



# MODEL



## 1 UVOD

Ovaj dokument nudi zajedničke smjernice za izradu lokalnog akcijskog plana za razvoj **Consume-less modela**, s ciljem promicanja održivog turizma u mediteranskim destinacijama.

Model se temelji na kvalifikaciji turističkih destinacija kao Consume-less lokacija i na poboljšavanju ove posebnosti kroz inovativnu komunikacijsku i teritorijalnu marketinšku kampanju. Kampanja se provodi izravnim uključivanjem svih zainteresiranih aktera (lokalnih vlasti, turističkih subjekata i pružatelja turističkih usluga).

Implementacija modela temelji se na 3 glavna principa:

1. **Integrirani pristup** uključuje više vrsta akcija ušteda vode i energije te mjere za smanjenje otpada i gospodarenje otpadom;
2. **Ponuda consume-less usluga** kroz aktivno uključivanje pružatelja usluga u reorganizaciju njihovih usluga kako bi turistima nudili mogućnost odabira usluga koje će im dati suglasnost za smanjenje potrošnje vode i energije i stvaranja otpada te da se bolje upoznaju i cijene lokalne proizvode tijekom svog boravka;
3. **Kampanja podizanja svijesti i promjene ponašanja** temelji se na korištenju višestrukih pristupa te promjeni ponašanja i inovativnih rješenja, uključujući mješavinu pri povijedanja (storytelling) i SoLoMo marketinga (rješenja za društvene, lokalne i mobilne uređaje).

Strategiju provedbe posebno karakterizira uvođenje koncepta teritorijalne ConsumelessMed oznake. Oznaka se definira uzimajući u obzir već postojeća iskustva (na lokalnoj i na razini EU), prije svega kao ekološka oznaka EU, ali pronalazeći jednostavniji pristup koji bi omogućio uključivanje manjih i manje organiziranih aktivnosti u provedbu projekta. ConsumelessMed oznaka također se koristi za definiranje i provedbu teritorijalne marketinške strategije za promicanje održivog turizma na području Mediterana.

## 2 KONCEPT CONSUME-LESS MODELAA

Consume-less model definira se kao skup integriranih aktivnosti koje je potrebno implementirati u mediteranske turističke destinacije za promicanje održivosti turizma.

Consume-less pristup zahtjeva jasnu predanost provedbi zajedničkog projekta koji može uključiti javni sektor i privatne dionike. Dakle, prvi korak je osnivanje Consume-less odbora, operativnog tijela koje je zaduženo za upravljanje projektom.

Consume-less odbor čine članovi javne uprave i lokalni ključni akteri koji predstavljaju turistički i ekološki sektor (udruge hotela, restorana i kafića, udruge za zaštitu okoliša, kulturne i susjedske udruge, komunalna poduzeća zadužena za gospodarenje otpadom, tvrtke koje upravljaju vodoopskrbom i energijom itd.), te koji potpisuju obvezu zajedničkog rada i provedbu aktivnosti modela.

Aktivnosti modela uključuju:

**1. ConsumelessMed oznaku:** implementacija ConsumelessMed oznake od strane pružatelja turističkih usluga. Oznaka je dodijeljena privatnim ili javnim operaterima (pružateljima turističkih usluga) koji primjenjuju specifične akcije upravljanja energijom, vodom i otpadom u svoje aktivnosti, nudeći turistima odabir usluga koje omogućavaju smanjenje potrošnje vode i energije te stvaranja otpada te da se bolje upoznaju i više cijene lokalne proizvode tijekom svog boravka.

**2. Consume-less demonstrativne mjere:** implementacija demonstrativnih mjer na razini grada/općine, s ciljem smanjenja konzumacije vode i energije te proizvodnje otpada instalacijom uočljive betonske opreme na popularnim javnim ili privatnim površinama/zgradama koje su dobro vidljive za turiste. Cilj takvih demonstrativnih mjer je prenijeti turistima predanost gradova/općina u uštedi vode i energije te smanjenju otpada. Takve demonstrativne mjeru mogu se posebno osmislit i realizirati "ex novo" zajedno s lokalnim dionicima u slučaju dostupnih javnih sredstava i/ili privatnih sponzorstva. Kada nedostaju namjenski resursi, postojeće inicijative ili instalacije koje imaju potencijalnu vidljivost za turiste mogu se kapitalizirati boljom komunikacijom i promicanjem kao dio modela.

**3. Consume-less kampanja podizanja svijesti:** provedba kampanja podizanja svijesti usmjerenih na turiste, koja će uključivati i privatne ustanove kojima se dodijeljuje oznaka i javni sektor, a uključivat će i poboljšanje demonstrativnih mjer (točka 2). Cilj je turistima prenijeti kako se ponašati na održiviji način, vodeći računa o područjima koja posjećuju, a istodobno promičući lokalnu povijesnu baštinu, prirodne resurse i proizvode. Kampanja se temelji na višestrukim pristupima promjena ponašanja, uključujući 'nudges, smacks, hugs and shoves' approach, ekološki marketing ConsumelessMed oznake, kao i dodatne alate poput povratnih informacija, žalbi na norme, obveza i upita.

**4. Praćenje Consume-less-a:** postavljanje zajedničkog pristupa praćenja na područjima koja primjenjuju model radi prikupljanja informacija (kvantitativnih podataka i kvalitativnih povratnih informacija) o razvoju oznake i demonstrativnim mjerama. Svjesnost o postignutim rezultatima i njihovo pravilno komuniciranje temeljni je korak za daljnje poboljšanje i promicanje Consume-

less pristupa. Štoviše, ovakve informacije odozdo prema gore predstavljaju polazište za razvoj šireg sustava praćenja poput Europskog sustava pokazatelja turizma (ETIS), kojem je cilj bolji opis i praćenje utjecaja turizma i održivosti tog područja.

**5. Consume-less marketinška strategija:** implementacija ad-hoc teritorijalne marketinške strategije s ciljem jačanja ConsumelessMed oznake i modela implementiranog u mediteranskim turističkim lokacijama. Strategija se fokusira na promicanje svijesti Consume-less brenda (tj. cilj, identitet, logotip i glavna poruka), uzimajući također u obzir specifičnosti svakog područja (tj. ciljana niša, podrijetlo turista, atraktivne lokacije itd.) te glavni medij i fizičke alate (tj. zastave, razglednice, naljepnice, video itd.).

Aktivnosti modela su detaljno opisane u nastavku.

## 2.1. ConsumelessMed oznaka

ConsumelessMed oznaka treba biti zajednički promicana od strane javne uprave i lokalnih ključnih aktera koji su uključeni u Consume-less odbor.

Glavni zadaci odbora s ciljem promicanja odbora su:

- omogućiti tehničku podršku
- dodijeliti oznaku
- promicati oznaku i dodijeljene objekte na teritorijalnoj razini
- praćenje prijave kriterija oznake i postignutih rezultata

Kao što je prethodno naglašeno, oznaka se dodjeljuje privatnim i javnim operaterima (pružateljima turističkih usluga) koji u svojim aktivnostima primjenjuju posebne akcije održivog upravljanja energijom, vodom i otpadom. ConsumelessMed oznaka se može dodjeliti sljedećim kategorijama:

- Hoteli i privatni smještaj
- Kampovi
- Kafići i restorani
- Trgovine hranom i rukotvorinama
- Odmarališta na plaži (beach resorts)

Objekti koji žele primijeniti ConsumelessMed oznaku trebaju potpisati **ConsumelessMed adhezijski obrazac** koji uključuje sljedeće obaveze:

- implementacija obaveznih i dobrovoljnih akcija s ciljem smanjenja otpada te konzumacije vode i energije. Objekti trebaju ispuniti obavezne akcije te predstaviti minimalne zahtjeve koji jamče poboljšanje u sprječavanju i smanjenju potrošnje otpada, vode i energije.

Dobrovoljne akcije predstavljaju veći izazov i potiču poslovanje na konstantne dodatne napore za smanjenje ekoloških troškova i smanjenje utjecaja na okoliš unutar i oko tvrtke.

- uprava mora osigurati da su zaposlenici svjesni ekoloških aktivnosti poduzeća i da se ponašaju na održiviji način;
- provedba komunikacijskih aktivnosti: ConsumelessMed oznaka mora biti istaknuta na uočljivom mjestu, informativni materijali o ekološkoj obvezi i ConsumelessMed inicijativama moraju biti vidljivi i dostupni za goste te objavljeni na webu.

Sadržaj i koraci provedbe ConsumelessMed oznake detaljno su opisani u dokumentu "Smjernice ConsumelessMed oznake".

## 2.2. Consume-less demonstrativne mjere

Kao što je prethodno naglašeno, demonstrativne mjere su zamišljene kao instalacije smještene na vidljivim mjestima, a kojima je cilj smanjenje otpada, ušteda vode i energije ili proizvodnja energije iz održivih izvora energije.

Te mjere čine bitnu ulogu u komuniciranju s turistima o aktivnostima gradova/općina u smanjenju korištenja ekoloških resursa, te tako postaju ključan element kampanje podizanja svijesti na lokalnoj razini. Stoga bi trebale biti vidljive za turiste koji posjećuju turistička odredišta, a trebalo bi ih se posebno promicati kroz komunikacijske materijale i događaje kampanja podizanja svijesti.

Consume-less turistička destinacija može odabrati realizirati jednu ili više demonstrativnih mjer koje se fokusiraju na jedan ili sve ekološke probleme (energija, voda, otpad). Te demonstrativne mjeru mogu se posebno osmislti i realizirati "ex novo" zajedno s lokalnim dionicima u slučaju dostupnih javnih sredstava i/ili privatnih sponzorstva. U slučaju nedostatka namjenskih resursa, postojeće inicijative ili instalacije koje imaju potencijalnu vidljivost za turiste mogu se kapitalizirati tako da se bolje promiču i komuniciraju kao dio modela. Kao početna točka, turistička destinacija može usmjeriti raspoložive resurse na jedno pitanje (energija, voda, otpad), ali koncept Consume-less modela predviđa postupnu realizaciju više demonstrativnih mjer koje pokrivaju sve tri teme.

## 2.3 Consume-less kampanja podizanja svijesti

### 2.3.1. Ciljevi kampanje

Consume-less kampanja podizanja svijesti ima dva glavna cilja:

- s jedne strane, **mobilizirati i uključiti turističke operatere i pružatelje turističkih usluga** (hotele, restorane, barove, turističke trgovine) na lokalnoj razini u poboljšavanje ekološke održivosti usluga koje se nude turistima kroz implementaciju specifičnih dobrih praksi s ciljem smanjenja otpada i uštede energije i vode te tako očuvati atraktivnost i kompetitivnost turističke destinacije;
- s druge strane, zahvaljujući izravnom uključivanju turističkih operatera i pružatelja turističkih usluga, **podizati svijest turista i mještana** o važnosti usvajanja održivog Consume-less ponašanja kako bi se sačuvao ekosustav i atraktivnost turističke destinacije.

### 2.2.1. ConsumelessMed logo



### 2.3.3. Ključna poruka kampanje

Ključna poruka kampanje podizanja svijesti je smanjenje utjecaja na okoliš koji nastaju turističkim tokovima, održivo korištenje prirodnih resursa u turističkim destinacijama, zaštita lokalnog ekosustava i prirodnog te kulturnog naljedstva koje treba naglasiti u svim komunikacijskim materijalima i događajima kroz ključnu poruku:

**“Dodite posjetiti naše mjesto i osjećajte se kao jedan od nas!”**

***Come to visit our place and feel one of us!***

**“Postanite consume-less putnik” (za turiste)**

***Become a consume-less traveller***

**“Postanite ConsumelessMed partner” (za gospodarske subjekte)**

***Become a ConsumelessMed companion***

#### **2.3.4. Ciljana skupina**

Glavna ciljna skupina kampanje podizanja svijesti su **turisti**, koji kroz komunikacijske alate i inicijative moraju postati svijesni napora turističke destinacije u promociji održivog turizma i trebaju postupno poticati usvajanje održivog ponašanja ili odabrati turističku destinaciju zbog Consume-less označenja.

Relevantna ciljana publika su također **pružatelji turističkih usluga**, koji imaju krucijalnu ulogu u uspješnosti provedbe turističkog modela i zato ih se treba stimulirati u poduzimanju akcije za poboljšanje ekološke održivosti usluga koje se nude turistima pridruživanjem ConsumelessMed označenja.

Na kraju se **mještani** trebaju uzeti u obzir kao ciljana publika, jer također mogu pridonijeti jamčenju održivog razvoja turističke destinacije usvajanjem ekološki prihvativog ponašanja.

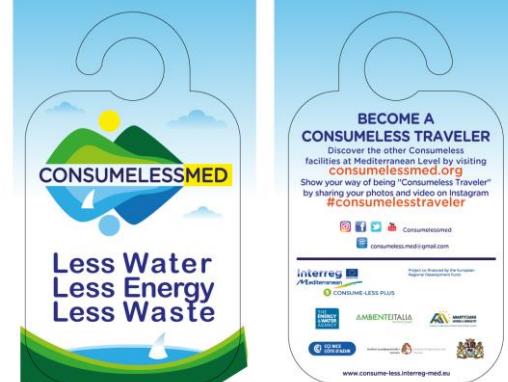
#### **2.3.5. Komunikacijska strategija u Consume-less turističkim destinacijama**

Komunikacijska strategija temelji se na tri glavne komponente:

- **Komunikacijske inicijative i alati za “široko rasprostranjene informacije” na razini grada/općine**, s ciljem promicanja Consume-less brenda, te tako povećavanje predanosti turističke destinacije u implementaciji održivog turističkog modela. Generalno svaka lokalna zajednica može odlučiti i primijeniti najbolju teritorijalnu komunikacijsku strategiju za jačanje znanja i širenje označenja putem ključnih poruka koje

će se lansirati po posjećenijim mjestima. Neki primjeri događaja i alata dostupni su u nastavku:

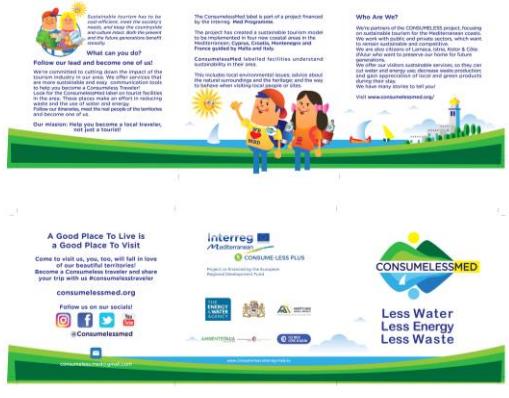
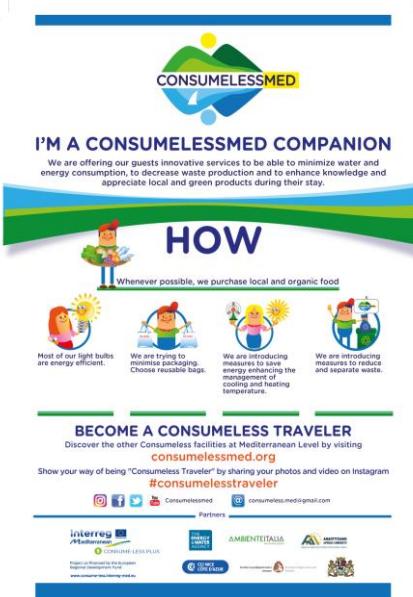
Vrsta materijala	Kratki opis	Slika poveznice / izvora
<b>Komunikacijske inicijative i alati za "raširene informacije" na gradskoj/općinskoj razini</b>		
Atipični događaji	<p>Festivali, popularna slavlja koja sponzoriraju tipičnu lokalnu hranu, tradiciju i promociju objekata koji primjenjuju ConsumelessMed oznaku.</p> <p>Stvoriti zanimljive događaje koji uključuju turiste i mještane gdje će biti prikazane demonstrativne mjere i oznaka. Unutar tih događaja predviđen je video kutak za prikaz video zapisa projekta i s mogućnošću izrade vlastitog stila storytellinga, tj. "pričanja priča", kao i info točke koje pružaju potrebne informacije o uređajima koji se koriste za uštedu vode, energije i otpada.</p>	
Informativni materijali demonstrativnih instalacija	<p>Organizacija info točke, eventualno i s mogućnošću prikazivanja video zapisa projekta do mjesta na kojem su instalirane demonstrativne mjere.</p>	

Zastave na uličnoj rasvjeti	Izrađena od izdržljivih materijala, bit će postavljena tijekom turističke sezone na glavnim ulicama u središtu grada ili uz obalne ulice.	
Viseći letci (za javni prijevoz)	Napravljeni od recikliranog papira, smješteni u javnom prijevozu ili turističkim busevima kada je moguće	
Informativni totemi	Napravljeni od trajnih materijala, promiču predanost turističke destinacije održivom turizmu, kao i podržavajući glavne održive mjere za vodu, energiju i otpad ili glavne ekološke resurse.	
Ulični baneri	Napravljeni od trajnih materijala, postavljeni u najprometnijim ulicama gradova ili uz obalne ulice tijekom turističke sezone	

Posteri	Postaviti velike postere (6x3m) na dobro vidljivim mjestima za turiste (željezničke postaje, aerodromi, ulaz na turističke atrakcije itd.)	
---------	--	--

- **Komunikacijske inicijative i alati koje realiziraju web stranice pružatelja turističkih usluga** (hoteli, B&B, kampovi, odmarališta na plaži (beach resorts), trgovine hranom i rukotvorinama itd.) sastoje se od distribucije komunikacijskih materijala i poruka o projektu od strane lokalnih objekata primjenom ConsumelessMed označe svojim klijentima. Svaki lokalni objekt dobiva posebne komunikacijske setove, na primjer sljedeće:

Vrsta materijala	Kratki opis	Slika poveznice / izvora
<b>Komunikacijske inicijative i alati koje se realiziraju na web stranicama pružatelja turističkih usluga (hoteli, B&amp;B, kampovi, ljetovališta na plaži, trgovine lokalnom hranom i rukotvorinama itd.)</b>		
Prozorski film	Naljepnice za prozore 8x8cm, CMYK  (za sve vrste pružatelja turističkih usluga – <b>treba biti obavezno</b> )	
Plaketa koja prikazuje oznaku	Napravljena od održivog materijala (reciklirana plastika, FSC ili reciklirano drvo itd.)  (za sve vrste pružatelja turističkih usluga)	 <small>Interreg Mediterranean CONSUME-LESS PLUS</small>

<p>Brošura s informacijma o oznaci i turističkoj destinaciji, uključujući kartu s prikazom korisnika oznake</p>	<p>A5 – CMYK – reciklirani papir / 10 stranica, od kojih su dvije personalizirane u svakom pilot području + mapa koja prikazuje korisničke ekološke oznake, specifične za svako pilot područje   <b>(za sve vrste pružatelja turističkih usluga – treba biti obavezno)</b></p>	
<p>Poster koji opisuje glavne obaveze na lokalnom jeziku + engleski</p>	<p>Realiziran u papiru od trajnog materijala (tekstil, forex, pjenasta ploča), okvirnog formata: 35x50cm   <b>(za sve vrste pružatelja turističkih usluga – mora biti obavezno)</b></p>	

<p>Poster koji opisuje glavne ekološke probleme (energija/voda, otpad) i mnoge druge probleme</p>	<p>Napravljen od papira trajnog materijala (tekstil, forex, pjenasta ploča), okvirni format: 35x50cm <i>(za sve vrste pružatelja turističkih usluga)</i></p>	
<p>Jelovnik/doručak/kartice za sobu ili podlošci</p>	<p>Ispis u različitim formatima i na različitim materijalima, prema stilovima objekata / različitim formatima (A5, A6, itd.) <i>(za sve vrste pružatelja turističkih usluga osim trgovina hranom i rukotvorinama)</i></p>	
<p>Zdjela za šećer i drugi izdržljivi predmeti (karafe, posude za sapun itd.) koji prikazuju oznaku</p>	<p>Napravljene od recikliranog stakla ili drugih recikliranih materijala <i>(za sve vrste pružatelja turističkih usluga – odabrat u određenoj turističkoj destinaciji)</i></p>	
<p>Oznake na policama</p>	<p>Za korištenje na policama u trgovinama na koje se stavljaju održivi proizvodi <i>(samo za trgovine hranom i rukotvorinama)</i></p>	

- Strategija i alati mrežne komunikacije.** Kako bi se promovirao model održivog turizma u mediteranskim zajednicama, projekt razvija komunikacijsku strategiju društvenih medija koja stavlja turista/putnika u središte procesa. Na taj način postaje ambasador temeljnih vrijednosti ConsumelessMed brenda. Promoviranjem teritorija (video - pripovijedanje priča) i savjetovanjem turista/putnika o korištenju usluga/turističkih proizvoda s ConsumelessMed oznakom (pristup SoLoMo na karti), partneri potiču druge pružatelje turističkih usluga na zauzimanje odgovornog stava. Općenito, turisti i lokalno stanovništvo uključeni su u prikupljanje video i audio poruka, slika ili drugih poruka s oznakom Hash-tag #consumelesstraveler, a po potrebi i #consumeless\_ "ime grada" (npr. Consumeless\_ragusa) svjedočeći da im se svidjela obveza turističkog odredišta za održivi turizam. Prikupljene poruke zatim se koriste za promicanje turističke destinacije kroz marketinšku strategiju. Turistima se daju određeni gadgeti koji ostavljaju poruku o ConsumelessMed oznaci, primjerice, boce za vodu, vrećice za višekratnu uporabu, pepeljare za plažu od reciklirane plastike, ventilatori u recikliranim materijalima itd. Nadalje, po cijelom se teritoriju prikupljaju neke poruke "pripovijedanja" (storytelling) kako bi se pokazao njihov stav prema održivom razvoju, a kratki videozapisi mogli bi se postaviti na kartu za svakog pružatelja turističkih usluga koji primjenjuje oznaku. Svi ti video zapisi, poruke, pripovijedanje, postovi itd. neprestano će animirati on-line platformu "consumelessMed.org" Prvi audio-vizualni alati za pripovijedanje priča trebali bi biti proizvedeni na profesionalnoj razini za promicanje teritorija s njegovim posebnostima, a time i glavnih stupova etikete ConsumelessMed. Poseban dokument koji opisuje strategiju internetske komunikacije i povezane marketinške mogućnosti dostupan je na web stranici projekta.
- Neki specifični događaji mogu biti organizirani** kako bi animirali i uključili teritorij za izradu komunikacijske i marketinške strategije, poput "radnji" koje uključuju digitalne nomade, a neki se gadgeti mogu isporučiti za uključivanje turista u animiranje strategije društvene komunikacije, kao sljedeći primjeri:

Vrsta materijala	Kratki opis	Slika poveznice / izvora
Komunikacijske inicijative realizirane su izravnim uključivanjem turista i lokalnog stanovništva.		
Video, audio, pisane poruke prikupljene od turista (pripovijedanje priča (storytelling) / So-Lo-Mo pristup)	Poruke se prikupljaju od turista. Koriste se različiti pristupi: organizacija rada, angažman stvaratelja videa, postavljanje određenih zona za ostavljanje poruka na stranicama objekata koji primjenjuju oznaku	

	<p>Vrećice za višekratnu uporabu, napravljene od recikliranog ili održivog materijala</p>	
<p>Gadgeti za turiste koji ostavljaju poruke za storytelling, tj. "prirovijedanje priča"  <i>(odabrati barem jednu koja će se prenijeti turistima)</i></p>	<p>Majice</p>	
	<p>Bočice s logom napravljene od aluminija</p>	
	<p>Rokovnik i kemijska koje prikazuju logo za putnike s koricama od recikliranog kartona i stranicama od recikliranog papira</p>	

	Ventilator napravljen s logotipom od recikliranog materijala	
	Pepeljare za plažu napravljene od recikliranog materijala	

## 2.4. Praćenje consume-less aktivnosti

Učinkovito praćenje rezultata postignutih provedbom Consume-less turističkog modela ključni je element u provedbi istog jer omogućuje procjenu učinkovitosti provedenih akcija u smanjenju pritisaka na okoliš u turističkoj destinaciji i promicanje održivog turizma kroz korisne podatke i informacije za razvoj Consume-less marketinške strategije. Treba naglasiti kako je svjesnost o postignutim rezultatima i njihovo pravilno komuniciranje temeljni korak za daljnje poboljšanje i promicanje ConsumelessMed označke.

Pristup praćenja odražava se na koncept modela, pa je stoga artikuliran u dvije različite komponente:

- **Praćenje provedbe označke**, prema pristupu praćenja definiranom u ConsumelessMed smjernicama ("3.1.1. Smjernice ConsumelessMed označke").
- **Praćenje demonstrativnih mjer**, prema specifičnom praćenju procedura povezanih s različitim vrstama provedenih mjer.

Ove informacije odozgo prema gore također predstavljaju polazište za razvoj šireg sustava praćenja čiji je cilj bolji opis i mjerjenje utjecaja na turizam i performans održivosti područja, poput Europskog sustava pokazatelja turizma (ETIS). ETIS je dobrovoljni alat (uzimajući u obzir 43 temeljna pokazatelja) koji se temelji na samoprocjeni, opažanjima, prikupljanju podataka i analizama koje je Europska komisija pokrenula 2013. godine s ciljem pružanja podrške destinacijama praćenjem i mjerjenjem njihove održive turističke performanse, koristeći pristup usporedbe.

#### 2.4.1. Praćenje provedbe **ConsumelessMed** oznake

Praćenje provedbe **ConsumelessMed** oznake je obavezni zadatak za objekte koji primjenjuju oznaku. Pristup praćenja temelji se na provođenju samoprovjera od strane uključenih objekata i na povremenim provjerama objekata na licu mjesta koje provodi odbor **Consume-less** oznake (tj. skup lokalnih organizacija odgovornih za implementaciju oznake).

Objekti koji primjenjuju oznaku moraju napraviti samoreviziju kojom se identificiraju postojeće upravljačke aktivnosti s ciljem smanjenja proizvodnje otpada, povećanja odvajanja istog, smanjenja potrošnje vode i energije, na temelju kontrolnog popisa (po jedan za svaku vrstu "ciljne skupine"). Na kraju svake godine, kontrolni popis za praćenje koji se koristi za preliminarnu analizu mora se ponovno ispuniti opisujući mjere donesene kako bi se zadovoljili obavezni i dobrovoljni kriteriji. Sastavljeni kontrolni popis mora se poslati **Consume-less** odboru koji će ga provjeriti revizijom izvan lica mjesta. Odbor bi trebao godišnje organizirati dodatne revizije na licu mjesta na minimalnom uzorku objekata (20-25%). Za prvu godinu podnošenja zahtjeva objekti moraju podnijeti izvješće i pokazati da su ispunjeni barem svi obavezni kriteriji. U iznimnim okolnostima bilo bi moguće da onaj koji prvi put podnosi zahtjev zatraži izdavanje odobrenja ako nije zadovoljen jedan ili više obveznih kriterija. U ovom iznimnom slučaju, uprava mora

dostaviti dokumentaciju u kojoj su jasno objašnjeni razlozi neispunjena kriterija, kao i plan djelovanja za dostizanje potrebne razine u roku od 6-12 mjeseci.

Kako bi se uključilo objekte, **Consume-less** odbor može odlučiti zatražiti ih da razviju (svake 1-2 godine) novu volontersku akciju ili postaviti novi cilj u poboljšanju kvantitativnih rezultata povezanih s obaveznim kriterijima (primjerice povećati energetsku učinkovitost žarulja s 50% na 70%, dodati novu kategoriju odvojeno prikupljenog otpada ili smanjiti broj proizvoda za jednokratnu upotrebu koji se poslužuju u restoranu).

Detaljni opis praćenja metoda i alata omogućuje **ConsumelessMed** smjernice oznake (isporučivo "3.1.1. Smjernice **ConsumelessMed** oznake").

#### 2.4.2. Praćenje demonstrativnih mjera

Praćenje demonstrativnih mjera ima za cilj procijeniti i prenijeti turistima i građanima doprinos svake pojedine mjere smanjenju stvaranja otpada ili uštedi energije i vode. Prema tome, za svaku specifičnu mjeru moraju se definirati posebni postupci praćenja koji specificiraju vrstu podataka koje je potrebno prikupiti i metode izračuna koje se moraju primjeniti kako bi se ti podaci izrazili u smislu uštede otpada, vode i energije, ili općenito u smislu ekoloških koristi (na primjer, u smislu uštede CO<sub>2</sub>).

Kako bi se dao primjer, u sljedećem popisu činjenica opisan je postupak praćenja koji se može primjeniti u slučaju demonstrativne mjere „Javna slavina visokokvalitetne vode iz vodovoda“.

## Primjer praćenja procedure – javna slavina s vodom visoke kvalitete iz vodovoda

### Praćenje i prikupljanje podataka

Za potrebe praćenja, osoba zadužena za održavanje javnih fontana za pitku vodu dužna je gradu/općini dostaviti podatke o litrama vode koju isporučuje svaka javna slavina. Ti se podaci moraju dostavljati svakih 6 mjeseci.

### Metode izračunavanja postignutih rezultata u smislu uštede otpada

Litre vode koju isporučuju javne slavine smanjit će proizvodnju otpada. Pretpostavlja se zapravo da količina vode koja se crpi iz spremnika za višekratnu uporabu povlači za sobom neotkupljivanje flaširane vode u jednokratnim spremnicima.

Stoga, kvantitativni podaci o litrama isporučene vode, koje je prikupila općina, omogućuju procjenu količine plastičnog i staklenog otpada koji nije proizведен primjenom metode procjene prikazane u donjoj tablici.

Procjena uštede otpada		
	Formula	Mjerna jedinica
Isporučene litre (A)	Potrebni su ulazni podaci	l
Litre isporučene u plastičnim bocama (80%) (B)	A*80%	l
Litre isporučene u staklenim bocama (20%) (C)	A*20%	l
Broj sačuvanih plastičnih boca (da 1,5l) (D)	B/1,5	n
Broj sačuvanih staklenih boca (da 1l) (E)	C/1	n
Jedinstvena težina po plastičnoj boci (F)	38	g
Jedinstvena težina po staklenoj boci (G)	450	g
<b>Ukupna ušteđena masa plastičnog otpada</b>	<b>(D*F/1,000)/1,000</b>	<b>tona</b>
<b>Ukupna ušteđena masa staklenog otpada</b>	<b>(E*G/1,000)/1,000</b>	<b>tona</b>

## 2.5 Consume-less marketinška strategija

Consume-less marketinška strategija ključan je element turističkog modela, s ciljem jačanja učinkovitosti consume-less pristupa za promicanje održivog turizma na regionalnoj, državnoj i međunarodnoj razini s jedne strane (cilj kapitalizacije), a s druge strane na promicanju ConsumelessMed brenda i povećanju atraktivnosti consume-less turističkih destinacija, čime se potiče njihov gospodarski održivi razvoj (teritorijalni marketinški cilj).

Dva su cilja strogo povezana jedan s drugim, kao kapitalizacija Consume-less pristupa. Primjerice, pretpostavka regionalnih i nacionalnih vlada o manjoj potrošnji kao referentnom pristupu za provedbu održivijeg turizma temeljni je korak za stjecanje potrebne potpore za učinkovit teritorijalni marketing Consume-less turističkih destinacija.

Consume-less marketinška strategija, prije svega, mora identificirati glavne kanale na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini za kapitalizaciju i uvođenje preporuka politika za promicanje Consume-less turističkog modela, čime se osigurava njegova buduća prenosivost i trajnost.

U isto vrijeme, marketinška strategija trebala bi definirati promidžbene materijale koji će se realizirati u svakoj Consume-less turističkoj destinaciji, a koji se moraju promicati putem marketinških kanala, alata i medija koji su identificirani i postavljeni na regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini. Promotivni materijali trebali bi se temeljiti na onima razvijenim u okviru lokalne komunikacijske kampanje, s posebnim osvrtom na pripovijedanje (storytelling) i So-Lo-Mo pristup.

Temeljni alat marketinške strategije je **on-line platforma ConsumelessMed turističkog modela ([www.consumelessmed.org](http://www.consumelessmed.org))**, koja promovira Consume-less turističke destinacije i prikazuje sve promotivne materijale proizvedene na lokalnoj razini (materijali za pripovijedanje, tj. storytelling). Platforma istodobno ima za cilj osposobiti druge zainteresirane regije i lokalne vlasti za implementaciju modela: putem platforme moguće je korak po korak pratiti metodu provedbe, stjecanjem praktičnih informacija i kontakata vezanih za studije slučaja i s mogućnošću preuzimanja svih alata osmišljenih, testiranih i dorađenih unutar projekta.

Consume-less partneri također su izradili **dokument o politici** koji može biti koristan na regionalnoj i nacionalnoj razini za pružanje preporuka i smjernica za uključivanje provedbe Consume-less modela u postojeće politike, planove i programe koji se odnose na održivost i razvoj turizma. Na taj način gradovi koji usvajaju model mogu pokušati iskoristiti lokalne, regionalne i nacionalne programe financiranja kako bi poboljšali aktivnosti povezane s potrošnjom.

## 3 STRATEGIJA PROVEDBE CONSUMELESSMED MODELA

### 3.1. Uključivanje lokalnih dionika

Uključivanje lokalnih dionika u razvoj Consume-less modela ključan je element implementacije istog, obzirom da se uspjeh modela oslanja na široko rasprostranjenu implementaciju akcija modela u turističkim destinacijama: što više pružatelja turističkih usluga (hoteli, restorani, kafići, ljetovališta na plaži itd.) će primjeniti ConsumelessMed oznaku i više turista i građana pridonijeti pripovijedanju, to će Consume-less pristup biti vidljiviji i učinkovitiji u smanjivanju ekoloških pritiska i uspješnosti.

Referentni popis lokalnih dionika koje je važno uključiti u provedbu projekta, s kratkim opisom njihove očekivane uloge, nalazi se u nastavku:

- **Gradsko/općinsko osoblje i donositelji odluka:** ta kategorija dionika je vrlo važna jer se provedba modela mora prvo prepostaviti kao izravna obveza lokalnih vlasti, a za njezinu potpunu provedbu potrebno je uspostaviti posebnu radnu skupinu unutar općinskog tehničkog osoblja i jasnu političku predanost općinskog vijeća.
- **Poslovna udruženja trgovine i turizma:** uključivanje ove kategorije dionika može biti vrlo korisno za uključivanje pružatelja turističkih usluga u implementaciju oznake ConsumelessMed. Ove udruge mogu biti relevantni članovi Consume-less odbora, tj. odbora nadležnog za upravljanje i praćenje provedbe ConsumelessMed oznake.
- **Javna ili privatna poduzeća odgovorna za gospodarenje otpadom, vodom i energijom:** ovi dionici moraju biti uključeni kako bi dobili svoju potporu u provedbi mjera predviđenih Consume-less modelom za uštedu otpada, vode i energije, i općenito više u promicanju pristupa održivog upravljanja u pružanju usluga u području gospodarenja

otpadom, vodom i energijom na lokalnoj razini. Kao i u slučaju trgovačkih i turističkih poslovnih udruga, oni mogu biti relevantni članovi Consume-less odbora.

- **Javna ili privatna poduzeća/organizacije odgovorne za upravljanje najvažnijim turističkim atrakcijama u pilot područjima (npr. muzeji, parkovi prirode itd.):** Uključivanje ove kategorije dionika može biti učinkovito za provedbu komunikacijske kampanje jer mogu učinkovito podržati dostavu consume-less poruka turistima i promotivnih/informativnih materijala.
- **Agencije za zaštitu okoliša:** uključivanje ove kategorije dionika može biti od pomoći za podešavanje strategije provedbe consume-less modela u specifičnim lokalnim područjima, jer mogu pružiti korisne informacije o glavnim ekološkim problemima koje je potrebno uzeti u obzir, kao i glavni prirodni resursi i usluge ekosustava koje je potrebno poboljšati ili zaštititi.
- **Ekološke nevladine udruge:** uključivanje ove kategorije dionika može biti od velike pomoći u provedbi komunikacijskih aktivnosti jer mogu podržati napore općine u obvezi smanjenja ekoloških pritisaka turizma i promicanja održivog korištenja prirodnih resursa. Oni, kao i u slučaju trgovačkih i turističkih poslovnih udruga, mogu biti relevantni članovi odbora ConsumelessMed oznake ili se mogu baviti organizacijom posebnih komunikacijskih inicijativa (netipični događaji, pri povijedanje itd.).
- **Turističke agencije i turooperatori:** uključivanje ove kategorije dionika može biti od velike pomoći za razvijanje teritorijalne marketinške strategije i za širenje ConsumelessMed promotivnog materijala proizvedenog na lokalnoj razini u okviru komunikacijske kampanje.
- **Pružatelji turističkih usluga:** oni su ključni dionici Consume-less modela jer moraju biti uključeni u implementaciju ConsumelessMed oznake putem svojih web mjesta: hotela, pansiona, kampova, kafića, restorana, odmarališta na plaži (beach resorts)

## 3.2. Koraci u procesu implementacije

Identificirani su sljedeći koraci:

**1. Prvi korak – analiza okruženja i preliminirani prijedlog akcijskog plana za provedbu modela.** Unutar ovog koraka, organizacije koje su predane provedbi modela moraju prikupljati podatke i informacije o posebnostima turističke destinacije, s obzirom na profil turizma, glavne ekološke resurse i turističke atrakcije, gospodarenje otpadom, vodom i energijom (pogledajte kontrolni popis za prikupljanje podataka u Prilogu 1). Na temelju ovih podataka i uzimajući u obzir opće smjernice za provedbu consume-less turističkog modela (ovaj dokument), oni moraju pripremiti preliminarni prijedlog akcijskog plana za implementaciju modela u određenoj turističkoj destinaciji. Akcijski plan detaljno definira posebne aktivnosti, vrijeme, uloge te odgovornosti predviđene za provedbu consume-less modela u turističkoj destinaciji.

**2. Drugi korak – uključivanje lokalnih dionika u doradu i odobravanje akcijskog plana.** Unutar ovog koraka, organizacije koje su predane provedbi modela moraju uključiti ključne lokalne dionike u proces provedbe, tj. lokalna tijela, organizacije ili udruge koje imaju stratešku ulogu i mogu podržati organizacije koje promiču provedbu modela. Ti će dionici biti pozvani da sudjeluju u Consume-less odboru koji će upravljati i pratiti provedbu modela u turističkoj destinaciji. Tijekom ovog koraka bit će pozvani na sudjelovanje u radionici za osposobljavanje čiji je cilj polaznicima pružiti potrebno znanje za razvoj modela i prilagođavanje preliminarnog prijedloga akcijskog plana definiranog u koraku 1. Okvirni program za radionicu edukacije dan je u Prilogu 2.

**3. Treći korak - osmišljavanje demonstrativnih mjera te komunikacijske kampanje i srodnih alata.** Unutar ovog koraka Consume-less odbor mora provesti dvije različite radnje:

- **odabir demonstrativnih mjera koje će se realizirati** u turističkoj destinaciji (mogu biti jedna ili više mjera, a mogu se odnositi na upravljanje jednim ili više resursa - tj. vodom, energijom, otpadom), izvedbeni dizajn potrebne infrastrukture i / ili kupnju potrebne opreme. Alternativna je mogućnost odabira postojećih inicijativa ili instalacija s potencijalnom vidljivošću za turiste koje bi se mogle bolje komunicirati i promovirati unutar Consume-less kampanje; detaljan dizajn komunikacijskih inicijativa i alata koje treba realizirati na lokalnoj razini, na temelju komunikacijskog kompleta opisanog u prethodnom stavku 2.3.3., prikladno prilagođenog prema lokalnim specifičnim potrebama; tiskanje/kupnja komunikacijskih materijala i alata.

**4. Četvrti korak – Consume-less sporazum za provedbu modela i pokretanje faze provedbe.** Obaveza općine i svakog uključenog lokalnog dionika bit će jasno definirana u posebnom sporazumu koji će potpisati odbor consume-less označe u okviru javnog događaja kojim se pokreće faza provedbe modela. Događaj za predstavljanje može biti ili konferencija za novinare ili bilo koja druga vrsta javne inicijative, čiji je cilj prezentiranje lokalnoj zajednici, s posebnim osvrtom na pružatelje turističkih usluga, predanost općine i drugih organizacija za podršku u provedbi Consume-less modela. Događaj će biti prigoda za početak prikupljanja izraza interesa od pružatelja turističkih usluga za primjenu ConsumelessMed označe.

**5. Peti korak - osposobljavanje pružatelja turističkih usluga za provedbu akcijskog plana.** Unutar ovog koraka, odbor za ConsumelssMed oznaku organizirat će informativne inicijative usmjerene na uključivanje pružatelja turističkih usluga u implementaciju modela i prikupljanje njihovih iskaza interesa za primjenu oznake. Potom će se za svaku vrstu pružatelja turističkih usluga organizirati posebne radionice za osposobljavanje kako bi se predstavili kriteriji oznake koje će morati primijeniti u svojim objektima za dobivanje ConsumelssMed oznake. Od pružatelja turističkih usluga koji potvrde svoj interes za primjenu oznake, tražit će se da se preplate na consume-less obrazac o obvezi ili adhezivni obrazac. Consumelss odbor organizirat će službu za pomoć kako bi pružio podršku pružateljima turističkih usluga u primjeni oznake.

**6. Šesti korak - provedba akcijskog plana i praćenje.** Nakon potpisivanja ugovora od strane ustanova koje implementiraju oznaku ConsumelssMed, faza testiranja modela službeno će započeti. Sve projektne aktivnosti provodit će se i nadzirati u skladu s postupcima definiranim u ovim smjernicama i lokalnom akcijskom planu. Demonstrativne mjere također će se provoditi u ovoj fazi, realizacijom potrebnih javnih radova i instaliranjem kupljene opreme. Provest će se i komunikacijska kampanja.

### 3.3. Okvirni vremenski plan

Sljedeći vremenski plan je definiran osvrtom na fazu testiranja Consume-less modela razvijenog u 6 projektnih pilot područja Consume-less projekta (Gozo, Ragusa, Realmonte, Naxos, Saranda, Vélez-Málaga). U okviru projekta dizajniran je model održivog turizma koji će se implementirati u četiri obalna područja Mediterana; Hrvatska, Cipar, Crna Gora, i Francuska, a predvode ga Malta i Italija. Vremenski plan je definiran kroz osvrt 6 implementacijskih koraka definiranih u prethodnom odlomku.

IMPLEMENTACIJSKA FAZA CONSUME-LESS TURISTIČKOG MODELA	Trajanje projekta												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Prvi korak – analiza konteksta i preliminarni prijedlog akcijskog plana za provedbu modela</b>													
Priključivanje podataka i informacija za kontekstualnu analizu													
Preliminarni prijedlog akcijskog plana													
<b>Drugi korak - uključivanje lokalnih dionika u doradu i odobravanje akcijskog plana</b>													
Informativne inicijative za uključivanje ključnih lokalnih dionika													
Radionica obuke usmjerena na pružanje znanja i prilagodbu akcijskog plana													
<b>Treći korak - dizajn demonstrativnih mjera i komunikacijske kampanje i srodnih alata</b>													
Odabir i dizajn pokaznih mjera													
Detaljno projektiranje i realizacija komunikacijskih materijala													
<b>Četvrti korak – Consume-less sporazum za provedbu modela i pokretanje faze provedbe</b>													
Definiranje i potpisivanje ugovora od strane Consume-less odbora													
Pokrenuti događaj													
<b>Peti korak – obuka pružatelja turističkih usluga za provedbu akcijskog plana</b>													
<b>Šesti korak – provedba i praćenje akcijskog plana</b>													