

A large green key graphic is positioned horizontally across the top half of the slide. The key is a simple, stylized design with a circular head on the left and a rectangular shaft on the right. The background is a solid blue color.

Zeleni ključ

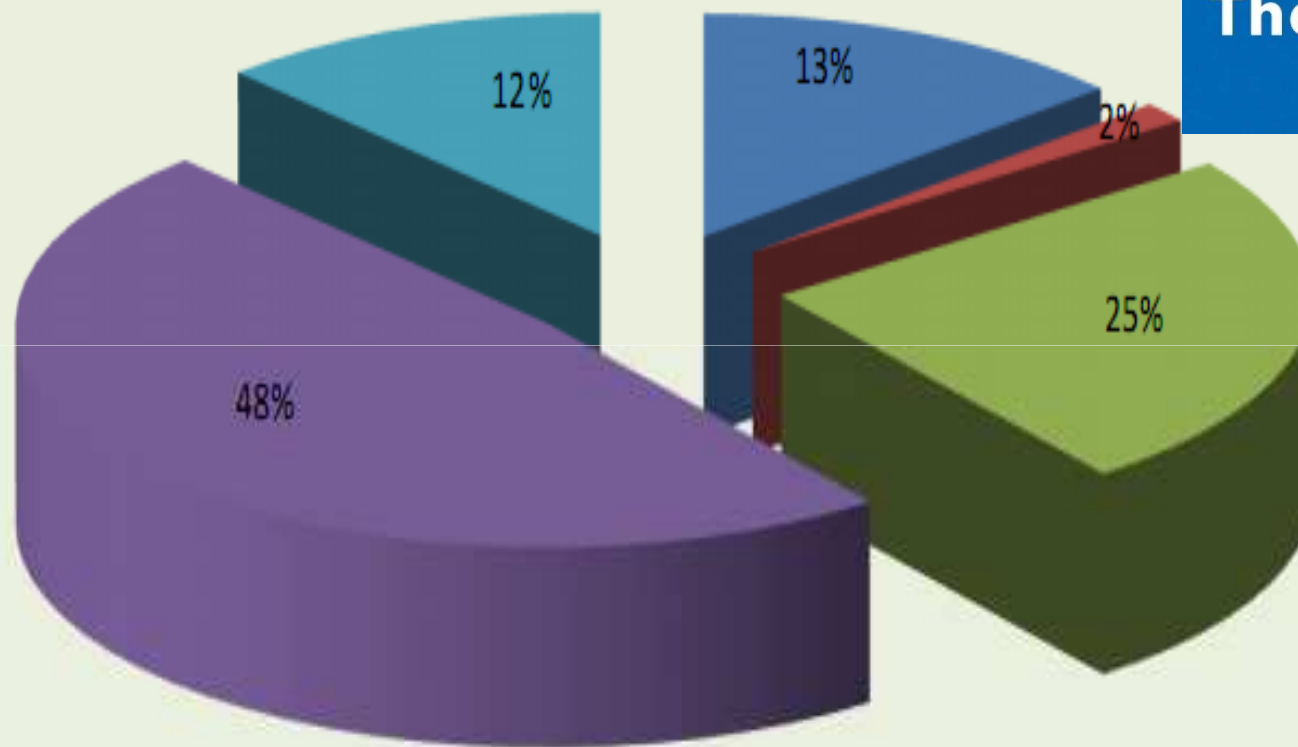
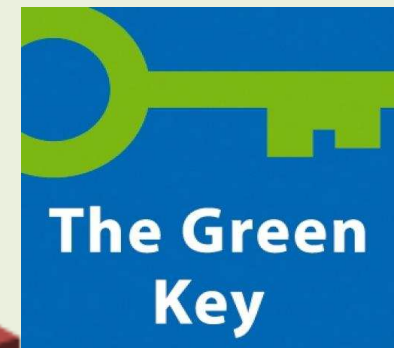
Split 14.12.2012

Draženka Birkić, univ.spec.oec.

The Green
Key

STRUKTURA SMJEŠTAJNIH KAPACITETA STRUCTURE TYPE OF ACCOMMODATION

U RH 2011.g.



Hoteli ukupno
Hotels total

Turistička naselja
Tourist resorts

Kampovi
Camping sites

Privatne sobe
Private rooms

Ostali objekti
Others

Tabela 1. Ukupan broj kreveta u RH po vrstama objekata za smještaj

	UKUPAN BROJ KREVETA (u 000)				STOPA PROMJENE 2008.-2011.	ISKORIŠTENOST KAPACITETA U DANIMA			
	2008.	2009.	2010.	2011.		2008.	2009.	2010.	2011.
Hotel i aparthoteli	118	121	123	128	102,50	128,99	118,33	122,32	126,13
Turistička naselja	48	32	32	30	88,18	76,63	88,53	87,19	90,57
Kampovi	214	229	232	231	100,75	62,38	60,24	60,92	65,75
Kućanstva - sobe, apartmani, kuće za odmor	442	435	428	452	101,85	41,14	43,22	44,53	45,88
Ostali objekti	85	92	95	94	108,86	61,60	56,96	56,74	59,18
UKUPNO OBJEKTI	907	909	910	935	101,34	61,38	60,49	62,00	64,55

IZVOR: Državni zavod za statistiku

Hoteli u RH u 2012.g.

<i>Kategorija</i>	<i>Broj hotela</i>	<i>Smještajne jedinice</i>	<i>Broj kreveta</i>	<i>% smještajnih jedinica</i>
<i>*****</i>	<i>27</i>	<i>4 841</i>	<i>9 261</i>	<i>8,6</i>
<i>****</i>	<i>188</i>	<i>19 769</i>	<i>36 768</i>	<i>35,4</i>
<i>***</i>	<i>323</i>	<i>23 098</i>	<i>45 606</i>	<i>41,4</i>
<i>**</i>	<i>94</i>	<i>8 055</i>	<i>15 969</i>	<i>14,4</i>
<i>∑</i>	<i>632</i>	<i>55 763</i>	<i>107 604</i>	<i>100</i>

Izvor: DZS, Ministarstvo turizma (2012.g.)

Utjecaj hotela na okoliš

- *Hoteli su najveći potrošači energije u turističkom sektoru*
- *1 hotel po m četvornom otpušta između 160 i 200 kg CO₂*
- *Potrošnja vode po jednom noćenju između 170 i 360 l*
- *1 kg otpada dnevno po gostu*
(Bogdanowicz:2005)

Tko su naši gosti o čemu promišljaju

- 20% Nijemaca podržava isticanje informacija o ponudi koja je u skladu s okolišem u katalozima aranžmana tuoroperatora ili općim informacijama o smještaju i destinaciji,
- 50% svih turista iz Velike Britanije pokušavaju saznati više o socijalnim i ekološkim prilikama destinacije prije nego se odluče na putovanje, 75% Nizozemaca koji putuju izvan Nizozemske na odmor koriste informacije o zaštiti okoliša kod donošenja odluke o odmoru,
- od 3 do 19% njemačkih odnosno 6% nizozemskih turista poznaje eko–oznake u turizmu, izuzimajući Plavu zastavu s kojom je upoznato njih 27%,
- 83% turista iz Sjedinjenih Američkih Država (SAD) podupire turističke kompanije, od turoperatora i agencija do prijevoznika, koji imaju zelene politike.

Izvor:

ECOTRANS - Network for Sustainable Tourism in Europe, The Tourism Market, <http://www.ecotrans.org/visit/brochure/en/070.htm>, (20. 11. 2011.)

Ekološka održivost u turizmu

- *TIES-a (engl. The International Ecotourism Society) Međunarodne neprofitne organizacije koja promovira ekoturizam:*
 - *u Europi je 20-30% turista svjesno potreba i vrijednosti odgovornog turizma,*
 - *65% njemačkih turista očekuje očuvan okoliš u destinaciji koju posjećuje.*
- *Eko orijentacija /održivi razvoj postaje sve važniji faktor pri odabiru destinacije kao i ugostiteljskog objekta za smještaj od strane turista.*

Što turisti traže ?

- *90% turista želi odsjesti u hotelu koji vodi brigu o okolišu*

(IHEI-International Hotels Environment Initiative and Accor)

- *67% turista iz EU želi provesti odmor u eko destinaciji*

(orbitz.com survey)

- *Bilježi se godišnji porast od 10-15% interesanata koji traže zelene hotele za održavanje poslovni sastanaka(Hotelonline.com)*

ECO TRANS

*KOJU EKO OZNAKU
IMPLEMENTIRATI ???!!*

Ecolabels



Eko marka

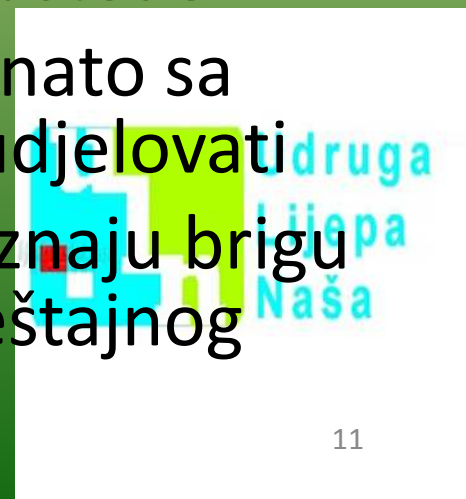
- ***onu koju potrošač prepoznaje kao vjerodostojnu***
- ***onu kojoj potrošač vjeruje***
- ***onu koja je na europskoj razini prepoznatljiva i koja zastupa održivi razvoj***
- ***U Europi nije dvojba da li eko marku nego koju eko marku***



Što je Zeleni ključ ?



- Dobrovoljan eko oznaka za turističke smještajne objekte
- Dokaz da smještajni objekt smanjuje svoje negativne učinke na okoliš kroz optimalizaciju potrošnje vode, energetske potrošnje, sortiranje otpada, ujedno se ostvaruju značajne uštede
- Potvrda da je osoblje educirano i upoznato sa zelenim poslovanjem i kako u njemu sudjelovati
- Pomoć u informiranju gostiju da prepoznaju brigu za okoliš i donesu odluku o izboru smještajnog objekta



Povijesni razvoj Eko marke Zeleni ključ

- 1994 – stvaranje eco – marke u Danskoj
- 1998- Prilagodba Zelenog ključa u Francuskoj
- 2002- Zeleni ključ postaje dio obitelji FEE- s programa
- 2010 – Zeleni ključ se primjenjuje u hotelskim lancima
- 21 zemlja uključuje se u program Zelenog ključa
- 2012.g. 36 zemalja i 2000 dodijeljenih certifikata

Eko marka Zeleni ključ- u primjeni

- *Francuska 675*
- *Nizozemska 530*
- *Danska 179*
- *Belgija 101*
- *Švedska 83*
- *Maroko 69*
- *Njemačka 27*
- *Estonija 23*
- *Portugal 21*
- *Ukrajina 16*
- *Rusija 15*
- *Cipar 11*
- *Jordan 7*
- *Latvija, Litvija, Saud.Arabija, Švicarska 6*
- *Poljska 5*
- *Tunis, Češka, Austria 3*
- *Oman , Izrael 2*
- *Hrvatska , Bahrain, Rumunjska, Bugarska 1*

Program Zeleni ključ

Ciljevi

- Educirati vlasnika, osoblje, klijente te druge sudionike (dobavljače i dr.) o zaštiti okoliša i održivom razvoju
- Smanjiti negativan utjecaj objekta na okoliš
- Ostvariti ekonomsku dobit kao rezultat primjene kriterija Zelenog ključa
- Razviti marketinšku strategiju s ciljem promicanja objekta (smještajnog kapaciteta) i ekološke markice

Područja djelovanja Zelenog ključa

- Voda
- Otpad
- Energija
- Uključenost posjetitelja
- Upravljanje okolišem
- Uključenost osoblja
- Uporaba kemikalija
- Otvoreni prostori
- Hrana i piće.

Hotelski lanci koji primjenjuju Zeleni ključ

- **The Carlson Rezidor Hotel Group**
 - 1 319 hotela
 - Radisson Blu, Radisson, Park Plaza, Park Inn by Radisson, Country Inns & Suites By Carlson and Hotel Missoni.
- **Starwood Hotels & Resorts Worldwide**
- 1100 nekretnina
 - Westin, Le Méridien, Sheraton, Four Points by Sheraton .



Partneri za održivi razvoj



„U budućnosti naša glavna briga više neće biti možemo li putovati u svako mjesto na zemlji. Naša glavna briga biti će da li je to vrijedno dolaska tamo.“

¹⁷
(Herman Löns, 1908.)



Hvala na pažnji