

# ECOLABEL U FUNKCIJI UNAPREĐENJA MENADŽMENTA TURISTIČKE DESTINACIJE



Neda Ivanović,  
direktor  
Turistička organizacija Bar

# *Sadržaj*

- Uvod
- Zeleni marketing i korporativna društvena odgovornost
- Zeleni marketing i LOHAS potrošači
- Ekolabel kao inovacija u turističkoj ponudi
- Ekolabel i menadžment turističke destinacije Crne Gore
- Zaključak
- Literatura

# Uvod

- Postmoderni potrošači, odnosno turisti su edukovaniji, zahtjevniji, imaju razvijenu svijest o ekologiji i budućnosti planete. Stoga, promjene turističke tražnje idu u korist razvoja inovativnih turističkih proizvoda.
- Posljednjih godina se sve više govori o pojmu korporativne društvene odgovornosti, koji pored ekonomskih ciljeva kompanija, ističe obavezu ka usklađivanju poslovanja sa potrebama lokalne zajednice i životne sredine, ali i promovisanju društveno prihvatljivih ideja (edukacije specifičnih društvenih grupa, očuvanja zdravlja i zaštite životne sredine, itd.)
- Korporativna društvena odgovornost može imati svoju specifičnu konotaciju u turizmu i hotelijerstvu ukoliko se odnosi na orijentaciju ka ekološki osviješćenim turistima.

- U ovoj prezentaciji biće riječi o valorizaciji ecolabel-a, ne samo kao znaka brige o životnom okruženju i marketing sredstva za privlačenje specifičnih segmenata turista, već kao simbola korporativne društvene odgovornosti i inovacija u oblasti turizma i hotelijerstva.
- Ova prezentacija je utemeljena na projektu Adriatic IPA CBC programa „TURGRADE 2“.
- Turistička organizacija Bar je za implementaciju ecolabel-a nagrađena Wild Beauty Award-om.



# *Zeleni marketing i korporativna društvena odgovornost*

- Korporativna društvena odgovornost direktno utiče na tržišnu poziciju i jačanje konkurentnosti hotelsko - turističkih preduzeća. Ona predstavlja opredjeljenje za unapređenje dobrobiti zajednice kroz diskrecionu poslovnu praksu i doprinose na račun resursa kompanija.
- S tim u vezi, danas se sve više pažnje posvećuje zelenom marketingu, odnosno na marketing napore usmjerene na zadovoljavanje potreba i želja potrošača sa fokusom na zaštitu životne sredine.

- Zeleni marketing podrazumjeva saradnju s dobavljačima i trgovcima, partnerima, pa i konkurentima kako bi se podstakao održivi razvoj u čitavom vrijednosnom lancu, a istovremeno zahtjeva saradnju svih poslovnih funkcija kako bi se uskladio tržišni nastup fokusiran na dvije komponente: profit i dugoročni doprinos životnoj sredini
- Zelene usluge mogu biti naročito važne u turizmu i ugostiteljstvu.
- Ove usluge orjentišu se i ka tzv. LOHAS potrošačima, koji su usmjereni na zaštitu životne sredine i način na koji mogu da doprinesu njenoj dobrobiti. Njih često nazivaju "zeleni potrošači".



# *Zeleni marketing i LOHAS potrošači*

Trend u ponašanju potrošača - LOHAS:

- Trend - LOHAS - super potrošač
- „Lifestyle of Health and Sustainability“
- Novi životni stil srednje klase
- LOHAS potrošači u fokusu imaju zaštitu životne sredine i način na koji mogu da doprinesu njenoj dobrobiti.
- Pored toga, LOHAS potrošači usmjereni su na zdrav život, zabavu i luksuz
- LOHAS pruža šansu za male, “odgovorne” biznise

# *LOHAS -karakteristike:*

- Imaju aktivan odnos prema konzervaciji
- Posvećeni individualnom zdravom životnom stilu, ali i zdravlju planete
- Najčešći kupci zelenih i ekološki odgovornih proizvoda





# *Ekolabel kao inovacija u turističkoj ponudi*

- Ecolabel - oznaka, prepoznatljiv standard kvaliteta i brige o životnom okruženju unutar EU
- Primjeri ecolabel-a:
  - EU Ecolabel
  - Austrijski Ecolabel
  - Nordijski labud
  - Zeleni ključ
- Ecolabel može biti primijenjen kad je riječ o smještajnim kapacitetima, restoranima, marinama, plažama, destinacijama, zaštićenim oblastima, ekoturističkim paketima, golf kapacitetima itd.

- U EU postoji čitav niz eko-oznaka ili eko-markica i one se dijele na nekoliko podgrupa. Potrošač je tako siguran da proizvod koji nosi eko markicu odgovara strogim ekološkim zahtjevima, ali i zahtjevima tržišta za ispravnosću proizvoda. Najpoznatija evropska markica, koja nije nacionalna, nego globalna, je tzv. cvijet - Flower kojeg je moguće naći na širokoj paleti proizvoda, i to LOHAS potrošačima pomaže da se lakše opredijele.



- Ecolabel može biti primijenjen u smještajnim kapacitima restorana, plaža, zaštićenim oblastima, ekoturističkim paketima, golf kapacitetima itd.
- Prateći savremene trendove u turizmu, hotelsko-turistička preduzeća, ali i smještajni kapaciteti različitog profila, vode računa o zelenoj misiji preduzeća, odgovornom poslovanju (npr. ACCOR, HILTON, MARRIOTT).
- Postoji 90 kriterijuma EU ecolabel-a (od kojih su 29 obavezni, 61 poželjni)
  - *Obavezujući kriterijumi su:*
    - energija iz obnovljivih izvora (npr. solarna, energija vjetra itd.)
    - česme i tuševi koji štede vodu
    - uključenost gostiju prilikom razvrstavanja otpada
    - energetska-efikasna oprema i sl.
  - *Poželjni kriterijumi su:*
    - bioklimatska arhitektura
    - hrana iz lokalnih organskih farmi itd.

# Primjeri Ecolabel-a (lokalni, regionalni, nacionalni, globalni nivo)



## *Argumenti u prilog Ecolabel-u:*

- Ecolabel je prepoznatljiv brend koji prezentuje sliku: "Mi brinemo o zdravlju i životnoj sredini"
- pozitivan aspekt cost-benefit analize: ecolabel pronalazi prostora za uštede u raznim oblastima, od štednje energije, racionalne potrošnje vode, i sl.
- omogućava saradnju sa eko-senzitivnim turoperatorima koji zahtijevaju boravak u EU Ecolabel i smještajnim kapacitetima
- zelene oznake i koncepti upravljanja životnom sredinom doprinose i obezbjeđuju diverzifikaciju koju opažaju LOHAS potrošači.

Treba reći i da je eko-označavanje na međunarodnom nivou komplikovano jer postoji mnogo oznaka koje nisu uniformisane. Postoje naponi da se eko-označavanje uskladi i pojednostavi.



# *Ekolabeli i menadžment turističke destinacije Crne Gore*

- U okviru Adriatic IPA CBC programa „TUR:GRADE 2“ u kom su partneri Nacionalna turistička organizacija i TO Bar, u decembru 2012. godine turističko naselje „Slovenska plaža“ Budva i ugostiteljski objekat "Kod Slavka" u Baru postali su nosioci ECOLABEL sertifikata Evropske Unije za za brigu i očuvanje životne sredine.
- Sertifikat "Ekolabel" obavezuje da se poslovanje pomenutih turističkih preduzeća bazira na održivom razvoju uz minimalno ugrožavanje prirodnih resursa. Ovaj sertifikat obavezuje i da svi zaposleni preuzimaju odgovornost i ulažu napore da se zaštiti životna sredina, uštedi energija i očuvaju prirodni resursi za buduće generacije.
- Dakle, ekologija je postala sastavni dio ciljeva, strategija i politike marketinga u datim preduzećima u Crnoj Gori.<sup>14</sup>

# Zaključak

- Ekolabel u turizmu i hotelijerstvu predstavlja obećanje potrošaču da je model razvoja turizma preduzeća u bliskoj vezi sa očuvanjem životne sredine.
- Ekolabel u funkciji promocije korporativne društvene odgovornosti u turizmu i hotelijerstvu može doprinijeti usklađivanju poslovanja preduzeća sa potrebama lokalne zajednice i očuvanja životne sredine, ali i predstavljati modalitet privlačenja novih ciljnih grupa, poput LOHAS potrošača.



- Crna Gora, kao zemlja u kojoj je turizam prioritetna razvojna strategija, treba da usmjeri napore na privlačenje specifičnih tržišnih segmenata, kako u funkciji desezoniranja tražnje, tako i konkurentnosti destinacije.
- Sa tog aspekta, ekolabel može biti jedan od efikasnih marketing alata za komuniciranje sa tržištem u kome ekološki osviješćeni potrošači čine rastući udio.

# *Literatura:*

1. Francoise L. S., Marketing Green Products in the Triad, The Columbia Journal of World Business, winter 1992
2. Ivanović, Z.: Ekomenadžment - Ekologija i tržište, Ekonomski fakultet, Podgorica, 1996.
3. Kotler, Ph, LI, N.: Korporativna društvena odgovornost, Cigoja, Beograd, 2007.
4. Ostrovski, S.: Tourism in the face of 21st century s challenges, Institute of Tourism Academy of Physical Education Cracow, Poland, 1999.
5. Vitić-Četković, A., Ivanović, N.: "Priručnik za seoski turizam i seoska domaćinstva", Turistička organizacija Bar, Bar, 2012.

<http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>

<http://www-ecolabel.eu>

<http://www.hgbudvanskarivijera.com/index.php/de/hotel-slovenska-plaza/ecolabel>

[www.unwto.org/](http://www.unwto.org/)

*Hvala na pažnji!*

*Neda Ivanović*

Email: [neda.ivanovic@t-com.me](mailto:neda.ivanovic@t-com.me)