



BOOKLET



Project co-financed by the European
Regional Development Fund



AMBIENTEITALIA
AMBIENTEITALIA



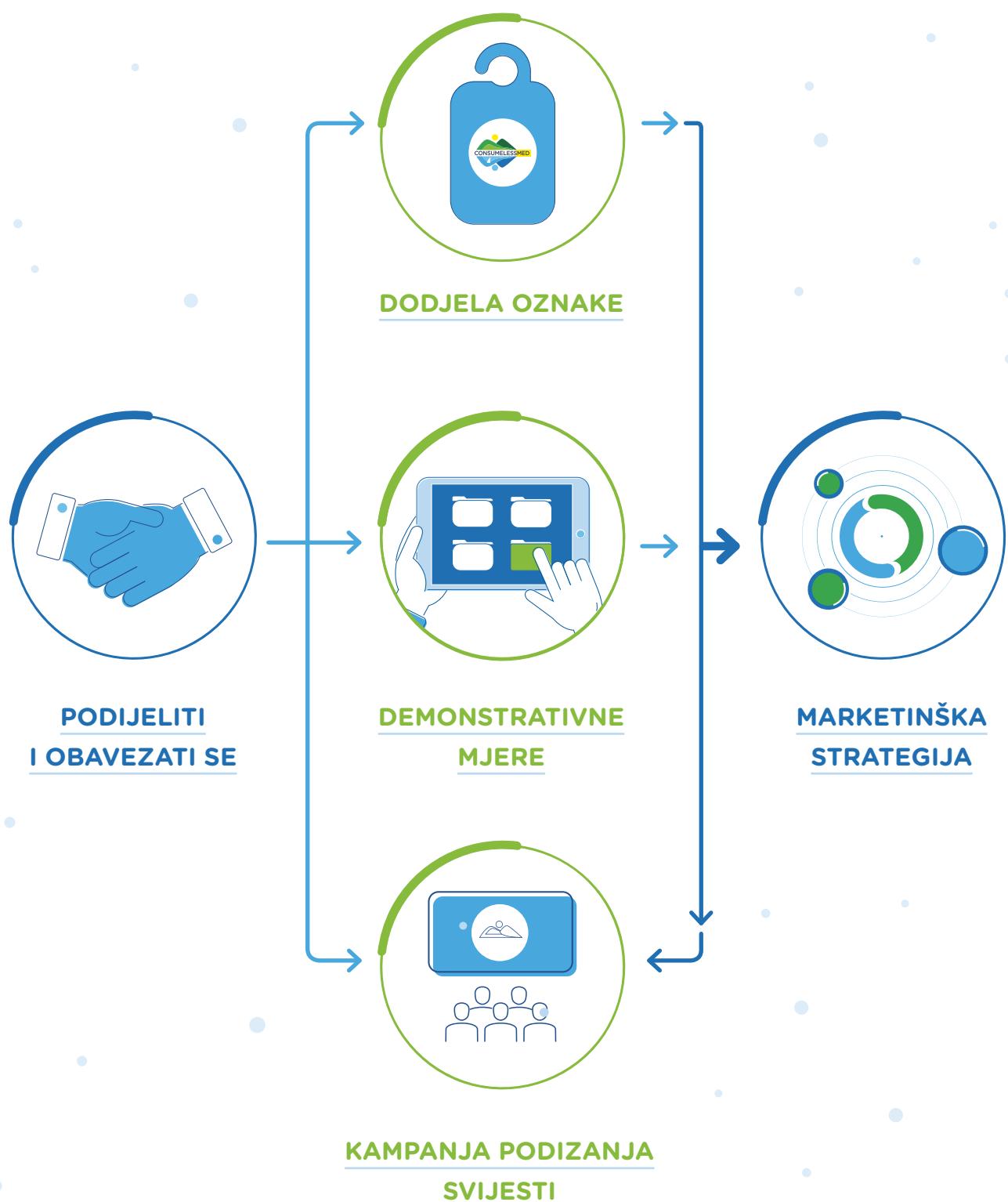
Institut za poljoprivredu i turizam
Institute of Agriculture and Tourism



Partners

www.consume-less.interreg-med.eu

Consume-less model



Oznaka ConsumeLess

OZNAKU CONSUMELESSMED TREBAJU ZAJEDNIČKI USPOSTAVITI JAVNA UPRAVA I LOKALNI KLJUČNI AKTERI TE ZAJEDNIČKI NJOME UPRAVLJATI I PROMOVISATI JE. GLAVNI ZADACI CONSUMELESS ODBORA SU: PRUŽANJE TEHNIČKE PODRŠKE; DODJELA OZNAKE; PROMOVISANJE OZNAKE I OBJEKATA KOJIMA JE OZNAKA DODIJELJENA; PRAĆENJE PRIMJENE KRITERIJA OZNAKE.

Oznaka se dodjeljuje privatnim ili javnim pružaocima usluga: hotelima i smještajnim objektima; kampovima; kafićima i restoranima; prehrambenim prodavnicama i rukotvorinama; odmaralištima na plaži (beach resorts).

Objekti koji žele koristiti oznaku ConsumelessMed trebaju potpisati ConsumelessMed obrazac koji uključuje sljedeće obaveze:

- › Sprovođenje obaveznih i dobrovoljnih akcija s ciljem smanjenja otpada, potrošnje vode i energije;
- › Lokalna samouprava mora osigurati da su zaposleni svjesni ekoloških postupaka preduzeća i da se ponašaju na održiviji način;
- › Sprovođenje komunikacijskih aktivnosti: Oznaka ConsumelessMed mora biti istaknuta na vidljivom mjestu, informativni materijali o ekološkim obavezama i Consumeless Med inicijativama moraju biti vidljivi i dostupni gostima te objavljeni na webu.

Za više informacija o sadržaju i postupku sprovođenja možete preuzeti dokument: "3.1 Smjernice oznake ConsumelessMed".



Hotel



Restoran



Izlog

Consume-less demonstrativne mjere

DEMONSTRATIVNE MJERE ZAMIŠLJENE SU KAO INSTALACIJE KOJE SU SMJEŠTENE NA MJESTIMA S VISOKOM VIDLJIVOŠĆU, USMJERENE NA SMANJENJE OTPADA, UŠTEDU VODE, UŠTEDU ENERGIJE ILI PROIZVODNJU ENERGIJE IZ OBNOVLJIVIH IZVORA.

Navedene mjere igraju važnu ulogu u komunikaciji s turistima o obavezama lokalnih vlasti/gradova vezano za smanjenje potrošnje resursa te time postaju ključni element lokalne kampanje podizanja svijesti. Stoga bi trebale biti vrlo vidljive za turiste koji posjećuju turistička odredišta, a trebalo bi ih se posebno promovisati kroz komunikacijske materijale i događaje kampanje podizanja svijesti.

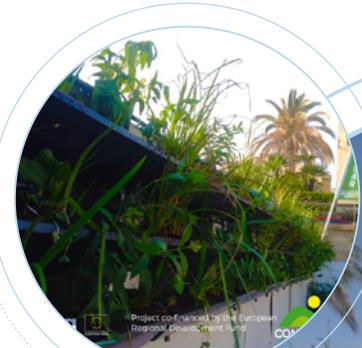
Consume-less turističko odredište može izabrati realizaciju jedne ili više demonstrativnih mera fokusirajući se na jedan ili na sve okolišne probleme (energija, voda, otpad).

Demonstrativne mjeru mogu biti posebno dizajnirane i realizovane "ex novo" zajedno s lokalnim akterima u slučaju da imaju dostupna javna sredstva i/ili privatna sponzorstva. U slučaju nedostatka namjenskih sredstava, postojeće inicijative ili instalacije s potencijalnom vidljivošću za turiste mogle bi se kapitalizovati boljom komunikacijom i promocijom.



**Separated collection of waste
in Vélez-Málaga beaches**

Green wall in Marina di Ragusa



Kampanja podizanja svijesti

KAMPANJA PODIZANJA SVIJESTI IMA DVA GLAVNA CILJA:

- mobilizovati i uključiti turističke subjekte i pružatelje turističkih usluga u cilju poboljšanja ekološke održivosti usluga koje se nude turistima, primjenom posebnih dobrih praksi koje su usmjerene na smanjenje otpada i uštedu energije i vode;
- podići svijest turista i građana o važnosti usvajanja održivog Consume-less ponašanja radi očuvanja ekosistema i s tim povezane atraktivnosti turističke destinacije.

KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA TEMELJI SE NA TRI GLAVNE KOMPONENTE:

Inicijativa za „široko dostupne informacije“ na lokalnom nivou, usmjerene na promociji Consume-less brenda čime se povećava predanost turističke destinacije u sprovođenju modela održivog turizma.



Direktna uključenost davaoca turističkih usluga, pokazivanjem i distribucijom projektnih komunikacijskih materijala svojim klijentima.



Komunikacijska strategija na internetu i društvenim mrežama koja se temelji na pristupu pričanja priča, uključujući turiste i građane prikupljanjem video, audio poruka i slika.



Marketinška strategija

MARKETINŠKA STRATEGIJA MORA IDENTIFIKOVATI GLAVNE KOMUNIKACIJSKE KANALE NA REGIONALNOM, NACIONALNOM I MEĐUNARODNOM NIVOU ZA PROMOVISANJE CONSUME-LESS TURISTIČKOG MODELA, OSIGURAVAJUĆI BUDUĆU PRENOSIVOST I TRAJNOST MODELA.



U isto vrijeme važno je definisati promotivne materijale, temeljem onih koji su razvijeni u okviru lokalne komunikacijske kampanje, koji se moraju promovisati putem identifikovanih marketinških kanala, alata i medija.

Temeljni alat marketinške strategije je on-line platforma *ConsumelessMed*, (www.consumelessmed.org) koja promoviše *Consumeless* turistička odredišta i prikazuje sve inicijative i materijale proizvedene na lokalnom nivou. Putem platforme moguće je korak po korak slijediti sprovođenje *ConsumeLess* modela, dobiti praktične informacije i kontakte vezane za studije slučaja te mogućnost preuzimanja svih alata koji su osmišljeni, testirani i dorađeni u okviru projekta.

ConsumeLess dokument sastavljen je kako bi se pružila podrška lokalnim, regionalnim i nacionalnim vlastima u pružanju preporuka i smjernica za uključivanje *ConsumeLess* modela u postojeće politike, planove i programe koji se odnose na održivost i razvoj turizma. Na ovaj način gradovi koji usvajaju model mogli bi imati priliku iskoristiti postojeći program finansiranja kako bi poboljšali *Consume-less* aktivnosti povezane s potrošnjom.

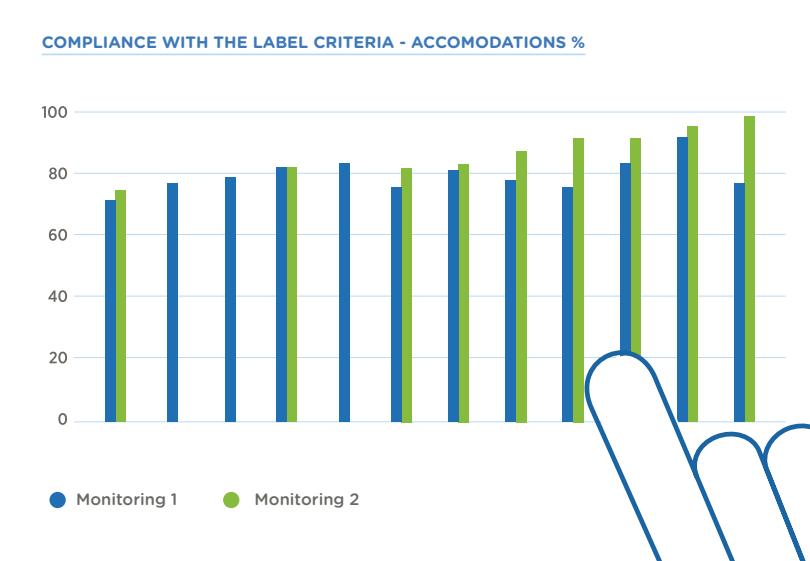
Praćenje

PRAĆENJE REZULTATA DOBIJENIH ZAHVALJUJUĆI SPROVOĐENJU CONSUMELESS TURISTIČKOG MODELA OMOGUĆUJU EVALUACIJU UČINKOVITOSTI MJERA PROVEDENIH U PROMOCIJI ODRŽIVIJEG TURIZMA, ALI I DAJE KORISNE PODATKE I INFORMACIJE ZA RAZVOJ MARKETINŠKE STRATEGIJE.

Praćenje implementacije oznake ConsumelessMed: ovo je obavezan zadatak za objekte koje primjenjuju oznaku, a temelji se na sprovodenju samoprovjera i na periodičnim provjerama na licu mjesta za objekte koje sprovode ConsumeLess odbor.

Praćenje demonstrativnih mjera: potrebno je definisati posebne postupke prikupljanja i obrade podataka u pogledu upravljanja otpadom, uštede vode i energije kako bi se bolje komuniciralo s turistima i građanima o dobrobitima za okolinu od primijenjenih mjera.

Ove informacije odozdo prema gore, uključujući dodatne podatke koje bi mogli prikupiti javne uprave i drugi akteri koji su uključeni u pilot aktivnosti, takođe predstavljaju polaznu tačku za razvoj šireg sustava praćenja čiji je cilj bolje opisati i mjeriti utjecaja turizma i performanse održivosti područja.



Postavljanje Consume-less akcijskog plana



Napraviti analizu stanja turizma i glavnim uticajima na okolinu te preliminarni prijedlog akcijskog plana za implementaciju ConsumeLess turističkog modela.



Edukacija lokalnih aktera o Consume-less modelu i njihovo uključivanje u doradu i odobravanje Akcijskog plana.



Osmisliti demonstrativne mjere, komunikacijsku kampanju te materijale i alate za njeno sprovođenje i osmislići nacrt marketinške strategije za promociju vašeg Consume-less turističkog odredišta.



Potpisati ugovor o implementaciji Consume-less modela i pokrenuti fazu sprovođenja, prezentovati akcijski plan za implementaciju modela lokalnoj zajednici, s posebnim osvrtom na davaoce turističkih usluga.



Edukovati davaoce turističkih usluga za implementaciju akcijskog plana, organizovati informativne inicijative i posebne edukacijske radionice na kojima će se predstavljati i raspravljati o implementaciji označe ConsumelessMed.



Implementacija akcijskog plana i praćenje rezultata. Sve projektne aktivnosti, uključujući označu, demonstrativne mjere, komunikacijsku kampanju i marketinšku strategiju treba razvijati i pratiti u skladu s postupcima definisanim u akcijskom planu.

