino. To omejuje trg dela in bo otežilo predajo hotelov in kmetij naslednji generaciji, kar bo posledično negativno vplivalo na investicije in ustvarilo težave z ohranjanjem krajine. Večino smučarskih središč hudo ogrožajo podnebne spremembe (glej tipa 5 in 6).

E.5. IZZIVI ZA POSPEŠITEV TRAJNOSTNEGA TURIZMA V ALPAH

Številne, čeprav ne vse omenjene priložnosti ali nevarnosti so vezane na trajnostni pristop v turizmu. Ob upoštevanju Protokola "Turizem" Alpske konvencije in pojma trajnostni turizem, opisanega v poglavju A, lahko s pomočjo SWOT analize in opredeljenih gonilnih sil ugotovimo glavne izzive, ki veljajo za vse ali za številne tipe alpskih turističnih regij:

Okoljski izzivi	
EN1: Ohraniti biotsko raznovrstnost in varovati naravne vire, ki so hrbtenica alpskega turizma	Velik del podobe alpskega turizma sloni na bogati naravi in čistosti naravnih virov v Alpah. Okoliška krajina pritegne celo obiskovalce iz alpskih mest. Dejavnosti v alpski naravi, lažje ali intenzivnejše športne dejavnosti, rekreacija, dejavnosti v korist zdravja ali posebna doživljanja v naravi kot tudi zdrava hrana, wellness ali zdravilna sredstva, vse se vrte okrog neokrnjene narave, naravnih virov in povezanih ekosistemskih storitev, na primer biotske raznovrstnosti.
EN2: Zmanjšati negativne vplive vseh vrst mobilnosti, ki so posledica turizma	Če gledamo na splošno ravnotežje vplivov v turizmu, potem je prevoz na in z destinacij kot tudi mobilnost znotraj same destinacije eden glavnih problemov in ni odvisen od tipa turizma. Zaradi topografije Alp se ti vplivi množijo lokalno vzdolž dolin in prelazov. Onesnaženje zraka, hrup in trajna obremenitev površin z večanjem prometne infrastrukture so v veliki meri ovira za bolj trajnostni turizem.

EN3: Zmanjšati ali celo ukiniti uporabo zemljišč, ki je posledica novih turističnih projektov	Tla so eden izmed najbolj omejenih virov v alpskih turističnih regijah. Novi projekti na področju turizma ali načrti za povečanje in razširitev hotelov, apartmajev, žičnic, prog, vodnih parkov, rekreacijskih in športnih parkov, igrišč za golf, pa tudi v okolici sekundarna bivališča, ceste, parkirišča, trgovski centri in outlet nakupovalni centri porabijo vsako leto ogromne površine zemlje.
EN4: Upravljanje z visokim potencialnim tveganjem naravnih nesreč	Ne samo podnebne spremembe ampak tudi strukturni in tehnični posegi, slabšanje varovanja krajine in nove paradigme v kmetijstvu in gozdarstvu zaradi proizvodnje obnovljive energije povzročajo večjo izpostavljenost škodi zaradi naravnih nesreč. Naravne nesreče v alpski regiji lahko povzročijo pomemben kratkoročni upad turizma in zahtevajo veliko napora, da se destinaciji povrne prvotni tržni položaj varne regije.
Socialni in kulturni izzivi	
SC1: Zmanjšati socialne posledice sezonskosti	Sezonskost negativno vpliva na ljudi, ki so zaposleni v turističnem sektorju, in tudi na vse ostale lokalne prebivalce. Tu so še posebej vključeni vplivi večkratne začasne brezposelnosti kot tudi potrebe po potovanju v tujino po koncu sezone in kot dodatek še pogosto zelo velika delovna obremenitev med visoko sezono. Na ta način so delovna mesta v turizmu nepriljubljena za ljudi z družinami in povzročajo socialne težave. Poleg tega pa se zaradi intenzivnega poletnega ali zimskega turizma pogosto zvišajo življenjski in bivanjski stroški, kar lahko pomeni tudi dodatne davke za lokalne prebivalce zaradi turistične infrastrukture.
SC 2: Uravnovežiti nivo cen z dohodki lokalnega prebivalstva	V številnih turističnih regijah obstaja veliko nesorazmerje med dnevnimi življenjskimi stroški in dohodki lokalnih prebivalcev. Visoke cene na trgu nepremičnin ustvarjajo velike težave za lokalne prebivalce kot tudi za podjetja, ki želijo začeti ali razširiti svojo gospodarsko dejavnost. Povprečni dohodek od turističnih dejavnosti je nižji v primerjavi z drugimi sektorji, ker ustvarja osnovna delovna mesta za nekvalificirano delovno silo in nudi zelo malo možnosti za višje kvalificirane uslužbenke.
SC3: Prostor z manj arhitektonskih ovir obravnavati kot faktor življenjske kakovosti	Zmanjšanje števila arhitektonskih ovir ni samo stvar javnega prostora. Vse vrste infrastrukture, zasebne in javne, bi se morale držati načela zmanjševanja števila ovir, ki koristi vsem generacijam: staršem z vozički in invalidnim občanom. Alpska topografija je že sama na sebi izziv za te ljudi, zato ne bi smeli stopnjevati težavnosti z dodajanjem novih ovir.
SC4: Ohraniti kulturno dediščino kot jedro edinstvenega življenjskega sloga	Podoba Alp v Evropi in po svetu sestavlja kombinacija gora in narave na eni strani ter tipične alpske kulture na drugi. Materialna in nematerialna kulturna dediščina ustvarja posebno okolje in edinstveno pojmovanje življenja. Poleg narave in krajine, je to dobra spodbuda za lokalne prebivalce, da ostanejo na svoji zemlji.
Gospodarski izzivi	
EC1: Dodatno izboljšanje dostopnosti in regionalne mobilnosti s trajnostnimi prometnimi sistemi	Turizem je odvisen od dostopnosti in mobilnosti znotraj destinacije. Zelo dobra povezanost izvornih trgov in alpskih destinacij je bil v preteklosti in bo tudi v prihodnosti predpogoj za konkurenčnost in izkoriščanje prednosti dejavnikov kot so energija in demografske spremembe. Reševanje navideznega protislovja med izboljšanjem prometnega sistema in znatnim zmanjšanjem negativnih okoljskih vplivov, ki jih povzroča promet (glej okoljske izzive), kot tudi begom proti velikim gospodarskim središčem (kar zmanjšuje število prebivalcev in končno tudi privlačnost za turizem oddaljenih krajev zaradi hitro rastoče dostopnosti), je ključna naloga za prihodnost alpskega turizma.
EC2: Varovati potencial delovne sile v turističnem sektorju	Turizem ne more nadomestiti človeške delovne sile v avtomatiziranimi napravami. Nasprotno, v prihodnosti bodo gostje zahtevali vedno bolj kakovostne storitve na primer na področju zdravljenja in doživljanja narave. Socialne in demografske spremembe že povzročajo hude težave z vključevanjem mladih v ta trg dela. Alternativno najemanje osebja od zunaj je izziv za integracijo in za poizkus ohranjanja pričakovane stopnje alpske pristnosti.

EC3: Zagotoviti donosnost v luči nesorazmerne rasti cen energije	Dandanes odpade na energijo znaten delež skupnih stroškov turizma. Nekatere vrste infrastrukture, kot na primer žičnice, proge z umetnim snegom, vodni parki in rekreacijski parki, pa tudi ogrevanje v hotelih in termalnih središčih pomenijo v primerjavi z drugimi turističnimi regijami visoko oziroma zelo visoko porabo energije. Zaradi tega bo sposobnost izboljšanja energetske učinkovitosti kot tudi povečanja deleža lokalno in regionalno proizvedene obnovljive energije za pridobitev večje neodvisnosti od svetovnega trga energije ključnega pomena za določanje prihodnje strategije.
Medsektorski izzivi	
CS1: Okrepiti inovacijsko in upravljavsko sposobnost alpskih turističnih subjektov za nadaljnji trajnostni razvoj	Razdrobljena struktura alpskega turizma z velikim številom MSP-jev in velika soudeležnost javnih uprav v upravljanju destinacij omejuje in upočasnjuje sistematične inovacije. Poleg tega zaradi konservativne krajevne kulture na številnih alpskih območjih niso naklonjeni inovacijam. Prvi korak v smeri splošne krepitve zmogljivosti na tem področju je ozavestiti lokalne in regionalne turistične deležnike o potrebi po inoviranju z dokazovanjem, da trajnostni pristop k razvoju ni v protislovju s težnjo po ohranjanju.
CS2: Povečati regionalno blaginjo z okrepitvijo sodelovanja med turizmom in drugimi sektorji	Čeprav v številnih turističnih regijah prihaja do osnovnega sodelovanja med turizmom in drugimi sektorji regionalne ekonomije, obstaja še vedno neizkoriščen potencial za znatno izboljšanje sedanjega stanja. Povečano povpraševanje po obnovljivi energiji za varovanje lokalne vodne oskrbe in ohranjanje tradicionalnih kulturnih krajin lahko postaneta izhodiščna elementa za bolj sistematiziran pristop v številnih regijah.
CS3: Potrošnikom izvornih trgov na jasnejši način predstaviti koristi ponudbe trajnostnega turizma	Odstotek potrošnikov, ki se zavestno odloči za potovanje v znamenju trajnosti, je še vedno zelo nizek. Osebne potrebe potnikov v osnovi pogojujejo njihovo odločanje o potovanju. Za večje povpraševanje po takih proizvodih je ključno spodbujanje zavesti o tem, da trajnostni proizvodi lahko bolje zadoščajo njihovim potrebam.

F. POSPEŠEVANJE RAZVOJA TRAJNOSTNEGA TURIZMA V ALPAH

V opisnem in analitičnem delu tega poročila smo predstavili ne samo vplive turizma na Alpe, ampak tudi primere dobrih praks za vzpostavljanje trajnosti v turističnem sektorju. Zadnje poglavje obsega sistemsko analizo različnih vrst teritorialnega turizma, ki je omogočila sestavo seznama splošnih sedanjih in prihodnjih izzivov turističnega sektorja v Alpah.

F.1. MOŽNOSTI ZA ODZIVANJE NA IZZIVE IN POSPEŠEVANJE TRAJNOSTNEGA TURIZMA

Preden sestavimo idejni seznam ukrepov in aktivnosti pogodbenic in odvisnih regionalnih organov, je treba opraviti splošen pregled različnih ravni in instrumentov.

F.1.1 RAZLIČNI INSTRUMENTI ZA SPODBUJANJE TRAJNOSTNEGA TURIZMA

Na splošno ima politika na voljo več instrumentov za spodbujanje razvoja trajnostnega turizma v Alpah. Te instrumente lahko razvrstimo na sledeči način:

- L1: Nova zakonodaja o trajnostnem turizmu: zakoni lahko nudijo posredno ali neposredno podporo razvoju trajnostnega turizma. V tem smislu je cilj zakonodaje ta, da izniči negativne okoljske in družbeno-kulturne posledice in določi pravila, po katerih postane trajnost pogoj za uporabo sredstev iz programov financiranja.
- L2: Boljše izvajanje obstoječe zakonodaje.
- L3: Pomoč razvoju trajnostnega turizma z deklaracijami ali spodbujevalnimi programi in strategijami, ki jih pripravijo države ali regije.
- L4: Aktivirati deležnike na področju trajnostnega turizma z omogočanjem sodelovanja javnosti v procesih oblikovanja politik.
- L5: Komunikacija in dejavnosti za ozaveščanje potrošnikov o trajnostnem turizmu v Alpah.
- L6: Nudenje spodbud turistom, ki se vedejo trajnostno.

V naslednjem poglavju bomo predstavili različne možnosti spoprijemanja z ugotovljenimi izzivi. Gornji seznam ponazarja idejno vsebino in povezane potencialne ukrepe na različnih nivojih (L1 "nova zakonodaja" do L6 "nudenje spodbud"). Z njimi bomo ponazorili široko paleto izhodišč za pospešen trajnostni razvoj alpskega turizma. Osredotočili se bomo

na ideje, ki jih lahko uresničijo pogodbenice na nacionalni ali regionalni ravni. Obstaja še vrsta drugih možnosti, predvsem za podjetnike in goste/potrošnike, ki pa so izven neposrednega dosega javnih uprav in zakonodaje. Nekatere izmed njih smo že predstavili ob poročanju o dobrih praksah v tem poročilu, v poglavju o verigi storitev, zato jih ne bomo znova omenjali.

F.1.2 MOŽNOSTI UKREPANJA ZA ODZIVANJE NA GLAVNE IZZIVE

Možnosti ukrepanja se sklicujejo na izzive iz poglavja E.5. Seznam obsega možne ukrepe za podporo izboljšanju alpskega turizma v smeri integriranega koncepta trajnosti in zato zajema vse tri dimenzije: okoljske, socialne in kulturne vidike ter gospodarstvo. Uveljavljanje teh ukrepov bo pripomoglo k prehajanju alpskega turizma k zelenemu gospodarstvu.

F.1.2.1 VAROVANJE NARAVNIH VIROV IN OKOLJA, HRBTENICE TURIZMA V ALPAH

Ohranitev biotske raznovrstnosti in naravnih virov kot hrbtnice alpskega turizma lahko dosežemo z:

- razvijanjem akcijskih načrtov za pozitivno prispevanje destinacije (postopek soodločanja) k naporom, da bi turizem v Alpah čim manj škodljivo vplival na ohranjanje narave, s poudarkom na doživljanju in spoštovanju narave (L3/L4);
- izboljšanjem obstoječe ocene vplivov na okolje na področju turizma (L2);
- združevanjem investicij v opremo za umetno zasneževanje z oceno posledic teh metod na okolje in/ali usmeritev javnih finančnih sredstev v alternativne dejavnosti (L2/L3);
- določanjem občutljivih območij v prostorskem načrtovanju, na katerih ne bi smeli razvijati turističnih dejavnosti in objektov (nadaljevanje) (L2/L3);
- ohranjanjem tradicionalnih kulturnih alpskih krajin ob spodbujanju okolju prijaznega kmetovanja s pomočjo izboljšane sodelovanja s turističnimi deležniki (npr. promocija izdelkov s kmetije, počitnic na kmetiji) (L3);
- promocijo uspešnih dejavnosti na področju mrežnega povezovanja in izvajanja uspešnih okoljevarstvenih dejavnosti na kraju samem s pomočjo turizma (L4/L5)
- nadzorom turističnih tokov, uvajanjem območij miru in omejevanjem dejavnosti za varovanje naravnega okolja

s ciljem ohranjanja specifičnih živalskih in rastlinskih vrst (L1-L5);

- ozaveščanjem deležnikov, krajevnih prebivalcev in obiskovalcev o biotski raznovrstnosti, naravnih virih ter o pomenu izvajanja ohranitvenih ukrepov (L5/L6).

Negativne posledice vseh vrst mobilnosti, ki so posledica turizma, lahko zmanjšujemo z:

- izvajanjem Protokola "Promet" Alpske konvencije (L2);
- pospeševanjem okoljskih ocen za turistične destinacije, ki vsebujejo "poročilo o ogljičnem ravnatežu" po načelu okoljskega odtisa (L3);
- spodbujanjem dostopnosti turističnih destinacij z javnim prevozom za obiskovalce in krajevno prebivalstvo (L3);
- spodbujanjem učinkovite ponudbe mehke mobilnosti na destinacijah z okrepitevijo sodelovanja med krajevnimi prevozniki in turistično industrijo v turističnih središčih (L3);
- nudenjem informacij o ponudbi javnega prometa na, z in znotraj alpskih turističnih destinacij (L4/L5) za lokalne prebivalce in obiskovalce;
- vključevanjem javnega prometa v turistične pakete, ki jih nudijo javne marketinške organizacije destinacij (L4);
- promocijo kakovosti storitev javnega prometa ob upoštevanju razpoložljivosti različnih vrst prometa z manjšim vplivom, pogostnosti, povezav med destinacijami in čezmejnih povezav (L2/L3);
- kampanjo obveščanja o okoljskih vplivih potovanja in o možnosti prihrankov ter zmanjševanja emisij CO₂ (L4-L6);
- dobavo "kalkulatorjev za izračun ogljičnega odtisa", ki primerjajo vplive zasebnega in javnega prevoza na potrošnike (L6).

Rabo površin za potrebe novih turističnih projektov ali sekundarne posledice lahko zmanjšamo ali celo izničimo z:

- izvajanjem Protokola "Turizem" Alpske konvencije, člen 9 (L2);
- preučevanjem možnih omejitev pri gradnji sekundarnih domov z določanjem najvišjega odstotka vseh stanovanjskih enot v skupnosti in z omejitvijo zazidljivega prostora ali z uvedbo kompenzacijskih davkov (L1);
- doseganjem znatnega zmanjšanja rabe zemljišč za gradnjo turistične infrastrukture, kot cilja prostorskega in krajinskega načrtovanja, predvsem na ledeniških in periglacialnih območjih ter območjih neokrnjene narave (L2);
- oceno funkcije prsti, ki naj bo vključena v vseh postopkih načrtovanja za zaščito rodovitnih kmetijskih površin in površin, ki potrebujejo zaščito. V primeru izgube funkcije prsti zaradi načrtovanja bo treba predvideti obvezne kompenzacijske ukrepe (L2);
- okrepitevijo izvrševanja in učinkovitosti obstoječih zakonov in smernic za okoljske ocene, ko gre za razvijanje nove turistične infrastrukture (L2);

- dajanjem prednosti izboljšanju kakovosti pred povečanjem nočitvene zmogljivosti ob upoštevanju obstoječih za turizem pomembnih naselitvenih struktur (L3);
- ozaveščanjem o posledicah rabe površin za potrebe turistične infrastrukture kot tudi za vse gradbene in naselitvene namene (L3/L4).

Potrebe po prilagajanju podnebnim spremembam na alpskih turističnih območjih lahko upravljamo z:

- ocenjevanjem potencialnega tveganja nove turistične infrastrukture in dejavnosti (L3);
- pospeševanjem razvoja programov prilagajanja podnebnim spremembam destinacij, vključno z infrastrukturo in bodoče ponudbe (L3);
- pospeševanjem raziskav in razvoja s pomočjo najboljših razpoložljivih tehnologij s področja obvladovanja naravnih nesreč, vremenskih napovedi in podnebnih sprememb (L3);
- spodbujanjem izmenjave informacij in rezultatov projektov, ki se ukvarjajo s prilagajanjem podnebnim spremembam na območju Alp (L4/L5).

F.1.2.2 OHRANJANJE URAVNOTEŽENE SOCIALNE IN KULTURNE STRUKTURE TURIZMA

Pomembni socialni vidiki trajnostnega turizma so:

- izboljšanje delovnih pogojev v hotelih in gostinstvu s pomočjo predpisov o delu (L1);
- uveljavljanje načela načrtovanja z manjšim številom arhitektonskih ovir pri razvijanju postopkov sprejemanja novih projektov, vezanih na turizem (npr. vhodni prostori, javna stranišča, skupni prostori in restavracije z manjšim številom ovir) (L1/L2);
- spodbujanje celoletnega turizma in diverzifikacija turistične ponudbe (L4);
- objava in širjenje smernic za načrtovanje o tem, "kako nuditi turizem z manjšim številom arhitektonskih ovir", v povezavi s prostovoljno mrežo podjetij, ki se držijo teh meril (L4);
- večja promocija počitnic v nizki sezoni (L6).

Za doseganje boljšega ravnateža med ravno cen in dohodki za krajevno prebivalstvo turističnih območjih je pomembno predstaviti ukrepe za:

- dodelitev zazidljivih površin, namenjenih stanovanjskim objektom in poslovnim dejavnostim drugih sektorjev v okviru prostorskih načrtov (start-up centri/obrtne cone) (L1/L2);
- lažje namensko rezerviranje dohodkov od nepremičninskih davkov na sekundarna bivališča za financiranje javnih storitev v gorskih skupnostih (L1/L2);
- razvoj kakovostne turistične ponudbe, vezane na lokalne/regionalne proizvode in storitve (L3/L4);

Ohranjanje žive kulturne dediščine kot jedra edinstvenosti omogočamo z:

- ustvarjanjem inventarja materialne in nematerialne kulturne dediščine v Alpah kot edinstvene odlike alpskih destinacij po načelih UNESCO (L2);
- razvijanjem trajnih turističnih dejavnosti, ki gradijo svojo prednost na regionalnih tradicijah in krajevnem kmetijstvu (L3);
- udeležbo lokalnih prebivalcev pri načrtovanju in oblikovanju načrtov za razvoj turizma (L5).

F.1.2.3 OKREPITEV GOSPODARSKE DIMENZIJE TRAJNOSTNEGA TURIZMA

Izboljšano dostopnost in regionalno mobilnost z bolj trajnostnim prometnim sistemom bomo dosegli z:

- ohranjanjem in izboljšanjem povezav z železniškimi progami na večje razdalje ali z evropskimi hitrimi železniškimi omrežji, dobro povezanimi z regionalnimi avtobusnimi in železniškimi sistemi ter s končnimi destinacijami, vključno s prevozom prtljage (L2/L3);
- financiranjem vzpostavitve lokalnih prometnih sistemov "z ničtimi emisijami" (e-mobilnost uporablja obnovljivo energijo) (L2/L3);
- okrepitvijo sodelovanja (storitve in tehnologija) med turističnimi subjekti in lokalnimi ponudniki prevoza za nudenje privlačnih, jasnih, preglednih in prožnih storitev ter ponudb za prosti čas in turistični prevoz, po dostopnih cenah (L3/L4);
- boljšim posredovanjem informacij o možnostih javnega prevoza za potovanje na, z in znotraj destinacij (L5);
- okrepitvijo sodelovanja med železniškimi podjetji in turističnimi deležniki za pripravo trajnostnih mobilnih paketov (L2/L3).

Potencial delovne sile v turizmu je treba zaščititi z:

- prikazovanjem privlačnosti turizma mladim članom lokalnih skupnosti ob izboljšanju delovnih pogojev in pogojev za izobraževanje kot tudi z uvedbo obveznega nadaljnega usposabljanja v podjetjih (L1 zakon o delu, L3);
- nudenjem priložnosti za izobraževanje in kakovostnih delovnih mest za motivirano in kvalificirano osebje, ki nudi strankam visoko kakovostne turistične storitve (L3);
- zagotavljanjem dobrih življenjskih pogojev sezonskemu osebju (bolj poceni nastanitev na mestu samem, glej tudi prvi cilj – družbeni in kulturni okvir) (L3);
- uvedbo služb za otroško varstvo s primernim delovnim urnikom za osebje, ki je zaposleno v turizmu (L3).

Nesorazmernemu naraščanju cene energije navkljub lahko donosnost turističnih podjetij podpremo z:

- revizijo lokalnih in regionalnih predpisov na področju

prostorskega načrtovanja turističnih območij za izboljšanje energetske učinkovitosti stavb (npr. velikost oken, koti streh, gradbeni materiali, uporaba sončnih sistemov na zavarovanih spomenikih) (L2);

- podeljevanjem nagrad ali označevanjem energetske učinkovitih turističnih podjetij ali storitev (L3);
- informiranjem o prednostih in možnih aktivnostih na področju upravljanja z energijo in energetske učinkovite gradnje v turističnem sektorju (L3/L4).

F.2. ORODJE ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ ALPSKEGA TURIZMA

Poleg splošnih ukrepov v primeru večjih izzivov je treba izboljšati oziroma ustvariti **operativno orodje** za izvajanje Protokola "Turizem". V alpski regiji so že operativna različna orodja in procesi za utiranje poti v smeri bolj trajnostnega turizma. Ta orodja in procesi lahko spodbudijo diverzifikacijo in inovacije, kakovost in pristnost, trajnost masovnih destinacij in ovrednotenje podeželskega turističnega gospodarstva, vključevanje lokalnega prebivalstva, informiranje, izobraževanje in promocijo, ki bodo vsem deležnikom pomagali, da bolje izvajajo Protokol "Turizem".

F.2.1 IZMENJAVE INFORMACIJ

Prednost proizvodov trajnostnega turizma lahko postane bolj vidna za potrošnike na izvornih trgih z:

- dodatno promocijo *branding*-a alpskih trajnih proizvodov, ki pokriva celoten spekter trajnosti, tako da postane kakovost storitev in proizvodov vidna (L3);
- uvajanjem turističnih in rekreacijskih dejavnosti, ki so neposredno vezane na gorsko kmetijstvo (L4);
- pospeševanjem in spodbujanjem predstavitev take vrste ponudbe na turističnih sejmih in s pomočjo projektov za sodelovanje z nacionalnimi in regionalnimi turističnimi organizacijami (L4);
- širjenjem primerov in dobrih praks (L4, L6);
- širjenjem informacij med deležniki, lokalnim prebivalstvom in obiskovalci o pomenu biotske raznovrstnosti in naravnih virov za ohranjanje edinstvenih naravnih in kulturnih krajin, ki so osnova alpskega turizma (L4/L5);
- ozaveščanjem turistov o neokrnjeni naravi z vključevanjem zasebnega sektorja, spodbujanjem etičnega obnašanja in odgovornosti turistov in podjetij do alpskega okolja in družbe (L5);
- informacijskimi kampanjami za goste o porabi energije, o emisijah turistične infrastrukture in o vplivu njihovih obiskov na trajnost (L5).

Priporočljivo je ustvariti podatkovno bazo, ki bo redno posodobljena z osnovnimi kazalniki o turistični trajnosti vsepovsod v Alpah, po možnosti na občinskem nivoju LAU2. Za to potrebujemo usklajene podatke v skladu s specifičnimi gorskimi kazalniki o (trajnostnem) turizmu na alpskem območju. Med pripravo tega poročila so prišle do izraza številne pomanjkljivosti na tem področju. Cilj mora biti torej tudi izboljšanje razpoložljivosti podatkov iz osnovne zbirke kazalnikov, ki pokrivajo tri stebre trajnosti.

F.2.2 EVROPSKI IN NACIONALNI STANDARDI TER S TRAJNOSTJO POVEZANO VODSTVENO ORODJE

S trajnostjo povezano vodstveno orodje, kot na primer Evropska shema okoljskega upravljanja in vodenja (EMAS) ali pobude, vezane na "družbeno odgovornost gospodarskih družb", lahko pripomorejo k izboljšanju uspešnosti trajnostnih ukrepov srednjih in velikih družb.

Obstajajo tudi prostovoljni standardi kot na primer ISO 9001 za kakovost in ISO 14001 za okoljsko upravljanje in vodenje družb.

F.2.3 ZNAKI IN ZAŠČITNE OZNAKE

Obstaja veliko znakov in oznak v Alpah, skoraj ena za vsak segment dobavne verige, ki je bila opisana v prejšnjem poglavju.

Na ravni Evropske unije eko znak "EU marjetica", ki so ga ustvarili leta 1992, pomaga pri določanju okolju prijaznih nastanitvenih obratov in storitev, ki imajo manjši vpliv na okolje skozi cel življenjski cikel, od pridobitve surovine do proizvodnje, uporabe in odlaganja. Na nacionalni in regionalni ravni obstajajo številni drugi sistemi certificiranja, v glavnem prostovoljni sistemi označevanja, ki so vezani na skupino turističnih dobaviteljev, na industrijska združenja, kakovostne standarde in institucije.

F.2.4 POSEBNE LISTINE, PRIROČNIKI IN RAZISKAVES

Omenimo lahko dve vrsti pristopov:

- posebne listine in priročnike za izvajanje trajnostnih ukrepov za subjekte v turistični dobavni verigi, ki temeljijo na prostovoljnih in priporočenih dejavnostih;
- uradne raziskave o okolju ali ocene turističnih politik,

programov in projektov, priporočil in smernic, ki so rezultati raziskave (na primer za velike dogodke).

F.2.5 SPREMLJANJE Z UPORABO KLJUČNIH INDIKATORJEV

Danes obstajajo številni indikatorji za merjenje izvajanja protokolov Alpske konvencije. Skupina strokovnjakov je skušala najti nekaj specifičnih indikatorjev (glej prilogo).

Če želimo indikatorje uporabiti na katerikoli lokalni ali regionalni alpski destinaciji (zato da postanejo vodstveno orodje za destinacijo), je treba najprej preveriti razpoložljivost in primerljivost podatkov. Morali bi dati prednost kakovosti podatkov in soglasju med posameznimi deležniki pred količino meritev ali indikatorjev. Razviti bo treba meritve, ki niso podprte z razpoložljivimi podatki, a imajo vseeno vlogo ključnih kazalcev, in opraviti specifične raziskave (o obiskovalcih, rezidentih, podjetjih, o zaposlenih v turizmu, biotopih, habitatih ali tipičnih živalskih populacijah). Postopek mora temeljiti na razpoložljivih tehničnih in človeških virih na vsaki upoštevani destinaciji. Implementacija kazalnikov mora biti dejansko izvedljiva in realistična ter mora omogočati primerljivost in spremljanje v vseh fazah.

F.2.6 NATEČAJI

Razne organizacije, združenja, teritorialne skupnosti, države itd. organizirajo letne natečaje.

Na ravni Evropske unije evropski natečaj EDEN (Evropske destinacije odličnosti), spodbuja trajnostne modele razvoja turizma v Evropski uniji. Projekt je grajen na nacionalnih natečajih, ki se odvijajo letno in se končajo z izvolitvijo turistične "destinacije odličnosti" v vsaki državi udeleženki. Alpska konvencija je med francoskim predsedovanjem leta 2009 organizirala natečaj za trajnostne turistične destinacije v Alpah.

Širjenje rezultatov teh natečajev je zelo koristno za spodbujanje izmenjav med alpskimi državami in njihovimi deležniki.

F.2.7 DVIGANJE OZAVEŠČENOSTI, IZOBRAŽEVANJE IN USPOSABLJANJE

Pisnih dokumentov, brošur in prospektov vseh vrst s podatki o trajnostnem turizmu, izobraževanju, ozaveščanju in

usposabljanju je toliko, da je nemogoče naštetih vse pobude deležnikov v alpskem prostoru.

Vsi zgoraj omenjeni instrumenti in pobude niso vedno znani in dobro oglaševani na območju Alp. Zaradi tega bi skupni spletni portali predstavljali resničen napredek v povezovanju vseh obstoječih mrež v verigi trajnostnega turizma. V tem smislu bi opazovalnica za turizem Evropske unije predstavljala ustrezno orodje.

F.2.8 INOVACIJE ZA TRAJNOSTNI TURIZEM

Okrepitev inovacijskih in upravljaljskih sposobnosti turističnih subjektov v Alpah za spodbujanje nadaljnjega trajnostnega razvoja lahko dosežemo z:

- vzpostavitev mreže za usklajeno dejavnost R&R o inovacijah v trajnostnem turizmu, ki združuje univerze, raziskovalne centre, NVO-je in nacionalne/regionalne turistične svete (L2 financiranje, L3);
- pripravo programa "vseživljenjskega učenja" za poslovne subjekte alpskega turizma s spričevali, enakovrednimi krediti ECT na alpskih turističnih univerzah (programe razvija in vodi zgoraj omenjena mreža) (L2 financiranje, L3, L4);
- pomočjo lokalnim oblastem, ki uvajajo diverzifikacijo dejavnosti, nudijo alternativo alpskemu smučanju v zimski sezoni in širijo informacije o tem, zato da pridobijo nove stranke (L3);
- Alpsko konvencijo, instrumentom za razpravo o trajnostnem turizmu med pogodbenicami, in v okviru njenih delovnih skupin ter platform (L4).

F.3. OBLIKOVANJE IN IZVAJANJE PROJEKTOV SODELOVANJA

Regionalno blaginjo, doseženo s pomočjo sodelovanja med turističnim in drugimi sektorji lahko povečamo z:

- spodbujanjem uporabe in porabe lokalnih in regionalnih prehranskih in obrtnih izdelkov v restavracijah, hotelih itd, ob upoštevanju njihovega vpliva na mehanizem določanja cen (L3);
- pospeševanjem sodelovanja med turističnim sektorjem in kmetijskim/gozdarskim sektorjem s trženjem lokalnih/regionalnih kmečkih proizvodov in s promocijo počitnic na kmetiji (L3);
- boljšim sodelovanjem vseh pomembnih deležnikov v okviru skupno oblikovanih aktivnosti in z zagotavljanjem

stabilne politične podpore in vodenja trajnostnim turističnim ciljem v Alpah;

- širjenjem ugotovitev iz tega poročila (L4/L5);
- podpiranjem/pospeševanjem združevanja gorskih letovišč in okoliških območij (dolina, gorska veriga, idr.) (L3/L4).

Za izvajanje Protokola "Turizem" Alpske konvencije, ki je trenutno v teku, in izboljšanje trajnostne zmogljivosti turizma v Alpah je treba okrepiti sodelovanje nacionalnih alpskih turističnih politik. Zaradi tega je sodelovanje med alpskimi državami eden izmed glavnih ciljev Alpske konvencije. V 2. členu okvirna konvencija pravi, da "se čezmejno sodelovanje v alpskem prostoru okrepi ter prostorsko in strokovno razširi".

Na področju turizma ta cilj ni lahka dosegljiv: destinacije so si v konkurenci, lokalne institucije in gospodarstva so med seboj različni, evropsko ali čezalpsko sodelovanje pa je na nizki stopnji.

Vseeno obstajajo programi sodelovanja v okviru programov Evropskega teritorialnega sodelovanja (ETC). V okviru čezmejnih programov ETC so izvedli lepo število projektov, vezanih na turizem s ciljem izboljšanja infrastrukture in inovacij v turističnih storitvah in razvijanje skupnih izhodišč.

Trenutno se pričinja delo na prihodnjih programih ETC za obdobje 2014 – 2020 v skladu s strategijo EU 2020, s strategijo EU za trajnostni razvoj in z Lizbonsko pogodbo. Prednostne naloge Evrope 2020 so:

- pametna rast – razvijanje ekonomije na osnovi znanj in inovacij;
- trajnostna rast – pospeševanje bolj zelene in bolj konkurenčne ekonomije, ki bolj učinkovito izkorišča vire;
- vključujoča rast – pospeševanje gospodarstva z visoko stopnjo zaposlenosti, ki prinaša ekonomsko, socialno in teritorialno kohezijo.

Te prednostne naloge so v polnem sozvočju s Protokolom "Turizem" Alpske konvencije. Zato bi lahko nove čezmejne programe ETC s specifičnimi turističnimi prednostnimi razvojnimi cilji povezali z načelom trajnostnega turizma. V transnacionalnem programu bi se morali osredotočiti predvsem na vse vrste čezalpskih projektov mreženja kot tudi na pridobivanje znanja in boljše vključevanje inovacij v trajnostni turizem.

Podali smo različne možnosti ukrepanja, vezane na glavne ugotovljene izzive alpskega turizma, zato da spodbudimo deležnike, da si utrejo pot k bolj trajnostnemu turizmu. Široka paleta področij aktivnosti znotraj trikotnika trajnostnega razvoja, kot tudi medsektorske naloge, nudijo vsem deležnikom

v alpskem turizmu možnost, da postanejo bolj trajnostni.

Končno lahko boljšo uspešnost sektorja dosežemo z ozaveščanjem alpskih destinacij o tem, da je prihodnost deležnikov v alpskem turizmu tesno povezana s trajnostjo. Po drugi strani lahko povečano uspešnost dosegajo turisti in to bi dolgoročno prispevalo k razvoju znaka odličnosti trajnostnega turizma, ki lahko postane izhodišče za promocijo trajnostnega turizma v Alpah znotraj enega samega čezalpskega marketinškega koncepta: "Alpe – trajnostna izkušnja". Septembra 2011 je v Innsbrucku (A) potekalo srečanje "The ALPS Event", na katerem so vodilni politiki vseh najbolj turistično razvitih alpskih regij v Avstriji (Koroška, Salzburg, Tirolska, Vorarlberg, Gornja Avstrija),

Italiji (Južna Tirolska, Trentino, Belluno), Nemčiji (Bavarska), Švici (Grisoni, Valais) in Liechtensteinu podpisali manifest za doseganje uspešnega položaja in strateškega napredovanja Alpskega prostora kot turistične destinacije www.the-alps.eu/page.cfm?vpath=mission. Trenutno sestavljajo mrežo The ALPS dežele Rhône-Alps, Wallis, Graubünden, Bavarska, Južna Tirolska, Trentino, Vorarlberg, Tirolska in Salzburg. Glavni cilji mreže The ALPS so okrepitev alpskega turizma z odločno podporo inovacijam, novi razvojni prijemi in promocija skupnih strategij.

Alpska konvencija je instrument, ki oblikuje in krepi takšne skupne strategije s splošnim ciljem oblikovanja trajnostnega razvoja in kakovosti življenja.

Novi potrošniki: kulturne spremembe v turistični dejavnosti

Philippe Bourdeau, Institut za alpsko geografijo – Univerza v Grenoblu

Pojmovanje letoviškega kraja kot enote prostora, časa in dejanja na osnovi funkcionalno koherentne trojice "nastanitev-vlečnice-smučišča" lahko končno obidemo z novo interpretacijo igrišča-gore. Primer tega je presenetljivo nasprotje, ki smo mu priča, med impulzom za grajenje velikih letovišč, s širjenjem in medsebojnim povezovanjem smučarskih krajev, in prostorskim mikro-obsegom, v katerega kaže, da se umeščajo nove dejavnosti mladih navdušencev. Objekt v snežnem parku, ampak tudi v vedno večji meri običajno pobočje, "popravljen" izboklina, skala, drevesno deblo, s snegom prekrite stopnice ali hišna vrata postanejo izrazna sredstva s težiščem na predpisanih gibih in deljenih čustvih, pri katerih oblikovanje "po meri" in trenutne spremembe terena dobijo z uporabo preprostega orodja, na primer rok ali lopate, čisto svojevrsten pomen, potreba po vlečnici pa je kar naenkrat drugotnega pomena, če ni že povsem nepomembna. Te selektivne ali alternativne igre, ki uporabljajo standardizirane vire letoviških krajev, ki spodbujajo bližino in naravnost in se dogajajo na alternativnih lokacijah – ter se sproščeno prilagodijo pomanjkanju snega – se tudi ujemajo s pričakovanji številnih obiskovalcev, ki se želijo oddaljiti od smučarskih prog ali med smučarskimi progami odkriti nove priložnosti za zabavo, zato da smejo izraziti sami sebe, na smučeh, na krpljah ali peš.

V tem kontekstu tema inovacij v alpskem turizmu ni omejena samo na opremljanje letovišč z novimi načini za vodenje zabave, ampak predpostavlja tudi novo razmišljanje o vlogi smučarjev in obiskovalcev v doživetjih na kraju samem, novo pojmovanje vloge, ki bi morala pripadati kulturi v vsej tej zabavi, in, mimo vsega, vračanje pravega pomena rekreacijskim dejavnostim v smislu spontane ustvarjalnosti in večje samostojnosti. Istočasno je treba razumeti, da turistične destinacije ne moremo enostavno istovetiti z njenimi geografskimi (krajina, podnebje), infrastrukturnimi (nastanitev, vlečnice, proge) ter organizacijskimi in funkcionalnimi elementi (gostinske storitve, smučarske šole). Oblikujejo jo tudi zgodovina, epske pripovedi in miti, občutek pripadnosti posebnemu območju, medsebojno vplivanje sodelovanja in trenja med krajevnimi prebivalci, poslovnimi subjekti in obiskovalci. Opira se na "vzdušje", ki mu daje identiteto. V tem smislu izvira moč kulturnega in teritorialnega modela turizma iz pojma dediščine, strukturne substance, odprtosti in funkcionalne prilagodljivosti, ki ji prinašajo vrsto prednosti v primerjavi z industrijskim modelom turizma. Najzanimivejše pri tem gledanju je, da se v njem gorska kultura uspe z večjo lahkoto iztrgati iz izolirane ali celo izventeritorialne logike, v katero se zapirajo zimska športna in smučarska središča: medsebojni vpliv rekreacijskih dejavnosti znotraj letovišča in izven njega, "mostovi", ki povezujejo aktivnosti in ponudnike, sezonske komplementarnosti, odnosi med zimskimi športnimi središči, dolinami in vasmimi, nastanitvena zmogljivost za stalno populacijo, sposobnost gospodarske diverzifikacije itd. S tem ni vzpostavljen standard pač pa protimodel, saj vsaka destinacija gradi na posebnostih težišče svojega odnosa z obiskovalci.

G. PRILOGE

G.1. KAZALNIKI TRAJNOSTNEGA TURIZMA ZA ALPSKE DESTINACIJE

G.1.1 MERLJIVOST TRAJNOSTNEGA TURIZMA V ALPAH

To poglavje obravnava merljivost trajnostnega turizma, še posebej kazalnike in njihovo implementacijo. Poglavje se posebej posveča sodelovanju med Evropsko agencijo za okolje (EEA) in Alpsko konvencijo v okviru priprave osnutka četrtega Poročila o stanju Alp (RSA 4): "Trajnostni turizem v Alpah" (Universitat Autònoma de Barcelona, 2012).

Kazalniki trajnostnega turizma so se izkazali za učinkovito orodje za načrtovanje in upravljanje trajnostnega turizma kot tudi za merjenje stopnje trajnosti turizma. Brez kazalnikov ni možno vedeti, ali je turizem na določeni destinaciji trajosten ali ne. Na ta način kazalniki merijo napredek turistične destinacije v smeri trajnosti (UNWTO, 2004; UAB, 2010).

V zadnjih letih so različne institucije in turistične destinacije skušale uvesti sistem indikatorjev za trajnostni turizem, vendar še ni skupnega stališča o tem, kateri je najboljši sistem in kateri so skupni indikatorji za vse vrste destinacij ali za specifične destinacije, kot so na primer gorska območja. Leta 2009 je v okviru Evropske unije Evropska komisija izvedla pobudo za pripravo niza kazalnikov za trajnostno upravljanje na nivoju turističnih destinacij s sodelovanjem strokovne skupine (TSG), "Skupine za trajnostni turizem", in Mreže evropskih regij za konkurenčni in trajnostni turizem (NECSTour.) Rezultat dela je seznam osnovnih kazalnikov, od katerih je vsak razdeljen na več meritev (oziroma specifičnih kazalnikov), ki naj bi bili dober način za ugotavljanje trajnosti turističnih destinacij, predvsem na lokalni/regionalni ravni (številne meritve zahtevajo zelo specifične ocene o podjetjih/turistih/rezidentih/uslužbencih).

Ob upoštevanju tega seznama "Osnovnih kazalnikov za trajnostne turistične destinacije" (Universitat Autònoma de Barcelona, 2011, dopolnjena različica) so začeli s postopkom za določanje niza specifičnih kazalnikov za trajnostni turizem na gorskih območjih (Slika 54). Izdelali so ga na osnovi študije, ki je bila opravljena na treh EDEN destinacijah (Evropskih destinacijah odličnosti): Pielachtal v Avstriji, Solčavsko in dolina Soče v Sloveniji. Metoda vrednotenja za kazalnike je temeljila na oceni predstavnikov

destinacije, ki so jih prosili, da ocenijo vsako meritev v seznamu referenčnih kazalnikov z vrednostmi od 1 do 5. Naročeno je bilo, da označijo s 5 meritve, ki se jim zdijo najpomembnejše na področju upravljanja in ocenjevanja trajnosti njihove destinacije, kot primera alpske destinacije, in z nižjimi ocenami druge meritve (1 na primer za "nepomembno"). S seštevkom treh ocen za vsako meritev je bilo možno sestaviti lestvico, na kateri so se indikatorji z najvišjim številom točk (skupno 14) izkazali za "ključne indikatorje" teh alpskih destinacij (glej Sliko 54 s podatki za destinacije).

To je samo primer, kako lahko lokalne alpske destinacije implementirajo kazalnike. Obstajajo še številni drugi kazalniki in meritve, ki so lahko uporabni, če jih na destinacijah zaznavajo kot primerne. Ti vključujejo na primer upravljanje voda, mobilnost, podnebne spremembe itd., ki jih pokriva tudi že omenjen seznam TSG/NECSTour. Primer specifičnega kazalnika za gorska območja bi lahko bila prisotnost "območij miru" (kot jih imenuje Protokol "Turizem" Alpske konvencije) na vsaki destinaciji ali večja pozornost za okoljske teme.

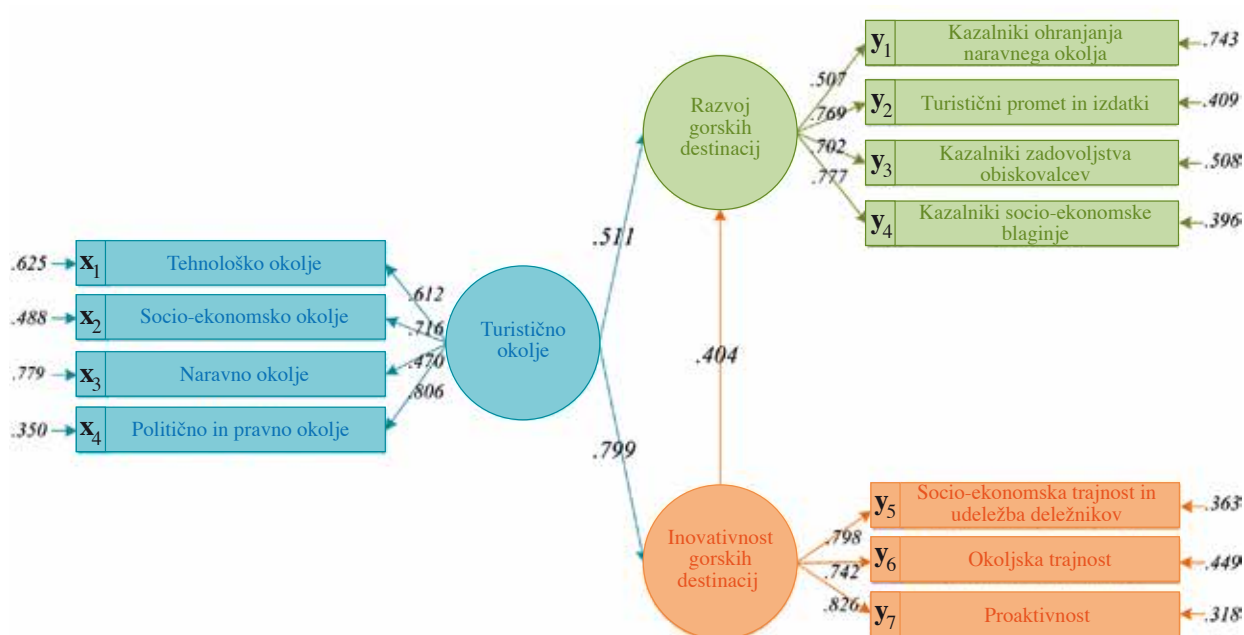
G.1.2 MODELIRANJE RAZVOJA GORSKIH TURISTIČNIH DESTINACIJ S POSEBNIM POUČENOM NA INOVATIVNOSTI

Ta študija ("Modeliranje razvoja gorskih turističnih destinacij s posebnim poudarkom na inovativnosti", Kuščer, 2012) se ukvarja z inovativnostjo, turističnimi okolji in kazalniki za gorske turistične destinacije. Hitro spreminjajoče se podjetniško okolje sili destinacije k inovacijam, zato da ostanejo konkurenčne. Pregled literature je omogočil določitev elementov inovativnosti, elementov turističnih okolij in kazalnikov razvoja gorskih destinacij. Te elemente so potem razvrstili po pomenu in jih združili v faktorje na osnovi anketnih odgovorov na vprašanja približno 200 raziskovalcev turizma in deležnikov na gorskih alpskih destinacijah. Na osnovi rezultatov faktorjske analize so razvili model MDIM (Model inovativnosti gorskih destinacij – Slika 55). Ugotovili so, da inovativnost gorskih destinacij delno pogojuje vpliv turističnih okolij na razvoj gorske destinacije.

Ugotovljeni faktorji in ustrezni indikatorji razvoja gorskih destinacij se lahko izkažejo za koristne za upravljavce in druge deležnike na gorskih destinacijah, saj lahko z njimi pomagamo destinacijam opredeliti področja, na katerih se odlikujejo oziroma področja, na katerih lahko destinacije dosežejo izboljšave in s tem pospešijo svoj razvoj.

Indikator	Specifična meritev	Solčavsko	Dolina Soče	Pielachtal
Obseg in vrednost turizma	Relativni prispevek turizma h gospodarstvu destinacije (odstotek skupne BDV)	nedol.	nedol.	nedol.
Zadovoljstvo strank	Odstotek turistov, ki so na splošno zadovoljni z izkušnjo	89 %	70 %	90%
	Odstotek strank, ki se vračajo (v obdobju 5 let)	70 % (ocen.)	50 % (ocen.)	40 % (ocen.)
Socialni vpliv/vpliv na skupnost	Odstotek lokalnih rezidentov, ki imajo posredno ali neposredno korist od turizma	60 % (ocen.)	nedol.	5 % (ocen.)
Število in kakovost delovnih mest	Odstotek uslužbencev v turizmu, ki so zadovoljni s svojim delom	nedol.	nedol.	nedol.
	Odstotek turističnih podjetij, v katerih so uslužbenci deležni kakršnegakoli usposabljanja	54 %	nedol.	50 - 60 %
Zmanjševanje vpliva prevoza	Povprečno obdobje bivanja turistov (nočitve)	2,4	2,6	2,8
Prakse trajnostnega upravljanja v turističnih podjetjih	Odstotek turističnih podjetij/obratov v destinaciji z neodvisno potrjenimi certifikati/oznaki za okoljsko trajnost in/ali ukrepi družbene odgovornosti podjetij	10 %	2 %	36 %
Poraba energije	Poraba energije na osebo iz vseh virov (splošna in posebej za turistični sektor – na dan na osebo)	nedol.	nedol.	nedol.
Varovanje krajine in biotske raznovrstnosti	Odstotek destinacij (zemljepisno območje v km ²), ki so podvržene varovalnim ukrepom	80 %	51,5 %	0 %
Vključujoči načini upravljanja	Odstotek uradnih turističnih informacij, ki specifično obravnavajo trajnostne teme	30 % (ocen.)	50 % (ocen.)	10 % (ocen.)
Turistična dobavna veriga	Odstotek lokalnih storitev in blaga, ki jih proizvajajo lokalno v turističnih podjetjih	60 %	nedol.	80 %
Varovanje in pospeševanje krajevnih kulturnih identitet in dobrin	Odstotek rezidentov, ki so prepričani, da je turizem: a. škodljiv b. pomaga ohranjati c. pomaga izboljšati; prepoznavnost in lokalno identiteto, kulturo in dediščino destinacije	a. 5 % b. 35 % c. 47 %	nedol.	nedol.
	Odstotek prireditev v duhu tradicionalne kulture in lokalne dediščine	90 %	25 %	>90 %

Slika 54: Primer ključnih kazalnikov trajnostnega turizma treh alpskih destinacij (Universitat Autònoma de Barcelona, 2012)



Slika 55: Model inovacij gorskih destinacij (MDIM), Kuščer, 2012.

G.2. GLOSAR

Alpska konvencija je multilateralna okvirna pogodba, ki jo je 1991 podpisalo osem držav alpskega loka in Evropska unija. Njeni pglavitni cilji so trajnostni razvoj Alp in varovanje interesov ljudi, ki živijo na tem prostoru, ter upoštevanje okoljskih, socialnih in ekonomskih razsežnosti in izboljšanje kakovosti življenja v Alpah v širšem pomenu.

Za RSA 4 so se strokovnjaki dogovorili o sledečih definicijah:

- **Blaženje:** Združeni narodi definirajo blaženje v kontekstu podnebnih sprememb kot človekov poseg za zmanjšanje virov toplogrednih plinov ali spodbujanje odtekanja teh plinov.
- **Dnevni obiskovalec:** "Dnevni obiskovalci" so potujoči ljudje ali turisti, ki ne prenočijo v kraju, ki ga obiščejo. Dnevni izletniki v Alpe se ne obravnavajo kot turisti. Seveda obstaja med obema vidikoma medsebojna povezava. Visoko privlačna turistična območja z dobro infrastrukturo prav tako uporablja lokalno in regionalno prebivalstvo, ki pogosto ustvarja visok pritisk zaradi dnevnih izletov.
- **Dodana vrednost:** v trgovanju je to razlika med ceno, po kateri je bil proizvod kupljen in med prodajno ceno končnega proizvoda. V primeru storitvene dejavnosti ali na področju turizma je to vrednost, ki je dodana čistemu prihodku. To je lahko materialna ali nematerialna (v smislu dodane vrednosti za privlačnost krajine, zaščito narave, itd.).
- **Družbena odgovornost podjetij (CSR – Corporate Social Responsibility)** je koncept, kjer podjetja v svoje poslovne procese in v interakcijo s svojimi deležniki (zaposlenimi, strankami, delničarji, lokalno skupnostjo, vlado) prostovoljno vključijo socialne in okoljske vidike. CSR je tesno povezan z načeli trajnosti in jo tudi obravnava kot instrument izvajanja teh načel.
- **"Hladne postelje"** ali "prazne postelje" sta izraza v turizmu, ki označujeta prazne nastanitvene kapacitete v turističnih destinacijah. To bi lahko bila posledica napačnega upravljanja ali slabih pogojev za izvedbo sezone (brez snega, slabo vreme, ekstremni dogodki). "Hladne postelje" bi lahko pomenile tudi nenaseljene domove na alpskih območjih.
- **Lastniška počitniška stanovanja, sekundarni domovi:** ta izraz lahko obsega dve vrsti nastanitve; sekundarni domovi v skupnih turističnih nastanitvenih objektih (v večini primerov, vendar so lahko tudi individualni), ki so zasedeni ali oddani v najem, ali jih nameravajo dati v najem; individualni počitniški domovi, ki so v večini v družinski lasti, ali so počitniške hiše ali vikendi urbanih ljudi, ki niso posebej namenjene za najem. V tem poročilu bolj obravnavamo prvi tip kot pa drugega.
- **Obiskovalec:** je potnik, ki potuje na glavno destinacijo izven svojega običajnega okolja za manj kot eno leto s katerikoli razlogom (poslovno, preživljanje prostega

časa ali drugi osebni razlogi), ki ni povezan z zaposlitvijo pri nekem subjektu, ki bi izhajal iz države ali mesta, ki ga obišče. Obiskovalec (domači, v prihodu ali odhodu) je klasificiran kot turist (ali obiskovalec s prenočitvijo), če njegovo/njeno potovanje vključuje nočitev ali kot enodneveni obiskovalec (ali izletnik), če ne prenoči. S to definicijo je turizem povezan z vsemi načini potovanja brez razlikovanja glede njegove/njene motivacije in trajanja vendar vsaj z eno nočitvijo.

- **Območje Alp:** definirano kot območje Alpske konvencije.
- **Označevanje eko-proizvodov** je označevanje proizvodov in storitev, ki so v skladu z določenimi eko-standardi; oznake so lahko lokalne, nacionalne ali mednarodne.
- **Označevanje lokalnih proizvodov:** omogoča spoznavanje izvora proizvodov. Kmetijstvo znotraj območja Alp proizvaja številne edinstvene, pristne, zdrave in visoko-kakovostne proizvode, tako jih lahko prepoznamo kot takšne tudi prek primernega označevanja.
- **Parahotelirstvo:** sestavljeno je iz nastanitvenih tipov, ki ne ustrezajo definiciji "hotela". Tipični primeri so počitniške hiše ali stanovanja, zasebne sobe, planinske kočice, mladinski hoteli ali kampi. Definicija parahotelirstva je v vsaki alpski državi malo drugačna.
- **Prilagajanje:** prilagoditev v naravnih in človeških sistemih kot odziv na aktualne in pričakovane podnebne vzgibe ali njihove učinke, kar zmanjšuje škodo ali koristi ugodne priložnosti. Razlikujemo med različnimi tipi prilagajanja, vključno s anticipatornim in reaktivnim prilagajanjem, zasebnim in javnim prilagajanjem in avtonomnim in načrtovanim prilagajanjem (IPCC, 2001).
- **Ranljivost** je stopnja do katere je nek sistem dovzeten in nesposoben obvladati škodljive učinke podnebnih sprememb, vključno s spreminjanjem podnebja in ekstremnimi pojavi (IPCC, 2007). V kontekstu alpskega turizma lahko ranljivost za podnebne spremembe zaznavamo kot funkcijo treh komponent. Najprej je to funkcija izpostavljenosti neposrednim (npr. spremembe temperature ali dinamike padavin) in posrednim vplivom (npr. povišano tveganje za naravne nesreče ali zmanjšanje količine snega). Drugič je to funkcija občutljivosti regije za te vplive. Ta občutljivost bi lahko bila okoljska (npr. raba tal), človeška (npr. socialna struktura), in/ali ekonomska (npr. dohodek na prebivalca). Na koncu je odvisna od lastne (biofizične, socialne, tehnološke in ekonomske) sposobnosti prilagajanja (Matasci in Altamirano-Cabrera v: Weiermair ed al. 2011).
- **Sezonskost turizma** pomeni, da turizem ni intenziven na isti način skozi vse leto. Sezonskost pomeni začasna nihanja v obsegu turističnih aktivnosti npr. prihodov turistov, zaradi zunanjih faktorjev kot so vremenske razmere, snežna odeja, sodelovanje, itd. Vpliva na dohodek lokalnega prebivalstva, stabilnost zaposlitev (pogodbe o zaposlitvi za določen čas), prevlado tujih delavcev, prekomerno rabo objektov med vrhunci sezone, itd.
- **Sposobnost obvladovanja turizma** je pristop k upravljanju obiskovalcev v turističnih regijah. Svetovna turistična organizacija definira sposobnost obvladovanja turizma kot "maksimalno število ljudi, ki lahko hkrati obiščejo turistično destinacijo brez, da bi povzročili njeno fizično uničenje in nesprejemljivo znižanje kakovosti zadovoljstva obiskovalcev". Medtem avtorja Middleton in Hawkins (1998) definirata to kot "stopnjo človeške aktivnosti, ki jo lahko neko območje prenese brez, da bi območje propadalo, da bi lokalni skupnosti škodilo ali bi se poslabšala kakovost obiskovalskih izkušenj."
- **Turistična destinacija** je aglomeracija občin, mest ali celotna regija, ki je prepoznana in oglaševana pod istim, skupnim imenom, da bi privabila turiste. To je območje, ki je v bistvenem obsegu odvisno od prihodkov iz turizma. Običajno ima destinacija v lasti skupno turistično ali ne-turistično infrastrukturo. Posamezne turistične ponudbe so povezane s sinergijami.
- **Upravljanje kakovosti v turizmu** zagotavlja visoko kakovost turističnih storitev in omogoča iskanje načinov za izboljšave. Prav tako zagotavlja zadovoljstvo turistov in njihovo zvestobo.
- **Upravljanje turistične destinacije** je upravljanje neke turistične destinacije na področju prostorskega načrtovanja, promocije na trgu, prometnih sistemov, turističnih info-točk, sodelovanja z lokalno industrijo, vključevanja lokalnih oblasti, itd. Tukaj poteka upravljanje virov turistične ponudbe destinacije.
- **Urbani turizem** je skupek turističnih virov ali aktivnosti, ki se nahajajo v mestih in so ponujene obiskovalcem od drugod (Evropska komisija, 2000, str. 21).

G.3. ALPE, OBLASTI TRAJNOSTNEGA TURIZMA

Strokovnjaki pogodbenic so izbrali primere dobrih praks na podlagi določenih kriterijev, kot so: prenosljivost/ponovljivost, obnovljivost, možnost izmenjave, možnost delitve in načini ponovitev, inovativnost in trajnost.

Izbrani primeri dobre prakse predstavljajo cilje in ukrepe Protokola "Turizem" Alpske konvencije:

- okrepitev gospodarskih aktivnosti naravi prijaznega turizma;
- preprečevanje in prilagajanje na okoljske škode, ki jih povzročata turistična aktivnost in infrastruktura (projekti mehke mobilnosti, uporaba obnovljivih virov energije, učinkovita raba energije, podnebno nevtralne počitnice in ozaveščanje za trajnostno obnašanje v turizmu);
- upoštevanje interesov tako lokalnega prebivalstva, kot turistov.

Ta seznam seveda ni popoln in ne vrednoti projektov, ampak jih samo predstavlja v upanju, da bodo zgled drugim deležnikom.

Celoten seznam primerov dobrih praks je dosegljiv na spletni strani: goodpractices.rsa4.alpconv.org.

G.4. VIRI IN LITERATURA

Ta seznam virov in literature ni podroben.

Abegg, B. (2011). Tourism in climate change. CIPRA Compact 1/2011. Dostopno na: www.cipra.org/en/alpmedia/publications/4606 (dne: 13. februar 2012).

AdaptAlp. (2011). ADVANCE. Common Strategic Paper. Dostopno na: www.adaptalp.org (dne: 13. februar 2012).

Allemand, S. (2006). Des transports pour un tourisme durable. Presses polytechniques et universitaires romandes.

ALPARC (Ur.). (2000). Les dossiers du Réseau Alpin N°2. Le tourisme dans les espaces protégés alpins Recensement de l'infrastructure et de la fréquentation touristiques afin d'évaluer les retombées sur l'économie régionale. Alparc.

ALPARC (Ur.). (2001). Les dossiers du réseau Alpin n°4. Tourisme et culture dans les espaces protégés alpins – Projets et expériences. Alparc.

ALPARC (Ur.). (2008). Züge, Shuttlebusse und Kutschen ersetzen den PKW. Die Alpen Schutzgebiete, Förderer der sanften Mobilität. Alparc.

Alpine Convention (Ur.). (2008). Public transport accessibility of Alpine tourist resorts from major European origin regions and cities. Synthesis Report. Report for the Alpine Convention – Transport Group. Subgroup "Sustainable Mobility". Paris, Vienna: Alpine Convention.

Alpine Pearls. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.alpine-pearls.com (dne: 7. oktober 2011).

Angelini, P. in Cetara, L. (2007). Data and Elaboration on the Italian Alpine and Pre-Alpine Ski Stations, Ski Facilities and Artificial Snowmaking. Dostopno na: www.convenzionedellealpi.it/NR/rdonlyres/81850CB9-619B-4D55-AF3D-D98513E93318/20008/OECD_Italy_Winter_Tourism_Annex_2008.pdf (dne: 1. december 2012).

APAT – Bosello, F., Marazzi, L., in Nunes, A. L. D. P. (2007). Le Alpi italiane e il cambiamento climatico: Elementi di vulnerabilità ambientale ed economica e possibili strategie di adattamento. Centro Euro Mediterraneo per i Cambiamenti Climatici (CMCC) & Agenzia per la Protezione dell'ambiente e per i Servizi Tecnici.

ARE – Zvezni urad za prostorski razvoj (Ur.). (2006). Le tourisme dans l'espace alpin. Chances et risques d'un secteur économique important suisse en mutation. Bern: Office fédéral du développement territorial.

- ARE – Zvezni urad za prostorski razvoj. (2011). *The Alps – From Rio 1992 to 2012 and beyond, 20 years of Sustainable Mountain Development; What have we learnt and where should we go?* Bern: Swiss Federal Office for Spatial Development.
- ARE – Zvezni urad za prostorski razvoj. (Ur.) (2012). *Tourisme et développement durable. Bonnes pratiques et pistes d'action.* Bern: Office federal du développement territorial.
- Atout France (Ur.). (2011). *Tourisme et développement durable – De la connaissance des marchés à l'action marketing.* Paris: Atout France.
- Bätzing, W. (2005). *Le Alpi. Una regione unica al centro dell'Europa* (216–219, 351–371). Torino: Bollati Boringhieri.
- BAKBASEL. (2011). *Benchmarking du tourisme – Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale. Rapport de synthèse du « Programme de benchmarking international du tourisme suisse: mise à jour 2010 – 2011 ».* Bern: Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO).
- Balbi, S., Giupponi, C., in Bonzanigo, L. (Eds.). (2011). *Climate change and its impacts on tourism in the Alps. The pilot area of Auronzo di Cadore (Belluno).* Lecce: Euro-Mediterranean Centre for Climate Change.
- Balbi, S., Giupponi, C., Perez, P., in Alberti, M. (2012). *An Agent-Based Integrated Assessment of Winter Tourism Development in the European Alpine Region.* Submitted to *Environmental Modelling & Software Journal*.
- Baum, T., in Lockstone, L. (2007). *Volunteers and mega sporting events: developing a research framework.* *International Journal of Event Management Research* 3 (1), 29–41.
- Beech, J. in Chadwick, S. (2004). *The Business of Sports Management.* Harlow: Pearson Education Limited.
- Beniston, M. (2005). *Mountains climates and climatic change: an overview of process focusing on the European Alps.* *Pure Applied Geophysics* 162, 1587–1606.
- Beniston, M. (2006). *Mountain weather and climate: A general overview and a focus on climatic change in the Alps.* *Hydrobiologia* 562, 3–16.
- Beniston, M., Keller, F., Koffi, B., in Goyette, S. (2003). *Estimates of snow accumulation and volume in the Swiss Alps under changing climatic conditions. Theoretical and applied climatology* 76, 125–140.
- Berwert, A., Rütter, H., in Müller, H. (2002). *Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Wallis.* *disP – The Planning Review* 23 (151), 4–12.
- BfN – Bundesamt für Naturschutz (Ur.). (2009). *Regionalökonomische Effekte des Tourismus in deutschen Nationalparks.* *Naturschutz und Biologische Vielfalt* Heft 76. Münster: Landwirtschaftsverlag.
- BfN – Bundesamt für Naturschutz (Ur.). (2005). *FuE-Vorhaben: Ökonomische Effekte von Tourismus in Großschutzgebieten.* Dostopno na: www.bfn.de/0323_tourismus-oekonomie.html (dne: 13. december 2012).
- BfN – Bundesamt für Naturschutz (Ur.). (n.d.). *FuE-Vorhaben (2010-2013): Wirtschaftsfaktor Großschutzgebiete III: Regionalökonomische Effekte des Tourismus in deutschen Biosphärenreservaten.*
- Bieger, T., in Laesser, C. (2008). *Les formes hybrides d'hébergement: besoins du marché et tendances internationales.* *La Vie économique* 5, 46-49.
- Bieger, T., Müller, H., Elsasser, H., in OK FIS Alpine Ski WM Engadin 2003. (2000). *Nachhaltigkeit der Fis Alpine Ski WM 2003 St. Moritz – Pontresina, Engadin. Eine Sport – Grossveranstaltung im Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Ansprüchen.* Dostopno na: www.alexandria.unisg.ch/publications/14106/ (dne: 12. marec 2012).
- BMU – Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety. (2007). *Climate change in the alps. Facts - impacts - adaptation.* Berlin: Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety.
- Bourdeau, P. (Ur.) (2007). *Les sports d'hiver en mutation: Crise ou revolution géoculturelle?* Paris: Lavoisier.
- Bourdeau, P. (2009). *Mountain tourism in a climate of change.* V R. Jandl, A. Borsdorf, H. van Miegroet, R. Lackner, R. Psenner (Ur.), *Alpine space - man in environment 7: Global Change and Sustainable Development in Mountain Regions.* Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. (2009). *Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus und Schlussfolgerungen für die Tourismuspolitik.* Berlin: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

- Bürki, R., Abegg, B., in Elsasser, H. (2006). Cambiamento climatico e sport invernali: minacce economiche e ambientali. Study presented at 5th World Conference on Sport and Environment, 2-3 December 2003, Torino. V *WWF Italia (Ur.), Alpi e turismo: trovare il punto di equilibrio. Collana Ecoregione Alpi n°1. Milano: WWF Italia.*
- Bürki, R., Abegg, B., in Elsasser, H. (2007). Climate change and tourism in the Alpine Region of Switzerland. V *B. Amelung, K. Blazejczyk, in A. Matzarakis (Eds.), Climate change and tourism: assessment and coping strategies (165-172). Maastricht - Warsaw – Freiburg.* Dostopno na: www.undp.hr/upload/file/207/103939/FILENAME/Tourism_and_climate_change_Assessment_and_Coping_Strategies.pdf (dne: 13. februar 2012).
- Castellari, S. (2008). Climate change, impacts and adaptation strategies in the Alpine Space: some results from the INTERREG III B project ClimChAlp. Conference Presentation at Mountains as Early Indicators of Climate Change, Padova, Italy. V *H. VGallée, in C. Chaix (Eds.), Climate changes over the Alps and their impact on Alpine tourism. France: Alpine Space project "ClimAlpTour".* Dostopno na: www.institut-montagne.org/ori-oai-search/notice.html?id=institut-montagne-ori-wf-1-77971&format=dc_id&resultBackUrl= (dne: 13. februar 2012).
- Chappelet, J. L., in Junod, T. (2006). A Tale of 3 Olympic Cities: What can Turin learn from the Olympic legacy of other Alpine cities? V *D. Torres (Ur.), Major Sport Events as Opportunity for Development, Proceedings of the Valencia Summit 2006. Valencia: Instituto Nóos, 83 – 89.*
- CIPRA. (2003). Mobilnost v prostem času. Poročilo. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/sl/alpmedia/publications/278 (dne: 13. december 2012).
- CIPRA. (2003). Alpmedia – Aufrüstung im Alpinen Wintersport. Ein Hintergrundbericht. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/sl/alpmedia/dossiers/9 (dne: 10. oktober 2011).
- CIPRA (2004). Umetno zasneževanje na območju Alp. Osnovni dokument. www.cipra.org/pdfs/454_sl/at_download/file (dne: 13. december 2012).
- CIPRA. (2007). Trajnostni turizem ima prihodnost – Gremo v Alpe! CIPRAINFO 83. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/sl/alpmedia/publikationen/3015 (dne: 13. december 2012).
- CIPRA. (2008). Alps know how. Dostopno na: alpsknowhow.cipra.org/ (dne: 5. oktober 2011).
- CIPRA. (2008). Počitniška stanovanja kot izziv – Veliko prostora za malo koristi. CIPRAINFO 87. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/sl/alpmedia/publications/3334 (dne: 13. december 2012).
- CIPRA. (2010). Promet in podnebne spremembe. Compact 01/2010. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/fr/alpmedia/dossiers/18 (dne: 13. december 2012).
- CIPRA. (2010). Energijsko samozadostne regije. Compact 03/2010. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/en/alpmedia/dossiers/25 (dne: 13. februar 2012).
- CIPRA. (2011). Turizem in podnebne spremembe. Compact 01/2011. Schaan: CIPRA International. Dostopno na: www.cipra.org/fr/alpmedia/dossiers/20 (dne: 13. december 2012).
- CISSET (2011). Il turismo montano in Italia. Modelli, strategie e performance Osservatorio Nazionale del Turismo (ONT).
- ClimAlpTour Project. (2011). Spletna stran. Dostopno na: www.climalptour.eu (dne: 13. februar 2012).
- ClimChAlp Project (2008). Extended Scientific Final Report, ClimChAlp project – The Climate Change Assessment Report. Dostopno na: www.climchalp.org/ (dne: 13. februar 2012).
- ClimChAlp Project (2008). Work Package 7, Impacts of Climate Change on Spatial Development and Economy, Synthesis & Model Region Studies. Munich: The ClimChAlp partnership.
- CLISP – Climate Change Adaptation by Spatial Planning in the Alpine Space. (2009). Report of Working Package 4 – Vulnerability Assessment. Task 4.3.3.3 Processing of regional climate model data & providing climate projections for MRs (CLM and/or REMO). Climate change scenarios. The Alps. Dostopno na: www.clisp.eu/content/sites/default/files/The_Alps_v2.pdf (dne: 13. februar 2012).
- CLISP – Climate Change Adaptation by Spatial Planning in the Alpine Space. (2011). WP4 Vulnerability Assessment. Synthesis Final Report. Dostopno na: www.clisp.eu/content/sites/default/files/CLISP_WP4%20Synthesis%20Report_final_0.pdf (dne: 13. februar 2012).
- Clivaz, C., in Nahrath, S. (2010). Le retour de la question foncière dans l'aménagement des stations touristiques Alpines en Suisse. *Revue de géographie Alpine* 98 (2).
- Conseil fédéral Suisse (Ur.). (2010). Stratégie de croissance pour la place touristique Suisse. Bern: Secrétariat d'Etat à l'économie SECO.

Conseil general de l'Environnement et du Developpement durable (Ur.) Badre, M., Prime, J.L., in Ribiere, G. (2009). Neige de culture: Etat des lieux et impacts environnementaux – Note socio-économique. La Defense cedex: Conseil general de l'Environnement et du Developpement durable, 18.

Cornelissen, S., Bob, U., in Swart, K. (2011). Towards redefining the concept of legacy in relation to sport mega-events: Insights from the 2010 FIFA World Cup. Development Southern Africa 28 (3), 307–318.

Credit Suisse (Ur.). (2011). Swiss Issues Branches. Le tourisme en Suisse – Stations de ski en concurrence. Zurich: Credit Suisse Group AG.

Davézies L. (2008). La République et ses territoires. La circulation invisible des richesses. Paris: Le Seuil.

De Jong, C. (2007). Artificial snow drains mountain resources. Environmental Research Web. Dostopno na: environmentalresearchweb.org/cws/article/opinion/30703 (dne: 8. avgust 2007).

Debarbieux, B. (2001). Les montagnes : représentations et constructions culturelles. V Y. Veyret (Ur.), *Les montagnes: discours et enjeux géographiques*. Paris: SEDES.

De Rossi, A., in Ferrero, G. (2000). Il secolo breve dell'architettura alpina, Turin: L'Alpe, 1, 76–82.

Dodouras, S., in James, P. (2004). Examining the sustainability impacts of mega-sports events: Fuzzy mapping as a new integrated appraisal system. On 4th International Postgraduate Research Conference in the Built and Human Environment, 29 March - 2 April 2004, Salford. Dostopno na: usir.salford.ac.uk/95111/1/Dodouras_buhu_04.pdf (dne: 26. marec 2012).

Dwyer, L., Forsyth, P., in Spurr, R. (2006). Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach. Journal of Travel Research 45 (1), 59–66.

Durrer Eggenschwiler B., Egli, H., in Peter, C. (2010). Accompanying study BESTander matt Sociocultural and socioeconomic consequences of the tourism resort Andermatt. Final report of the first substudy. Lucerne: Lucerne University of Applied Sciences and Arts. Dostopno na: www.bestander matt.ch/fileadmin/user_upload/pdf/Schlussbericht_110520.pdf (dne: 12. december 2012).

EEA – European Environment Agency. (2005). Vulnerability and adaptation to climate change in Europe. Technical report No 7/2005. Copenhagen: European Environment Agency. Dostopno na: www.eea.europa.eu/publications/technical_report_2005_1207_144937 (dne: 12. december 2012).

EEA – European Environment Agency, JRC European Commission, WHO World Health Organization. (2008). Impacts of Europe's changing climate – 2008 indicator-based assessment. EEA Report No 4/2008, JRC Reference Report No JRC47756. Copenhagen: European Environment Agency. Dostopno na: www.eea.europa.eu/publications/eea_report_2008_4 (dne: 12. december 2012).

Elsasser, H., in Bürki, R. (2002). Climate change as a threat to tourism in the Alps. Climate Research 20, 253–257.

Elsasser H., in Messerli, P. (2001). The Vulnerability of the Snow Industry in the Swiss Alps. Mountain Research and Development 21 (4), 335-339.

Etat du Valais (Ur.). (2011). Rapport du Conseil d'Etat valaisan sur l'Agenda 21 cantonal. Etat des lieux des 16 engagements en matière de développement durable Sion: Etat du Valais.

Ensembles project. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.ensembles-eu.org (dne: 13. februar 2012).

Europarc Federation. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.europarc.org/home/ (dne: 7. oktober 2011).

European Commission. (2000). Toward urban tourism-integrated quality management (iqm) of tourist destination, Luxemburg: EU.

European Commission. (2007). Action for more sustainable European tourism, report of the Tourism Sustainability Group. Dostopno na: ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=237 (dne: 12. december 2012).

EUROSTAT. (2008). In the spotlight. Demographic change: challenge or opportunity? Eurostat: Europe in figures – Eurostat yearbook 2008. Dostopno na: ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-CD-07-001-SPOT/EN/KS-CD-07-001-SPOT-EN.PDF (dne: 12. december 2012).

FST – Federation Suisse du Tourisme. (2011). Spletna stran. Dostopno na: www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=959 (dne: 12. december 2012).

- Fourie, J., in Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management* 32 (6), 1364–1370
- Greenwood, D.J. (1977). Culture by the pound. An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. V V. L. Smith (ur.), *Hosts and guests: the anthropology of tourism. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.*
- Gupponi, C., Balbi, S., in Bonzanigo, L. (2012). Local development and climate change adaptation in the Alps: a case study on sustainable winter tourism in the Dolomites. Submitted to *Ecological Economics*. First review stage.
- Hauser, A. (2009). What is Mass Tourism? An attempt at defining it. *Destination World News* 31. Dostopno na: www.destinationworld.info/newsletter/feature45.html (dne: 12. december 2012).
- Héliou C. (1999). Les stations de sports d’hiver de moyenne altitude: approche géographique de la dynamique du tourisme dans les Alpes françaises, thèse de doctorat de géographie, Université Paris VII, Paris.
- Historical instrumental climatological surface time series of the Greater Alpine Region (HISTALP). (2009). Spletna stran. Dostopno na: www.zamg.ac.at/histalp (dne: 13. februar 2012).
- Hohenwallner, D., et al. (n.d.). Water Management in a Changing Environment: Strategies against Water Scarcity in the Alps Project Outcomes and Recommendations. Chambéry: University of Savoie. Dostopno na www.sbg.ac.at/zgis/alpwaterscarce/03_Work/WP03_InformationAndPublicity/3.2_AWS_Website_Documents/Recommendations/WaterManagementHandbook.pdf (dne: 13. februar 2012).
- Inglis, J., Whitelaw, P., in Pearلمان, M. (2005). Best practice in strategic park management towards an integrated park management model. Gold Coast MC QLD: CRC Sustainable Tourism.
- IPCC – Intergovernmental Panel on Climate Change. (2001). Third Assessment Report: Climate Change 2001 (TAR). Dostopno na: www.grida.no/publications/other/ipcc_tar
- ISNART – Unioncamere (2011). Osservatorio Nazionale del Turismo (ONT), Rapporto sul Turismo 2011. Dostopno na: www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2012-07-01_02836.pdf
- Jaakson R. (1986). “Second-home domestic tourism”, *Annals of Tourism Research*, 13/3 (1986), 367-391.
- Jacob, D. (2007). An inter-comparison of regional climate models for Europe: model performance in present-day climate. *Climatic Change* 81 (1), 31–52.
- Joint Technical Secretariat European Territorial Cooperation and Alpine Space Programme. (2011). Coping with Demographic Change. Shaping Policies. Forum Report. München: Joint Technical Secretariat European Territorial Cooperation and Alpine Space Programme. Dostopno na: www.Alpine-space.eu/fileadmin/media/Thematic_Workshops/DemographicChange/Demographic_Change_Forum_Report.pdf (dne: 12. december 2012).
- Jost, C., (1951). Der Einfluss des Fremdenverkehrs auf Wirtschaft und Bevölkerung in der Landschaft Davos. Bern: Stämpfli, 160–172.
- Kappler, A., Forster, S., in Siegrist, D. (2009). Wertschöpfung in Naturparken durch Tourismus. Luzern: Kappler.
- Keller, F. (n.d.). Klimawandel und Tourismus. VISUMtourism. Dostopno na: www.visumtourism.ch/fachartikel_klima.pdf (dne: 7. oktober 2011).
- Kellerer-Pirklbauer, A., Lieb, G.K., Schoeneich, P., Deline, P., Pogliotti, P. (2011). Thermal and geomorphic permafrost response to present and future climate change in the European Alps. Grenoble: ADRA – Association pour la diffusion de la recherche Alpine. Dostopno na: www.permanet-Alpinespace.eu/archive/pdf/WP5_3_final_report.pdf (dne: 13. februar 2012).
- Ketterer, L., in Siegrist, D. (2009). Touristische Potenziale der Österreichischen Naturparke. Rapperswil: Schriftenreihe des Institut für Landschaft und Freiraum. Dostopno na: www.naturparke.at/downloads/studie_touristische_potenziale_der_oesterr_naturparke.pdf (dne: 13. december 2012).
- KLIWA – Klimaveränderung und Konsequenzen für die Wasserwirtschaft. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.kliwa.de (dne: 13. februar 2012).
- Koenighofer, S. (2007). Konflikte in und um den Naturpark Dobratsch. Institute of Geography and Regional Research. Dostopno na: wwwu.edu.uni-klu.ac.at/s1koenig/streitross/material/semarbeit/Konflikte_in_und_um_den_Naturpark_Dobratsch.pdf (dne: 13. december 2012).

- Küpfer, I. (2000). Die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Nationalparktourismus - untersucht am Beispiel des Schweizerischen Nationalparks. Zürich: Geographisches Institut Universität Zürich.
- Kuščer, K. (2012). Modelling mountain tourism destination development with focus on innovativeness. Slovenia.
- Legambiente (2009). Carovana delle Alpi – Dossier 2009. Cemento d'alta quota: seconde case, cemento vs. turismo di qualità. Dostopno na: lombardia.legambiente.it/sites/default/files/docs/dossier_seconde_case_alpi_06-08.pdf
- Loretan, H. (2000). Prendetevi una vacanza dal turismo! Aspetti socio economici e culturali del turismo nelle Alpi. V *CIPRA (Ur.). Turismo nelle Alpi. Turin: CIPRA International.*
- Macchiavelli, A. (2009). Alpine tourism: development contradictions and conditions for innovation. *Journal of Alpine Research* 97 (1). Dostopno na: rga.revues.org/index843.html (dne: 13. februar 2012).
- MacFarlane, R. (2005). Come le montagne conquistarono gli uomini: Storia di una passione. Milano: Mondadori.
- MANFRED Project. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.manfredproject.eu (dne: 13. februar 2012).
- Masterman, G. (2004). Strategic Sports Event Management – An International Approach. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Middelton, V.C., in Hawkins, R. (1998). Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mihalik, B.J., in Simonetta, L. (1999). A Midterm Assessment of the Host Population's Perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, Attendance, Benefits, and Liabilities. *Journal of Travel Research* 37(3).
- Mihalič, T., in Kaspar, C. (1996). Umweltökonomie im Tourismus. Bern: Paul Haupt.
- Mihalič, T. (2006). Nature-based products, ecotourism and adventure tourism. V *D. Buhalis & C. Costa (Eds.). Tourism business frontiers: consumers, products and industry. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 111–117.*
- Mihalič, T. (2011). Tourism and its environments: ecological, economic and political sustainability issues. Ljubljana: University Ljubljana, Faculty of Economics.
- Mihalič, T., Žabkar, V., in Knežević Cvelbar, L. (2012). A hotel sustainability business model: evidence from Slovenia. *Journal of Sustainable Tourism* 10 (5), 701–719.
- Moss, L. A. G., Glorioso, R. S., Krause, A. (Eds.). (2009). Understanding & Managing Amenity-Led Migration in Mountain Regions, The Banff Centre, Banff, Canada.
- Nationalpark Hohe Tauern. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.hohetauern.at/ (dne: 7. oktober 2011).
- OECD – Agrawala, S. (Ur.). (2007). Climate change in the European Alps: Adapting Winter Tourism and Natural Hazard Management. Paris: OECD Publishing.
- OECD – Agrawala, S., in Fankhauser, S. (2008). Economic Aspects of Adaptation to Climate Change: Costs, Benefits and Policy Instruments. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2006). Putting Climate Change Adaptation in the Development Mainstream. OECD Policy brief. Dostopno na: www.oecd.org/dataoecd/57/55/36324726.pdf (dne: 13. februar 2012).
- ONT (2008). Osservatorio Nazionale del Turismo, Rapporto sul Turismo 2008.
- ONT (2011). Osservatorio Nazionale del Turismo, Rapporto sul Turismo 2011. Dostopno na: www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2012-07-01_02836.pdf.
- OMT, PNUE in OMM. (2007). Changement climatique et tourisme. Faire face aux défis mondiaux. Madrid/ Paris/ Genève: OMT, PNUE in OMM.
- Onida, M. (2011). Nouveau Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, politique du tourisme et protection de l'environnement : une occasion manquée. *Revue du Droit de l'Union européenne* 4, 667–675.
- Onida, M. (2012). Commento all'Articolo 195 – Turismo. V *Curti G. (Ur.). Codice dell'Unione europea operativo, Simone.*
- Paramount Project. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.paramount-project.eu/ (dne: 13. februar 2012).
- Peeters, P., in Dubois, G. (2010). Tourism travel under climate change mitigation constraints. *Journal of Transport Geography* 18, 447–457.

- Perlik M. (2006). The Specifics of Amenity migration in the European Alps. V Moss L.A.G. (Ur.), *The Amenity Migrants: Seeking and sustaining Mountains and their Cultures*, CAB International, Santa Fe, 215-231.
- Plüss, C. (1999). *Ferienglück in Kinderhänden. Kinderarbeit im Tourismus*. Zurich: Rotpunkt Verlag.
- Preuss, H. (2007). The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies. *Journal of Sport & Tourism* 12 (3-4), 207-227.
- Preuss, H. (2011). A method for calculating the crowding-out effect in sport mega-event impact studies: The 2010 FIFA World Cup. *Development Southern Africa* 28 (3), 367-385.
- Price M., Borowski D., Macleod C., Rudaz G. in Debarbieux B. (2011). ALPS - Rio+20 Report. Sustainable Mountain Development in the Alps. From Rio 1992 to Rio 2012 and beyond, Swiss Federal Office for Spatial Development, Bern.
- Pro Natura (2012). *Der Massentourismus frisst sich in naturbelassene Berglandschaften*. Basel: Pro Natura Magazin. Dostopno na: www.pronatura.ch/magazin-themendossiers (dne: 13. december 2012).
- Provincia Autonoma di Trento. (2008). *Progetto clima 2008: Previsioni e conseguenze dei cambiamenti climatici in Trentino*. Trento: Provincia Autonoma di Trento.
- Prudence Project. (2011). *Spletna stran*. Dostopno na: prudence.dmi.dk (dne: 13. februar 2012).
- Regione Autonoma Valle D'Aosta in Società Meteorologica Subalpina. (2006). *Cambiamenti Climatici in Valle d'Aosta: opportunità e strategie di risposta*. Bussoleno: Società Meteorologica Subalpina.
- Reiner, K. (2007). *Bergtourismus – Herausforderungen und Entwicklungschancen für eine nachhaltigere Entwicklung*. Dostopno na: oearat.web06.vss.kapper.net/wp-content/uploads/094DBS_Zeitreisen-kap-203-Bergtourismus-Reiner.pdf (dne: 7. oktober 2011).
- Ritchie, J. R. B., in Crouch, G. I. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management* 21 (2000).
- Rodriguez, V. (2001). Tourism as a recruiting post for retirement migration. *Tourism Geographies* 3(1): 52-63.
- Rolland, V. (2006). *Attractivité des stations de sport d'hiver: Reconquete des clientele et competitivite internationale*. Rapport au Premier Ministre Dominique DE VILLEPIN.
- Rouard et al. (2011). *Projet Interreg IV France-Suisse: Les Voies De L'Innovation Touristique: «De l'observation à l'incitation et à la formation»*. Rapport de synthese. Observer les processus d'innovations touristiques. Répertoire des profils de compétences des cadres et les formations existantes, Année 1.
- Rupf, R. (n.d.) *Projekt VISIMAN. Interessenskonflikt zwischen Naturschutz und Tourismus, Teilprojektleitung* Dostopno na: www.visiman.ch/fileadmin/user_upload/customers/visiman/projekt/Interessenskonflikt_Naturschutz_Tourismus.pdf (dne: 7. oktober 2011).
- SAB. (2010). *Le tourisme face au changement climatique. Stratégies pour prolonger la saison touristique*.
- Salsa, A. (2007). *Il tramonto delle identità tradizionali. Spaesamento e disagio esistenziale nelle Alpi*. Turin: Priuli & Verlucca.
- Schmied, M., Hochfeld, C., Stahl, H., Roth, R., Armbuster, F., Türk, S., in Friedl, C. (2007). *Green Champions in Sport and Environment. Guide to environmentally sound large sporting events*. Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety & German Olympic Sports Confederation. Dostopno na: www.oeko.de/oekodoc/598/2007-144-en.pdf (dne: 13. december 2012).
- Schmied, S. (2012). *Impacts of Sport Mega Events. The case of the Alpine World Ski Championship in Schladming 2013 and a suggestion for evaluating the residents' perception*. IMC Krems.
- Schulenkorf, N., in Edwards, D. (2009). *Social development through sport events: Strategies for sustaining and leveraging event benefits*. Kufstein Congress on Sports & Culture, 14-16 May 2009, Kufstein. V *Fachhochschule Kufstein Tirol Bildungs GmbH (Ur.) (2010). Sustainable Event Management – Lessons Learnt & Prospects*. Kufstein: FH Kufstein Tirol Bildungs GmbH.
- Scott, D., in McBoyle, G. (2007). *Climate change adaptation in the ski industry. Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change* 12 (8), 1411-1431.
- SECO – Secretariat d'Etat a l'economie (Ur.). (2011). *Benchmarking du tourisme - Le secteur suisse du tourisme en comparaison internationale*. Basel: BAK Basel Economics AG.
- Siegrist, D. (2009). *Pärke von nationaler Bedeutung - Touristische Marktanalyse und Erfolgsfaktoren*. Rapperswil: ILF Institut für Landschaft und Freiraum – FTL-HSR Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft, Hochschule für Technik Rapperswil.

- Siegrist, D., in Stremlow, M. (Hrsg.). (2009). *Landschaft ErlebnisReisen. Naturnaher Tourismus in Parks und UNESCO-Gebieten*. Zürich: Rotpunktverlag.
- SILMAS Project. (n.d.). Spletna stran. Dostopno na: www.silmas.eu (dne: 13. februar 2012).
- Simpson, M.C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M., in Gladin, E. (2008). *Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector: frameworks, tools and practices*. Paris: UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO.
- Solomon, S. (Ed.). (2007). *Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Spilling, O. R. (1998). *Beyond Intermezzo? On the Long-Term Industrial Impacts of Mega-Events: The Case of Lillehammer 1994*. *Festival Management and Event Tourism* 5 (3), 101–122.
- Stalni sekretariat Alpske konvencije (Ur.). (2007). *Alpska konvencija, Poročilo o stanju Alp - Promet in mobilnost v Alpah. Alpski signali – Posebna izdaja*. Innsbruck, Bolzano: Stalni sekretariat Alpske konvencije.
- Stalni sekretariat Alpske konvencije (Ur.). (2010). *Alpska konvencija. Priročnik. Alpski signali 1, 2*. Innsbruck, Bolzano: Stalni sekretariat Alpske konvencije.
- Stalni sekretariat Alpske konvencije (Ur.). (2011). *Študija o predpisih pogodbenic, ki urejajo uporabo motornih vozil in zračnih plovil na motorni pogon v Alpah*. Innsbruck, Bolzano: Stalni sekretariat Alpske konvencije. Dostopno na: www.alpconv.org/sl/publications/alpine/default.html (dne: 13. februar 2012).
- Steiger, R. (2010). *The impact of climate change on ski season length and snowmaking requirements in Tyrol*. *Climate Research* 43, 251–262.
- Stock, M. (2004). «L'habiter comme pratique des lieux géographiques». Dostopno na: espacestemp.net/document1138.html (dne: 18. december 2004).
- Streifeneder, T. (2010). *Die Agrarstrukturen in den Alpen und ihre Entwicklung unter Berücksichtigung ihrer Bestimmungsgründe. Eine alpenweite Untersuchung anhand von Gemeindedaten*. München: Herbert Utz Verlag.
- Suisse Office fédéral de l'environnement, des forêts et du paysage. (2004). *Un tourisme durable en forêt de montagne grâce à une gestion forestière durable*. Berne: SILVAVA.
- Tasser, E. (2008). *Available settlement area*. V *U. Tappeiner, A. Borsdorf, E. Tasser (Ur.), Alpenatlas/Atlas des Alpes/Atlante delle Alpi/Atlas Alp/Mapping the Alps. Society - Economy - Environment*. Heidelberg: Spektrum, 88–89.
- Teigland, J. (1999). *Mega-events and impacts on tourism: the predictions and realities of the Lillehammer Olympics. Impact Assessment and Project Appraisal* 17(4), 305–317.
- Tourism Sustainability Group. (2007). *Action for More Sustainable European Tourism. Report of the Tourism Sustainability Group*. Brussels: CEC.
- Traxel, U. (2010). *Tourism Resort Andermatt. Study about the economic impacts of the resort, update 2010*. Dostopno na: www.urkb.ch/services/tourismusresort-anderlatt/studie.html (dne: 13. december 2012).
- UAB – Universitat Autònoma de Barcelona. (2010). *Test to implement tourist indicators in EDEN destinations. Evaluation report*. Bellaterra: UAB (neobjavljeno poročilo).
- UNEP – United Nations Environment Programme (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*. Dostopno na: www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/ger/ger_final_dec_2011/Green%20EconomyReport_Final_Dec2011.pdf (dne 13. december 2012).
- UNEP – United Nations Environment Programme in WTO – World Trade Organization. (2005). *Making tourism more sustainable. A guide for policy makers*. Paris, Madrid: UNEP in WTO. Dostopno na: www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf (dne: 13. december 2012).
- UNWTO – United Nations World Tourism Organization. (2003). *Climate change and tourism. Proceedings of the 1st International Conference on Climate Change and Tourism*. Djerba, 9–11 April 2003. Dostopno na: sdt.unwto.org/sites/all/files/pdf/tunisia_finrep_en.pdf (dne: 13. december 2012).
- UNWTO – United Nations World Tourism Organization. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook*. Madrid: United Nations World Tourism Organisation.
- UNWTO – United Nations World Tourism Organization and United Nations Environment Programme – UNEP. (2008). *Climate Change and Tourism. Responding to Global Challenges*. Madrid: World Tourism Organization and the United Nations Environment Programme.

Urbanc, M., in Pipan, P. (ur.). (2011). ClimAlpTour - Climate Change and its Impact on Tourism in the Alpine Space. Ljubljana: Geografski inštitut Antona Melika ZRC SAZU & ClimAlpTour.

Urry J. (2002). The Tourist Gaze. London: Sage publications.

Valese, E., et al. (2010). The Alpine Forest Fire Warning System (ALP FFIRS) project. Dostopno na: www.alpfirs.eu/index.php?option=com_docman&Itemid=21&lang=it (dne: 13. februar 2012).

Viard, J. (2000). Court traité sur les vacances, les voyages et l'hospitalité des lieux, L'Aube, La Tour d'Aigues.

Viazzo, P. P., Merlo, G., in Zanotelli, F. (2010). Una nuova mappa della vita' già vecchia? Famiglia e assistenza in area alpina. V C. Lorenzini (Ur.), *L'animazione per gli anziani. Le ragioni di un servizio nella montagna friulana: riflessioni, confronti e prospettive socio-antropologiche*. Udine: Forum Edizioni, 31–52.

Weiermair, K., Pechlaner, H., Strobl, A., Elmi, M., in Schukert, M. (Ur.). (2011). Coping with Global Climate Change: Strategies, Policies and Measures for the Tourism Industry. Innsbruck: Innsbruck University Press.

Wegenstein, W. O. in Jost, C. (Landammann). (1952). Wirtschaftsgutachten für die Landschaft Davos, Detaillisten- und Rabattverein.

Wilts, H. (2005). Sportevents und Nachhaltigkeit. Projekt: Eventkultur und Nachhaltigkeit. Wuppertal: Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH. Dostopno na: www.eventkultur-lab.de/img/static/uUpload/sport-format.pdf (dne: 12. februar 2012).

Wipf, S., Rixen, C., Fischer, M., Schmid, B., Stoeckli, V. (2005). Effects of ski piste preparation on Alpine vegetation. *Journal of Applied Ecology* 42 (2), 306–316.

WWF – World Wide Found. (2006). Alpi e turismo: trovare il punto di equilibrio. Milano: WWF Italia. Dostopno na: www.wwf.it/UserFiles/File/WWF%20Turismo/Dossier/Alpi_e_turismo.pdf (dne: 13. februar 2012).

www.alpconv.org

**Stalni sekretariat
Alpske konvencije**

Herzog-Friedrich-Strasse 15
A-6020 Innsbruck
Tel. +43 (0) 512 588 589 12
Fax +43 (0) 512 588 589 20

Izpostava v Bolzanu/Boznu

Viale Druso-Drususallee 1
I-39100 Bolzano-Bozen
Tel. +39 0471 055 352
Fax +39 0471 055 359

info@alpconv.org

