



Bled/SI, 26.05.2018

## **12 korakov za bolj kakovostno življenje v alpskih turističnih območjih**

### **Izhodišče:**

Turizem je vedno vplival na življenje prebivalstva. Poleg pozitivnih učinkov, kot so ustvarjanje delovnih mest in porast blaginje ter ustvarjanje dodane vrednosti v regiji, turizem povzroča tudi cenovno spiralo na račun lokalnega prebivalstva. Prav tako povzroča prekomerne infrastrukturne obremenitve in neracionalno uporabo in pozidavo zemljišč. Vpliva na kulturno pokrajino in intenzivira pritiske na razpoložljive (naravne, kulturne, socialne) lokalne vire ter okolje.

Zlasti turistično intenzivna območja - tako imenovane vroče točke (hotspots) - se poleg okoljskih izzivov soočajo tudi z razvojem, ki ustvarja netipične t.i. urbane probleme: prosta delovna mesta, ki ne ustrezajo lokalnemu povpraševanju, visoke cene zemljišč in vsakodnevnih dobrin, zastoji, hrup itd. Pogosto se zato turistična območja srečujejo z visoko stopnjo nezadovoljstva prebivalstva s turističnimi in migracijskimi trendi, ki jih turizem generira.

Cilj dokumenta je podati priporočila, kaj lahko občine, turistične skupnosti, nevladne organizacije in različna politična telesa storijo za izboljšanje kakovosti življenja v turističnih območjih. Jasno je, da morajo biti vsi razlogi in ponudbe enako privlačni tako za goste kot za lokalno prebivalstvo. Predstavljenih 12 korakov je le delček mozaika na poti proti trajnostnemu turizmu.

### **Razumevanje varstva okolja in pokrajine kot osnova za razvoj turizma:**

1. Spodbujanje mehke mobilnosti, tako v smislu dostopnosti turističnih območij kakor tudi znotraj regije - npr. s spodbujanjem intermodalnosti, ukrepi za umirjanje prometa, kolesarskimi stezami, conami za pešce in sistemom javnega prevoza za goste in domačine.
2. Ohranitev naravne in kulturne dediščine ter okoljskih virov - npr. s pomočjo načrtov za usmerjanje obiskovalcev ter spremljajočimi ozaveščevalnimi ukrepi. Vključevanje in izobraževanje domačinov za varstvo in smotrno upravljanje naravnih virov.

### **Ohranjanje raznolikosti ponudnikov in krepitev regionalnih gospodarskih ciklov:**

3. Spodbujanje lokalnih in zelenih naložb npr. z usposabljanji v lokalnih podjetjih na področju prenove in gradnje, uvajanjem koncepta zelenih naročil.



4. Razvijanje kreativnih konceptov za povezovanje turizma in kmetijstva - npr. s trženjem regionalnih produktov in turističnih ponudb na kmetiji, regionalnimi valutami, občinskimi vrtovi, izmenjevalnicami in skupinskimi naročili.

#### **Aktivno oblikovanje delovnih mest in domačega kraja:**

5. Zagotavljanje in ustvarjanje privlačnih in cenovno dostopnih stanovanj za domačine, še zlasti za mlade družine - npr. s predpisi glede počitniških stanovanj, z aktivno stanovanjsko politiko, spodbujanjem stanovanjskih zadrug.
6. Ohranjanje in razvijanje avtentične podobe domačega kraja - npr. z ohranjanjem tradicionalnih objektov z novimi koncepti rabe, z razvijanjem urbanističnih zasnov, ki podpirajo ohranjanje in razvoj tradicionalnih (vaških, trških ...) grajenih struktur.
7. Razvijanje turističnega trga - npr. z boljšimi delovnimi pogoji in alternativnimi poslovnimi koncepti, spodbujanjem usposabljanja in vključevanjem mladih in migrantov v turistični sektor.

#### **Uravnoteženje potreb gostov in domačinov:**

8. Podpiranje socialnega življenja domačinov - npr. s prostori za srečevanje ali z organizacijo "lastnih" dogodkov in prireditev izven turistične sezone.
9. Zmanjšanje turistične obremenitve za domačine - npr. s pomočjo načrtov celoletnega turizma s ciljem izogibanja visokim sezonskim obremenitvam, jasnimi predpisi glede onesnaževanja s hrupom in njihovim doslednim izvajanjem v praksi, predvsem na območjih z razvito gastronomijo. Izvajanje ukrepov umirjanja prometa, upravljanje mirujočega prometa, preusmerjanje prometnih tokov, izboljšanje kakovosti javnega potniškega prometa.
10. Razvijanje mestnih jeder v sodelovanju z različnimi sektorji - s turizmom, kmetijstvom, obrtjo, mladino in drugimi skupinami prebivalstva - npr. preko krajevnih skupnosti, delavnic in strateškega načrtovanja.

#### **Močnejši nastop na trgu s sodelovanjem:**

11. Razvijanje regionalne znamke, ki upošteva kulturno identiteto in potenciale ter je sooblikovana in zastopana s strani lokalnega prebivalstva.
12. Oblikovanje in izvajanje turistične ponudbe v obliki grozdov npr. sodelovanje različnih sektorjev – prevozniki, ponudniki nastanitev, prehrane, doživetij, vodenja v regiji za boljši končni turistični produkt.