

Artykuł pochodzi z publikacji: *Innowacje w przemyśle spotkań*,
(Red.) A. Grzegorzczak, J. Majewski, S. Wróblewski,
Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2014

Eko innowacyjne rozwiązania w obiektach i miejscach spotkań

Anna Nowakowska
StrefaMICE.pl
anna@strefamice.pl

Abstrakt

Jednym z wiodących obecnie trendów społecznych jest moda na bycie eko. Powszechne zainteresowanie ekologią oraz zrównoważonym rozwojem przenosi się również na inne sektory naszego życia, w tym na strefę zawodową. W ostatnim czasie organizacja zielonych wydarzeń to wśród zleceniodawców i organizatorów imprez bardzo modny i pożądaný trend. Aby spełnić wymogi klientów oraz organizatorów wydarzeń niezbędna jest w przemyśle spotkań odpowiednia infrastruktura. Na mapie naszego kraju i świata wyrastają coraz to nowsze obiekty i miejsca spotkań charakteryzujące się eko innowacjami. Celem artykułu jest przedstawienie eko rozwiązań stosowanych w obiektach i miejscach spotkań jako jednych z bardziej innowacyjnych zastosowań w organizacji wydarzeń stosowanych przez branżę eventową, kongresową i hotelarską. Artykuł jest wynikiem obserwacji uczestniczącej oraz studiów literaturowych z zakresu gospodarki turystycznej, turystyki i hotelarstwa, jak również analizy informacji dostępnych w publikacjach i portalach branżowych oraz na stronach internetowych obiektów i miejsc spotkań.

Słowa kluczowe: eko innowacje, hotel ekologiczny, przemysł spotkań, obiekty i miejsca spotkań.

Abstract – Eco innovations in meeting venues

Nowadays one of the leading social trends is being eco. Widespread interest in ecology and sustainable development are also transferred to other sectors of our life including also our professional zone. Recently, the organization of green events are among the principals and event organizers very fashionable and desirable trend. To meet the clients and event organizers requirements the right infrastructure in the meetings industry is needed. On the map of our country and also on the whole world grows new buildings and meeting places characterized by eco- innovation. This article presents the eco solutions used in buildings and venues as one of the most innovative applications in the events management used by the event, congress and hospitality industry. This article is the result of participant observation and study of literature in the field of tourism economy, tourism and hospitality as well as an analysis of information available in publications and event industry portals and places of meetings websites.

Keywords: eco innovations, eco hotel, meeting industry, meeting venues.

Wstęp

Rosnące znaczenie przemysłu spotkań oraz zwiększająca się stale liczba wydarzeń organizowanych w Polsce¹ prowadzi do coraz większego rozwoju destynacji, a tym samym infrastruktury, w tym obiektów i miejsc spotkań. Nowo powstające lokacje, oprócz spełniania wymogów narzucanych przez organizatorów wydarzeń, wyposażone są w najnowsze rozwiązania technologiczne, a istniejące obiekty przechodzą gruntowne modernizacje i rozbudowy, aby jeszcze bardziej podnieść jakość oferowanych usług oraz sprostać wciąż rosnącym potrzebom i oczekiwaniom organizatorów wydarzeń. W Polsce coraz więcej miejscowości

¹ K. Celuch, *Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2014*, Poland Convention Bureau, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2014, s. 9

aspiruje do miana centrów biznesowych. Nie byłoby to możliwe bez rozwoju hoteli, centrów konferencyjnych oraz wszelakich obiektów i miejsc spotkań. Konkurencja na rynku lokacji dla branży MICE jest znacząca i stale poszerza się, dlatego tak ważne jest podążanie za najnowszymi trendami oraz rozwiązaniami technologicznymi, a nawet próba ich wyprzedzania. Jednym z wiodących trendów w ostatnich latach w przemyśle spotkań jest organizacja wydarzeń typu eco oraz eventów związanych z szeroko rozumianą społeczną odpowiedzialnością biznesu.

Aspekty środowiskowe nieustannie pozostają jednymi z ważniejszych i naglących wyzwań dla biznesu. Według szacunków Global Risk Report² kurczące się zasoby naturalne to jedne z poważniejszych problemów środowiskowych. W przedstawionym raporcie najwięcej uwagi poświęcono zwiększającemu się problemowi, jakim jest brak wody, w tym wody pitnej, jej zanieczyszczeniu czy narastającymi powodziąmi. Drugim nagłym problemem jest kwestia energii, szczególnie ważna dla Polski, zwłaszcza w obliczu przestarzałej infrastruktury i braku konsekwencji politycznej we wprowadzaniu rozwiązań służących rozwojowi alternatywnych źródeł energii. Trzecią ważną kwestią są zmiany klimatyczne, bardziej dostrzegane nadal w krajach zachodnich, niż w Polsce, chociaż nawet na świecie wyzwania klimatyczne powoli zaczynają ustępować miejsca kwestiom praw człowieka i aspektów pracowniczych. Zmiany klimatu, będące na czele tej listy w 2009 i w 2010 r., są obecnie na miejscu trzecim.³

1. Pojęcie innowacji i społecznej odpowiedzialności biznesu

Słowo innowacja w potocznym rozumieniu oznacza coś nowego i innego niż rozwiązania, z jakimi mieliśmy dotychczas do czynienia. Dość często może być kojarzone z potrzebną zmianą na lepsze czy reformą.⁴ Pochodzące od łacińskiego „innova-

² *Global Risk Report 2014 Ninth Edition World Economic Forum*, s.10, http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2014.pdf (30.10.2013)

³ *State of Sustainable Business Survey*, 2013 BRS Globe Scan, październik 2013, s. 8 www.bsr.org/reports/BSR_GlobeScan_Survey_2013.pdf (30.10.2013)

⁴ A.Pawlicz, M.Sidorkiewicz, „Ekologia jako podstawa innowacyjnego produktu hotelarskiego” (w:) (red:) P. Dominik, *Innowacyjne rozwiązania we współczesnym hotelarstwie*, Szkoła Wyższa Almamer, Warszawa 2013, s. 195-207.

tis” oznaczającego głównie odnowienie, przez Słownik Wyrazów Obcych definiowane jest jako „wprowadzenie czegoś nowego, rzecz nowo wprowadzona, nowość, reforma”.⁵ W literaturze przedmiotu za innowacje uważa się najróżniejsze fakty, procesy i zjawiska o charakterze technicznym, organizacyjnym, społecznym lub psychologicznym. Do nauk ekonomicznych pojęcie innowacji wprowadził w początkach XX wieku J. A. Schumpeter, który przedstawił dość szerokie rozumowanie innowacji, jako:

- wprowadzenie do produkcji wyrobów nowych lub też udoskonalenie dotychczas istniejących,
- wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody produkcji,
- otwarcie nowego rynku,
- zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów,
- zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów,
- wprowadzenie nowej organizacji produkcji.

Według międzynarodowego podręcznika metodologicznego badań statystycznych innowacji Oslo Manual, zalecanego w krajach należących do międzynarodowej Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju OECD i Unii Europejskiej, „innowacja to wdrożenie nowego lub istotnie ulepszanego produktu (wyrobu lub usługi), nowego lub istotnie ulepszanego procesu, nowej metody marketingu lub nowej metody organizacji w zakresie praktyk biznesowych, organizacji miejsca pracy bądź relacji ze środowiskiem zewnętrznym”.⁶ Prawdziwe jednak zainteresowanie zjawiskiem innowacji pojawiło się dopiero w latach czterdziestych XX wieku i spowodowane było zmianą myślenia o rozwoju społecznym i gospodarczym. Nowe podejście wskazywało na podstawową rolę przedsiębiorstw w generowaniu rozwoju.⁷ Pod koniec XX wieku na skutek wprowadzenia radykalnych zmian istniejących produktów i procesów zmienił się system techniczno-ekonomiczny całej gospodarki. Wraz ze zmniejszeniem znaczenia przemysłu na rzecz usług zakres przedmiotowy innowacji znacznie się rozszerzył i wyszedł daleko poza sferę techniki.⁸

XXI wiek to już prawdziwy rozkwit innowacyjności zarówno produktowej, jak i usługowej. Z przeprowadzonych obserwacji

⁵ J. Tokarski (red.), *Słownik wyrazów obcych*, PWN, Warszawa 1980, s. 307.

⁶ Podręcznik Oslo „Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji”, 2005 Wydanie Trzecie, OECD Eurostat s. 48 - 49.

⁷ I. Bielski, *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, OPO, Bydgoszcz 2000, s.6.

⁸ W. Janasz, K. Koziół, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007, s. 13.

wynika, że w najbliższych latach bardzo duży nacisk będziemy kłaść na wdrożenia nowości. Jednym z powodów będzie m.in. nowa unijna perspektywa finansowa zaplanowana na lata 2014-2020, w której premiowane będą projekty innowacyjne. Kolejnym ważnym czynnikiem opowiadającym się za wdrażanie innowacyjności będą zmiany demograficzne. Na rynek dynamicznie wchodzi nowe pokolenie, urodzone po 1983 roku, nazywane pokoleniem Y. Jak pokazują najnowsze badania Deloitte,⁹ dla tego pokolenia bardzo ważne jest zachowanie równowagi między życiem prywatnym a zawodowym, możliwość samorealizacji oraz mierzenia się z licznymi wyzwaniami w pracy. Są to osoby, które nieustająco komunikują się ze sobą, chętnie pracują zadaniowo, cenią sobie mobilność i pracę zdalną, szczególnie wykonywaną w elastycznym wymiarze godzin. Wg przeprowadzonego badania, pokolenie Y zwraca coraz baczniejszą uwagę na stopień innowacyjności przyszłego pracodawcy, społeczną odpowiedzialność prowadzonego przez niego biznesu oraz oczekuje, że ich firmy w większym niż dotychczas stopniu zaangażują się w rozwiązywanie ważnych problemów, takich jak: bezrobocie, nierówność społeczna i gospodarcza, czy walka ze skutkami zmian klimatycznych. Przedstawiciele pokolenia Y obecnie wkraczają w szeregi kadry kierowniczej, a w latach dwudziestych XXI wieku będą stanowili aż 75% aktywnej zawodowo części naszego społeczeństwa. Wpływ młodego pokolenia na kształt prowadzonego biznesu będzie systematycznie wzrastał i z pewnością, jak pokazują badania, zmierzał w kierunku innowacyjności i społecznej odpowiedzialności biznesu, a co za tym idzie i ekologii.¹⁰ Tak znaczące zmiany demograficzne pokazują, że obecnie mamy do czynienia z nowym obliczem mieszkańców globu, jak również nowym rodzajem konsumentów, którzy z biernych odbiorców powoli przemieniają się w świadomych i aktywnych prosumentów. Świadomość ta ujawni się także w baczniejszym przyglądaniu się działaniom firm i aktywnym reagowaniu na wszelkie niezgodności czy łamanie praw. Badanie „Barometr CSR 2013” pokazuje, że młode społeczeństwo oczekuje przede wszystkim rzetelnych informacji o podejmowanych przez firmy działaniach i efektach, jakie one przynoszą. Aż 88% respondentów aprobuje fakt, że coraz więcej firm podejmuje działania na rzecz środowiska i społeczeństwa. Wpływa to na reputację firmy i prze-

⁹ *Millennial Survey Positive Impact – Deloitte Report 2014*, www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/2014-millennial-survey-positive-impact.html, (28.11.2014)

¹⁰ *Millennial...*, op.cit.

kłada się na deklaracje zakupowe – 57% badanych wierzy, że produkty i usługi firm, które angażują się w działania na rzecz społeczeństwa i środowiska są lepszej jakości niż produkty i usługi firm, które tego nie robią.¹¹

Rozwój gospodarki światowej w sposób jak najmniej inwazyjnej ingerencji w środowisko to współcześnie jedno z największych wyzwań rządzących państwami. Rozwój organizacji, które harmonijnie będą współdziałały w 3 obszarach: społecznym, przyrodniczym i gospodarczym to główne wyznaczniki Społecznej Odpowiedzialności Biznesu Corporate Social Responsibility, idei która pojawiła się głównie w konsekwencji presji, jaką wywierały na firmach organizacje pozarządowe, broniące praw człowieka oraz kwestii środowiskowych. Idea ta, która narodziła się u schyłku XIX w. spotkała się z pozytywnymi skutkami oddziaływania oraz niebywałym zainteresowaniem wśród klientów, co sprawiło, że zarządzający przedsiębiorstwami świadomie i na stałe rozpoczęli wprowadzanie strategii CSR do polityki firm.¹² Powyższe spostrzeżenia zostały oficjalnie uregulowane w 2010 roku przez Międzynarodową Organizację Normalizacyjną (ISO), która uchwaliła normę ISO 26000, która to stanowi wytyczne dla społecznej odpowiedzialności biznesu i definiuje ją jako: „odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działań (produkty, serwis, procesy) na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które przyczynia się do zrównoważonego rozwoju, zdrowia i dobrobytu społeczeństwa, bierze pod uwagę oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z obowiązującym prawem i spójne z międzynarodowymi normami, jest spójne z organizacją i praktykowane w jej relacjach”.¹³

Wydarzenia, które przybierają zielony charakter na każdym etapie przygotowań i realizacji zapewniają działania przyjazne dla środowiska naturalnego. Dzieje się tak głównie poprzez zwiększoną uwagę na m.in. takie elementy, jak.: oszczędność energii, wody i wykorzystywanych podczas eventów materiałów. Nie bez znaczenia jest również fakt, że wydarzenia te są swego rodzaju narzędziem, które przyczynia się do zmniejszenia negatywnego wpływu działalności firmy na środowisko naturalne. Oprócz specjalnych wytycznych w organizacji danych wydarzeń, niezbędna jest również eko infrastruktura, czyli obiekty,

¹¹ Dom Badawczy Maison oraz SGS Polska „Barometr CSR 2013” http://www.doradztwocsr.pl/pdf/BAROMETR_CSR_2013_Broszura_konferencyjna.pdf 12.09.2013

¹² A. Kłos, *Proekologiczne rozwiązania w obiektach hotelarskich*, Zeszyty Naukowe 1(11), Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa 2013, s. 147-162

które posiadają wszelkie eko innowacje oraz działają zgodnie z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu.

2. Obiekty ekologiczne w przemyśle spotkań

Jedne z najlepszych przykładów działań innowacyjnych w sektorze turystycznym i hotelarskim, które możemy odnaleźć w literaturze przedmiotu to te, które bezpośrednio lub pośrednio związane są z ekologią. Duża konkurencja, jaka panuje na rynku m.in. obiektów hotelarskich prowadzi do rozwoju innowacyjności, ciągłej poprawy świadczonych usług, ale również do rozwoju nowych przestrzeni, w tym konferencyjno-eventowych, czy rekreacyjnych w obiektach oraz kształtowania się coraz to nowszej oferty dodatkowej. Zarządzający obiektami świadomi rozwoju przemysłu spotkań oraz wzrostu turystów biznesowych w danych regionach, jak również ilości organizowanych wydarzeń korporacyjnych, dostosowują przestrzenie obiektów do różnych możliwości, tworząc obiekty wielofunkcyjne i unikalne. Rosnące obiekty i miejsca spotkań starają się przyciągnąć organizatorów wydarzeń, dostosowując swoje usługi do zapotrzebowania branży. Każde tego typu działania prowadzą do rozwoju tej ważnej części gospodarki turystycznej, jaką jest przemysł spotkań.¹⁴ Zmiany rynkowe, popytu oraz różnorodności klientów są stale obecne w każdej branży. Nie dostosowywanie się do nowych trendów i wolna reakcja na zmiany mogą doprowadzić do utraty przewagi konkurencyjnej na rynku.¹⁵ Działania wokół produktu turystyki biznesowej nie mogą być oparte na jednorodnym produkcie, lecz muszą uwzględniać najnowsze trendy, nowe technologie i ciągle zmieniające się wymagania w zakresie podaży usług turystycznych i biznesowych. Jednym z wiodących trendów w rozwoju współczesnych obiektów i miejsc spotkań jest powstawanie eko obiektów.¹⁶

Wzrost zainteresowania ekologią oraz wzmożone działania prowadzące do przenikania natury do wnętrza obiektów i miejsc spotkań

¹³ CSRInfo.org, *ISO 26000: nareszcie precyzyjna definicja CSR*, www.csrinfo.org/pl/component/content/article/2590-iso-26000-nareszcie-precyzyjna-definicja-csr (11.12.2010)

¹⁴ M. Milewska, B. Włodarczyk, *Hotelarstwo. Podstawowe wiadomości*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009, s. 323-324

¹⁵ R. Davidson, T. Rogers, *Marketing Destinations and Venues*, Elsevier Grate Britan, 2007 s. 60

¹⁶ A. Nowakowska, *Współczesne trendy w rozwoju obiektów i miejsc spotkań*, (w:) (red:) K.Celuch, *Zarządzanie i organizacja spotkań w Polsce*, Instytut Turystyki Vistula, Warszawa 2014, s. 63-75

można zaobserwować wśród nowo powstających lokacji dla branży MICE, a w szczególności wśród nowo budowanych hoteli. Wynika to z wielu korzyści, jakie tego typu rozwiązania o charakterze proekologicznym mogą przynieść obiektom hotelarskim. Wymienić możemy tu m.in.:

- wizerunek firmy przyjaznej dla środowiska,
- obniżenie kosztów przedsiębiorstwa dzięki zastosowaniu bardziej racjonalnej gospodarki surowcami, tj. energia, woda i odpady,
- znaczny wzrost konkurencyjności dzięki wprowadzeniu nowości technologicznych,
- wzrost świadomości ekologicznej wśród klientów i pracowników przedsiębiorstwa.

Z badań, które przeprowadzili P. Gryszel, D. Jaremen i A. Rapacz¹⁷ wśród niespełna 50 hotelarzy z dolnośląskich obiektów wynika, że hotelarze w zakresie wiedzy na temat ekologii posiadają stosunkowo wysoką samoocenę. Celem badań było określenie stanu wiedzy oraz poziomu wdrożenia rozwiązań proekologicznych w w/w obiektach.¹⁸ Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że wprowadzenie rozwiązań ekologicznych służy nie tylko odróżnieniu się od biznesowych konkurentów czy budowy nowego produktu turystycznego, ale również ma znaczący wpływ na obniżenie kosztów przedsiębiorstwa oraz ochronę środowiska. Redukcja wydatków to najczęściej wskazywany w badaniu motyw stosowania polityki proekologicznej w hotelach. Respondenci kolejno wskazali na: oszczędność energii (67,3%), oszczędność w trakcie prania i zmywania (55,1%), docieplenie obiektu (53,1%), monitorowanie zużycia wody (50%), dopasowanie źródeł światła do charakteru pomieszczenia (46,9%), czy wykorzystanie wody deszczowej dla celów gospodarczych (6,1%). Spośród wskazywanych rozwiązań proekologicznych jedynie stosowanie detergentów niezawierających szkodliwych substancji (38,8%) można było zakwalifikować jako rozwiązanie nieobniżające kosztów.¹⁹

Mówiąc o rozwiązaniach proekologicznych, głównie skupiamy się na wszelkiego rodzaju rozwiązaniach technologicznych czy dzia-

¹⁷ P. Gryszel, D. Jaremen, A. Rapacz, *Zasady zrównoważonego rozwoju w praktyce funkcjonowania obiektów hotelarskich*, (w:) *Zrównoważony rozwój turystyki*, red. S. Wodejko, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2008, s. 365-386.

¹⁸ A. Pawlicz, M. Sidorkiewicz, op. cit., s. 197

¹⁹ P. Gryszel, op. cit., s. 368-370

łaniach mających na celu zredukowanie negatywnego wpływu na środowisko naturalne. Wyodrębnić tu możemy 4 główne obszary, które szczególnie wymagają ograniczeń.

Są to:

- gospodarka wodna,
- energia elektryczna,
- gospodarka odpadami,
- gospodarka produktami.

W każdym z tych obszarów obiekty i miejsca spotkań, które chcą być identyfikowane jako miejsca ekologiczne wprowadzają szereg eko innowacji. Zaliczyć możemy tu chociażby takie rozwiązania, jak: montaż sprzętów ograniczających zużycie wody, instalowanie fotoelektrycznych baterii w toaletach, montowanie zbiorników na deszczówkę, budowa przyhotelowej oczyszczalni ścieków, stosowanie energooszczędnych żarówek i oświetlenia typu diody LED, wyłączanie światła w powierzchniach obecnie nieużywanych, montowanie regulatorów natężenia światła czy stosowanie kart magnetycznych uruchamiających światło i urządzenia elektroniczne w pokojach.²⁰ Istotne w zarządzaniu obiektem ekologicznym jest również odpowiednie gospodarowanie odpadami. W tym przypadku eko innowacyjne zapewne będzie stosowanie 3 zasad: redukcji, czyli zapobiegania powstawania odpadów, powtórnego użycia, czyli, ponownego skorzystania z produktu oraz recyklingu, czyli przekształcenia jednego produktu w drugi.²¹

Aby hotelarstwo mogło współdziałać w prawidłowy sposób ze środowiskiem naturalnym, należy wziąć pod uwagę zasady zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu obiektem hotelowym. Stosujący taką politykę obiekt, który nie szkodzi lokalnemu, regionalnemu czy globalnemu ekosystemowi, nazywany jest często hotelem ekologicznym, określane również synonimami takimi, jak: ekohotel, zielony obiekt, obiekt przyjazny środowisku czy też biohotel.²² Hotele ekologiczne są zatem obiektami przyjaznymi dla turystyki i środowiska, a sprzyjając ekosystemowi, pozwalają jednocześnie na obniżenie własnych kosztów. Założenia zrównoważonego rozwoju turystyki Unii Europejskiej

²⁰ A. Kłos, op.cit., s. 155-157

²¹ M. Łabaj, *Komponenty zarządzania ekologicznego hotelu*, [w:] *Ekologiczny hotel jako innowacyjny kierunek rozwoju polskiej turystyki – seminarium szkoleniowe*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków 2009, s. 63.

²² M. Łabaj, op.cit., s. 55.

wskazują na potrzebę rozwoju eko obiektów poprzez:

- a) pokazanie pozytywnych przykładów dbania turystyki o środowisko,
- b) podnoszenie atrakcyjności regionu wśród turystów i podróżnych,
- c) obniżania kosztów funkcjonowania hotelu,
- d) wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań zarządzania obiektem noclegowym.

Ekologiczne hotele przyczyniają się do ograniczania konfliktu między turystyką a przyrodą i jednocześnie mają szczególne znaczenie dla konkurencyjności polskiej gospodarki turystycznej.

W ostatnich latach zaobserwować możemy, że coraz więcej hotelarzy jest zainteresowanych zjawiskiem ekologizacji, nie tylko ze względu na przyjazny stosunek takich obiektów hotelowych do natury, ale także przez znaczne oszczędności, które obecnie mogą dochodzić do 30–50%, nie pogarszając przy tym jakości świadczonych usług.²³ Obiekt, który w swej ofercie posiada basen, na jego utrzymanie potrzebuje dziennie około 140 litrów przeliczone na 1 turystę, co stanowi około 15% ogólnego zapotrzebowania na wodę w hotelu. Hotelowa pralnia pochłania około 25 litrów na turystę dziennie, co stanowi około 10% zużycia wody w obiekcie.²⁴ Jednak największe zużycie odnotowano w przestrzeniach publicznych, w tym w łazienkach oraz restauracji hotelowej. W związku z tym, że rachunki za wodę, jakie ponosi obiekt stanowią zwykle około 10% wszystkich kosztów, prowadzenie zrównoważonej gospodarki wodnej w obiekcie jest niezwykle istotne, a zwłaszcza w nowoczesnym obiekcie przystosowanym do ugoszczenia większej ilości osób, czym charakteryzują się obiekty konferencyjno-eventowe.

Przyglądając się ofertom hoteli, zauważyć możemy, że w kontekście ochrony środowiska, w pierwszej kolejności ma ona związek z elementami oferty typowo noclegowej, która odnosi się do jednostek mieszkalnych. Aspekty ekologiczne nawiązują do następujących świadczeń hotelu:²⁵

- zmiana pościeli i ręczników na żądanie gości,

²³ http://www.univ.rzeszow.pl/wbr/zeszyty/pl/issues/07/issue07_art005.pdf [17.11.2012].

²⁴ S. Gossling, *Tourism and Water Use: Supply, Demand, and Security An International Review*, Linnaeus University, s.11.

²⁵ A. Róg-Skrzyniarz, *Ekologia decyduje o wyborze hotelu*, <http://www.e-hotelarz.pl/> (15.01.2011).

- używanie przez hotel detergentów łagodnych dla środowiska,
- możliwość segregacji śmieci przez gości,
- stosowanie energooszczędnego oświetlenia,
- oszczędzanie wody poprzez zainstalowanie na bateriach mieszaczy wody z powietrzem oraz modernizacja systemu uzdatniania wody.

Na bycie ekologicznym obiektem nigdy nie jest za późno. Czasem wystarczy zmodyfikować niektóre działania, aby zbliżyć się do bycia eco. Zaliczyć można tu m.in. następujące unowocześnienia, jak: stosowanie w hotelowej kuchni produktów spożywczych pochodzących z lokalnych upraw, w SPA czy gabinetach odnowy używanie kosmetyków pozbawionych chemii i opierających się na certyfikowanych, naturalnych składnikach czy wreszcie stosowanie tak podstawowego elementu eco działalności, jaką jest segregacja śmieci. Jednak aby o obiekcie w pełni można było mówić w kategorii eco, najwięcej modyfikacji unowocześnień i jednocześnie oszczędności należy wprowadzać na etapie jego budowy. Energooszczędna konstrukcja, systemy ujmowania wody deszczowej czy kolektory słoneczne to główne elementy eko obiektu na poziomie architektonicznym. Obserwując rynek eco hoteli można zaobserwować, że dominują na nim luksusowe ośrodki, w których oszczędność energii nie wyklucza nowoczesnych technologii ani jakichkolwiek innych udogodnień. Do takich luksusowych obiektów zaliczyć możemy światowe, hotele takie jak: Six Senses Soneva Kiri w Tajlandii, Philea Resort & Spa Melaka w Malezji, Hotel Orchard Garden w San Francisco czy pięciogwiazdowy One Aldwych w Londynie.

Bardzo istotnym elementem w zarządzaniu obiektem uwzględniającym trend eco jest ekologiczna oferta lokacji. Wg badań zrealizowanych przez europejski oddział Samsunga wynika że co trzeci mieszkaniec Europy wybrałby na miejsce bytowania obiekt przyjazny środowisku.²⁶ Nie dziwi więc fakt, że w ślad za tym zielonym trendem podążają również wszelkiego rodzaju obiekty i miejsca spotkań. Możemy zaobserwować, że moda, ale jednocześnie i potrzeba na organizację zielonych eventów wciąż jest na fali wznoszącej. Społeczna odpowiedzialność biznesu to element strategii, jaką chwali się już większość firm. Zapytań, jakie spływają do agencji eventowych i profesjonalnych organizatorów wydarzeń (PCO) o przygotowanie zrównoważonych

²⁶ www.samsungmedia.pl (5.11.2013)

eventów jest coraz więcej, jak również coraz częściej zadawane są pytania obiektom, dotyczące zgodności z działalnością proekologiczną. Z kularowych rozmów przeprowadzonych z polskimi dyrektorami obiektów i miejsc spotkań podczas spotkania branżowego Meetings Week Poland 2013-2014 wysnuto następujące wnioski. Najważniejszą rolę w obiekcie, który może pochwalić się zapleczem ekologicznym sprawuje technologia i jej najnowocześniejsze rozwiązania. Wszelkie działania, które pozwolą oszczędzić energię, wodę oraz pozostałe media, tym samym minimalizując emisję szkodliwych substancji do atmosfery, to główne elementy green venue. Kolejnym bardzo istotnym wyznacznikiem zielonego obiektu jest odpowiedni personel. Kierując się zasadami Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) powinny to być osoby ze społeczności lokalnej, a ponadto świadome ekologii, które wprowadzają proekologiczne praktyki również w swoje codzienne życie. Na pochwałę zasługuje również działalność ekologiczna obiektów poprzez uczestnictwo w takich programach jak, np. „Godzina dla ziemi” czy „Sprzątanie świata”. Ekologiczna kuchnia, stosowanie produktów regionalnych oraz sezonowych to również działania, jakie wprowadzają obiekty chcące być uznawane za eko, nie zapominając o ekologicznej ofercie konferencyjno-eventowej dla biznesu. Ponadto hotele wykonują podstawowe czynności proekologiczne, takie jak segregacja niebezpiecznych odpadów (światłówki, baterie, sprzęt elektroniczny), w tym odpadów generowanych również przez pracowników, czy prowadzą zbiórkę materiałów do ponownego przetworzenia, czyli szkło, papier etc. Jednak istotnym elementem w byciu obiektem eco dostrzeganym przez przemysł spotkań i specjalnie mu dedykowanym jest ekologiczna oferta, oparta na m.in. specjalnie opracowanym programie przeprowadzania konferencji z uwzględnieniem ekopolityki w obiekcie.²⁷

Funkcjonowanie nowoczesnych znacząco hoteli opiera się na działalności konferencyjno-kongresowej. Jak pokazują statystyki, przeciętnie podczas trzydniowego spotkania, w którym udział bierze 500 osób, produkuje się około 6 ton odpadów oraz zużywa się średnio 100 000 kilowatów energii i 200 000 litrów wody.

Konieczność podjęcia działań, związanych z ochroną środowiska, dostrzegły już dawno sieci hotelowe. Aby zmniejszyć niekorzystny wpływ na środowisko, obiekty hotelarskie sieci Starwood, które kreują

²⁷ A. Pawlicz, M. Sidorkiewicz, op. cit., s. 204

swoją ofertę m.in. do turystów biznesowych, stara się wyeliminować z niej takie elementy, które mają negatywny wpływ na otoczenie naturalne. Przykład może stanowić oferta organizacji konferencji, podczas której hotel biznesowy oferuje:²⁸

- przygotowanie kącika z przyborami biurowymi zamiast notatników i długopisów rozłożonych przy każdym uczestniku,
- wykorzystanie tablic wielokrotnego użytku zamiast tzw. flipchartów, czyli tradycyjnych tablic z arkuszami papieru,
- wykorzystanie podczas spotkania naturalnego światła dziennego zamiast sztucznego oświetlenia sali,
- włączanie klimatyzacji tylko na prośbę uczestników spotkania oraz zachęcanie gości do otwierania okien,
- serwowanie wody mineralnej w dużym dystrybutorze lub w dzbankach zamiast w małych butelkach,
- przygotowanie ekologicznej przerwy kawowej z naturalnymi sokami owocowymi i ciasteczkami przygotowanymi w hotelu z produktów ekologicznych,
- przygotowanie ekologicznego menu z lokalnych produktów sezonowych,
- zachęcanie organizatorów spotkań do przesyłania materiałów konferencyjnych pocztą elektroniczną zamiast ich drukowania.

Dodatkowo sieć hotelowa Starwood Hotels & Resort w większości swoich obiektów oddaje do dyspozycji uczestników konferencji tzw. Green Meeting Concierge, czyli osobę, która przygotowuje salę i dba o przestrzeganie zasad ekologii podczas wydarzenia. W Polsce sieć przeprowadziła ankietę wśród swoich 500 gości, której wyniki wskazały, że aż 94 % ankietowanych zadeklarowało, że ekologia ma dla nich duże znaczenie, a 84 % stwierdziło, że stara się postępować na co dzień ekologicznie. O tym, że trend eco już mocno ukształtował się poza granicami naszego kraju świadczyć może fakt, że w ankiecie wzięło udział tylko 36% Polaków, a reszta to goście z zagranicy, którzy często podróżują po świecie. Warto też zwrócić uwagę, że ponad połowa ankietowanych stwierdziła, że wdrażane przez hotel inicjatywy ekologiczne mogą być czynnikiem decydującym o wyborze obiektu. Co ciekawe jednak, ma to większe znaczenie dla Polaków, gdyż pozy-

²⁸ A. Róg-Skrzyniarz, *Ekologia decyduje o wyborze hotelu*, <http://www.e-hotelarz.pl/> (15.01.2011).

tywnie na to pytanie odpowiedziało prawie 70% badanych rodaków.²⁹ Jak już wspomniano, bardzo istotnym elementem w zarządzaniu obiektem uwzględniającym trend eco jest ekologiczna oferta lokacji. Bardzo dobrym przykładem obiektu typu green venue jest Edinburgh International Conference Centre w Edynburgu w Wielkiej Brytanii. Obiekt dla swoich klientów przygotował ekologiczną ofertę dla przemysłu spotkań o nazwie „Plan it green”, czyli program zrównoważonego wydarzenia składającego się z całej rzeszy ekologicznych rozwiązań dedykowanych organizacji wydarzeń odbywających się na terenie EICC oraz ekologicznie zaangażowanych interesariuszy. Ponadto centrum oferuje doradztwo i wsparcie na każdym etapie procesu planowania eventu w celu wdrożenia jak największej ilości ekologicznych rozwiązań, które następnie przekształcą tradycyjne wydarzenie w zrównoważony i ekologicznie odpowiedzialny event.

Zastosowanie eco technologii, czyli energooszczędnych systemów oświetlenia, ogrzewania i chłodzenia oraz oszczędzania wody, pozyskiwanie oraz zakup produktów lokalnych i ekologicznych, uświadamianie pracowników w zakresie stosowania ekologicznych rozwiązań, również w ich życiu codziennym, czy tworzenie partnerstw z organizacjami, które wykazały zaangażowanie w ochronę środowiska – to eco elementy, jakie wdrożyło EICC. Obiekt ten to też idealny przykład na doskonałą współpracę między obiektem a klientami i delegatami. W celu zminimalizowania wpływu eventu na środowisko starają się stosować najlepsze praktyki z możliwych. Wymienić tu można chociażby catering, który przygotowany jest na miejscu z lokalnych produktów, bazujących na zdrowych i sezonowych potrawach, zarządzanie odpadami i stosowanie zasady 3R (reduce, reuse, recycle), zachęcanie do korzystania z transportu publicznego zarówno przez pracowników, klientów i delegatów, wreszcie zastosowanie najnowocześniejszej technologii systemu zarządzania budynkiem czy polecanie obiektów noclegowych, które stosują ekopolitykę. Obiekt bardzo wysoko ceni sobie bycie eco, co docenili klienci lokacji, o czym świadczyć może chociażby fakt, że 60% z nich ponownie wraca z organizacją wydarzeń w EICC. Dużą rolę obiekt przywiązuje również do edukacji swoich klientów. Na swojej stronie internetowej opublikowali 10 eko wskazówek, które warto zastosować przed planowanym eventem w obiekcie. Znalazły się tu m.in. takie wskazówki, jak: oszczędzaj papier, drukując

²⁹ Materiały prasowe Starwood Hotels marzec 2013, *Raport o znaczeniu ekologii w hotelu*

mniej, używaj mobilnych urządzeń i aplikacji, sprawdź czy obiekt prowadzi zielone inicjatywy – np. sadzenie drzew, korzystaj z praktyki 3R, użyj publicznego transportu, wybieraj na nocleg eco hotel, jedz eco posiłki, oszczędzaj energię, szerz zieloną politykę oraz rozważnie przygotuj materiały konferencyjne. Według EICC odpowiedni obiekt na zrównoważony event to taki, który:

- prowadzi strategię zgodną ze zrównoważonym rozwojem
- posiada rozwiązania oszczędzające media (energię, wodę)
- redukuje emisję CO₂
- prowadzi gospodarkę odpadami i segregacją śmieci
- współpracuje z lokalnymi dostawcami
- posiada catering oparty na produktach lokalnych i sezonowych
- charakteryzuje się dogodnym dojazdem z każdego miejsca w kraju, najlepiej komunikacją publiczną
- posiada wyedukowany w zakresie ekologii personel
- prowadzi działania CSR.³⁰

Bez wątpienia jest to jeden z wzorowych obiektów stosujących ekopolitykę w przemyśle spotkań.

Sytuacja w branży hotelarskiej w latach 2008 – 2013 przedstawiała się korzystnie. W tym okresie zaobserwowano w Polsce 50% wzrost liczby obiektów hotelowych i 30% wzrost podaży pokoi. W polskim rynku drzemie ogromny potencjał, a potwierdzają to obserwacje świadczące o stabilnym wzroście sytuacji rynkowej w sektorze hotelarskim w Polsce.³¹ Obiekty ekologiczne stają się w oczach gości bardziej interesujące oraz nowoczesne, a ich dodatkowym atutem jest odpowiednie zarządzanie ukierunkowane na zrównoważony rozwój oraz zadbane środowisko. Na Zachodzie ekologiczne hotele powoli stają się normą na rynku hotelarskim, a te które nie posiadają chociaż elementów ekopolityki niebawem stanowiąc będą indywidualne i odosobnione przykłady.

3. Eko certyfikacja

Wiele obiektów stara się wprowadzać zieloną politykę do swojej oferty, ale tylko nieliczne mogą poszczycić się nagrodami czy certy-

³⁰ www.eicc.uk, (05.04.2014)

³¹ *Materiały konferencyjne Konferencji Hotel Trends Sofitel Warsaw Victoria*, 28 listopada 2013.

fikatem w tym zakresie. W branży turystycznej istnieje ponad 100 certyfikujących systemów, z czego aż około 40 dotyczy hotelarstwa. Do najważniejszych można zaliczyć m.in. takie certyfikaty, jak: Ecotel, Eco-friendly Hotels, Green Leaf, Environmental Squirrel, Green Key, Nordic Swan, Green Hotelier oraz EU Flower.³² Zwykle uzyskanie certyfikatu wymaga wprowadzenia wielu zmian w działalności obiektów, do których można zaklasyfikować m.in.:

- zredukowanie zużycia energii i wody,
- prowadzenie odpowiedniej gospodarki odpadami,
- wykorzystanie odnawialnych źródeł energii,
- wyeliminowanie szkodliwych substancji chemicznych,
- współpracę z lokalnymi dostawcami i promowanie lokalnej żywności,
- pomoc w przestrzeganiu lokalnych wymogów prawnych.³³

Gdy mówimy o obiektach i miejscach spotkań mamy do czynienia z infrastrukturą, czyli przestrzeniami specjalnie wybudowanymi dla branży turystycznej i przemysłu spotkań. To właśnie na etapie budowy powinno być wprowadzonych jak najwięcej eko innowacji. Takie działania potwierdzają prestiżowe certyfikaty w zakresie eko innowacji. Jednym z takich pożądanых certyfikatów jest LEED – Leadership in Energy and Environmental Design, nadawany przez niezależną amerykańską organizację Green Building Council. Organizacja ta propaguje idee ekologicznego budownictwa w celu podejmowania szeroko zakrojonych działań na rzecz tworzenia i promowania tzw. „zielonych budynków”. Zadaniem LEED jest m.in. ocena, w jaki sposób obiekty budowlane wpływają na środowisko naturalne. Oceny dokonuje się na podstawie pięciu głównych kryteriów: zrównoważonej lokalizacji inwestycji, efektywności gospodarki wodnej, oszczędności energii, wykorzystania materiałów i surowców oraz zarządzania jakością środowiska wewnętrznego, w tym powietrza we wnętrzu budynku. Dodatkowym kryterium jest innowacyjność w projektowaniu. Certyfikacja LEED przeprowadzana jest obecnie w 120 krajach na całym świecie i obejmuje cztery poziomy: Certified, Silver, Gold lub Platinum. Najwyższe odznaczenie otrzymał m.in. budynek głównej siedziby firmy Armstrong World Industries, Budynek 701. Ten trójkondygnacyjny biurowiec o powierzchni ponad 10.000 m² został doceniony przede

³² http://serwis-hotelarski.gastrona.pl/art/article_2903.php, (10.04.2014), s. 1

³³ Ibidem, s. 2

wszystkim za innowacyjność w projektowaniu, na którą złożyły się takie elementy, jak: wyjątkowa akustyka wewnątrz budynku oraz wysoki współczynnik odbicia światła, co dało bardzo dobrą dystrybucję światła dziennego i sztucznego, jednocześnie przyczyniając się do zmniejszenia zapotrzebowania na energię elektryczną. Na szczególną uwagę zasługuje też otoczenie budynku. Wykorzystano tu lokalną roślinność, która nie wymaga nawilżania oraz energochłonnych procesów pielęgnacyjnych. Dodatkowo zadbano o obecność zbiorników wody deszczowej, które w przypadku gwałtownych opadów regulują właściwe uwalnianie zebranej wody do sąsiadujących systemów cieków wodnych. Budynek jest wyposażony w automatyczny system optymalizacji energii elektrycznej stale monitorujący poziom jej zużycia, wykorzystuje też energię pochodzącą z czystych elektrowni wiatrowych, co stanowi 75% energetycznego zapotrzebowania Budynku 701 i jest świadectwem odpowiedzialnej polityki redukcji emisji dwutlenku węgla.

Zachód zawsze był przed nami o krok z przodu, jednak w tej dziedzinie przestajemy stać za jego plecami. Pierwszy w Polsce złoty certyfikat LEED przypadł budynkowi „Zielony Oddział” Deutsche Bank PBC w Warszawie. Wcześniej został przyznany Srebrny Certyfikat w kategorii New Construction dla budynku firmy BorgWarner w Jasionce k. Rzeszowa. Najwyższe odznaczenie LEED otrzymał też budynek GREEN Towers A we Wrocławiu. Jak widać certyfikatem LEED poszczycić się mogą głównie budynki komercyjne. Jednak i przemysł spotkań, a szczególnie jego hotelarski sektor, doczekał się tego zaszczytu. Certyfikat LEED ‘Gold’ Application In Process został przyznany jeszcze przed jego otwarciem hotelowi Hampton by Hilton Warsaw City Centre. Obiekt został doceniony głównie za energooszczędność oraz wykorzystanie nowoczesnych technologii i materiałów przyjaznych dla środowiska. Wyróżnia go również niskie zużycie energii i wody oraz zredukowany spływ wody deszczowej. Imponujący jest też fakt, że budynek hotelu eksploatuje 40 proc. mniej energii w porównaniu do standardu ASHRAE 90.1 – 2007.

System LEED nie jest jedynym w dziedzinie eco budownictwa. Kolejnym, co do popularności wielokryterialnej certyfikacji budynków jest brytyjski system BREEAM, stworzony przez organizację BRE Global (Buildin Research Establishment). BREEAM bierze pod uwagę wiele cech budynku, takich jak: efektywność energetyczna, materiały

i konstrukcja, eksploatacja i realizacja, gospodarka wodą i odpadami, jakość środowiska wewnętrznego czy dostępność komunikacyjna. Jednym z najnowszych certyfikowanych budynków, a zarazem pierwszym w Polsce centrum handlowym jest Futura Park Kraków, który otrzymał ten certyfikat na poziomie Very Good. Pierwszy w Polsce certyfikat dla budynków istniejących BREEAM in Use na poziomie: Very Good trafił do łódzkiej Manufaktury. Na poziomie „Excellent” otrzymał go natomiast T-Mobile Office Park w Warszawie. W Europie są zaledwie 34 budynki z tak wysoką oceną, a tylko pięć z nich to inwestycje zakończone. Wcześniej certyfikaty, na poziomie „Very Good”, uzyskały stołeczne biurowce: Senator przy ul. Bielańskiej, kompleks Mokotów Nova przy ul. Wołoskiej, Crown Square przy Rondzie Daszyńskiego, Trinity Park III przy ul. Domaniewskiej oraz Katowice Business Point. Trwa już także proces certyfikacji BREEAM kolejnego budynku w Polsce – Warsaw Spire. W każdym z tych obiektów znajdują się sale konferencyjne oraz przestrzenie wykorzystywane na spotkania firmowe, narady zarządów czy szkolenia pracowników.

Wyjątkowych eco budynków potwierdzonych certyfikatami jest coraz więcej. Jednak na szczególną uwagę zasługuje Crystal, który jako pierwszy budynek na świecie otrzymał najwyższe wyróżnienia w obu wymienionych systemach certyfikacji: LEED Platinum oraz BREEAM Outstanding. Londyńskie centrum zbudowane i zarządzane jest przez firmę Siemens, która włożyła wiele wysiłku, by uczynić obiekt jednym z najbardziej energooszczędnych i ekologicznych budynków na świecie. Firma od początku postawiła na najwyższe standardy w zakresie projektowania, budowy, technologii i działania. Ten przepełniony innowacjami i rozwiązaniami technologicznymi w obszarze wydajności energetycznej i zrównoważonego rozwoju obiekt stanowi wzór do naśladowania. Przy jego projektowaniu i budowie użyto innowacyjnych technologii wykorzystujących energię słoneczną i gruntowe pompy ciepła do wytwarzania własnej energii – oznacza to, że w budynku nie stosuje się paliw kopalnych. Budynek jest w pełni samowystarczalny, jeśli chodzi o ogrzewanie i chłodzenie. W sumie Crystal zużywa o 46% mniej energii i emituje o 65% mniej dwutlenku węgla niż porównywalne budynki biurowe. W obiekcie mieści się wystawa poświęcona zrównoważonemu rozwojowi miast, centrum konferencyjne wraz z audytorium mającym 270 miejsc oraz przestrzeń pracy dla ekspertów rozwoju miast z całego świata, jak i pracowników firmy. Siemens stwo-

rzył fascynujący obszar architektoniczny, który ma być przede wszystkim miejscem spotkań i przestrzenią szerzenia wiedzy. Inwestycja Siemens w centrum rozwoju urbanistycznego Crystal wyniosła prawie 35 milionów euro, lecz logo firmy celowo nie zostało umieszczone na budynku, by stworzyć neutralną płaszczyznę spotkań dla decydentów, burmistrzów miast, urbanistów i architektów. Kolejne centra wiedzy i kompetencji planowane są w Szanghaju i Waszyngtonie.

Firmy, które w swoim najbliższym otoczeniu dbają o przestrzeganie norm ekologicznych, już niebawem przy organizacji wszelkich wydarzeń będą poszukiwały partnerów, którzy spełniają podobne kryteria. Takie działania wprowadzili m.in. organizatorzy olimpiady w Londynie, którzy to nałożyli na swoich podwykonawców obowiązek podjęcia starań w kierunku wdrożenia zasad określonych przez standard BS8901. Międzynarodowa norma określająca zarządzanie eventami w sposób środowiskowo zrównoważony została wprowadzona przez BSI British Standard Institution. To pierwszy standard, który określa zasady zrównoważonego systemu zarządzania w przemyśle oraz jest dedykowany branży eventowej. Odnosi się on do systemu zarządzania stosowanego przez firmy, które dostarczają różnego rodzaju usług niezbędnych do zorganizowania wydarzeń. Standard ten określa wytyczne dla zrównoważonego systemu zarządzania eventami, w taki sposób, aby zapewnić trwałe i zrównoważone podejście do odpowiedzialności za środowisko naturalne, działalności gospodarczej oraz postępu społecznego. Określa on 3 płaszczyzny zarządzania eventami: planowanie, realizacja, sprawdzanie i przegląd.³⁴ Standard BS 8901 odnosi się do wszelkiego rodzaju konferencji i imprez zarówno małych o zasięgu lokalnym, jak i międzynarodowych.

Stosowanie standardu zobowiązuje firmy do wdrażania środków służących do monitorowania i minimalizacji negatywnego wpływu eventów na środowisko. To ogromna szansa dla obiektów i miejsc spotkań, które już tę eko politykę wprowadziły w swoje struktury i jednocześnie wyzwanie dla tych, którzy właśnie zastanawiają się, jak przystosować się do zbliżającej się eko rzeczywistości i nie stać w tyle za najnowszymi trendami, a wręcz wyprzedzić je. Hotel Radisson Blu w Krakowie, jako pierwszy i jedyny dotąd hotel na świecie, otrzymał prestiżowy certyfikat BS 8901. Obecnie na całym świecie certyfikat BS 8901 posiada około 30 firm. Są to najwięksi organizatorzy imprez

³⁴ A. Kłos, op. cit., s. 13

oraz najbardziej innowacyjne centra konferencyjne, kongresowe i rozrywkowe – jak na przykład Earls Court and Olympia w Londynie, czy Meeting Professionals International.

Wszystkie wymienione certyfikaty są zaświadczeniami międzynarodowymi stosowanymi na całym świecie, jednak dla obiektów w naszym kraju niemniej ważne są rodzime standardy. W Polsce również opracowano możliwość certyfikacji dla branży turystycznej, której nadano nazwę „Czysta turystyka”. Zaświadczenie to dedykowane jest głównie hotelom, hostelom, pensjonatom i domom gościnnym, które przez wdrożenie ekologicznych rozwiązań chcą obniżyć koszty funkcjonowania swych firm oraz podnieść jakość oferowanych usług.³⁵ Certyfikat ten nadaje Fundacja „Partnerstwo dla Środowiska”.³⁶

Podsumowanie

We współczesnym świecie turystyka stanowi istotny element gospodarki większości krajów i ma zdecydowany wpływ na ich rozwój. Wciąż jednak dla tradycyjnego turysty czy przeciętnego człowieka stanowi głównie źródło wypoczynku, możliwość zwiedzenia nowych zakątków kraju i świata, jest oderwaniem od codzienności oraz szansą na rozwój osobisty poprzez bezpośredni kontakt z obcymi kulturami. Ciągły rozwój turystyki oraz liczne zmiany, jakie zachodzą w turystyce możemy zaobserwować m.in. w celach podróży, miejscach turystycznego bytowania, sposobie podróżowania czy preferowanych aktywnościach w czasie wolnym spędzonym na wyjeździe. Ostatnie lata ukazują, że turyści w swym podróżowaniu stają się coraz bardziej refleksyjni, interesuje ich nie tylko dokąd, ale również w jaki sposób podróżują, a także to, by ich pobyt był możliwie jak najmniej szkodliwy dla odwiedzanych rejonów oraz społeczności lokalnej. Wszystko to ma związek ze stale rosnącą świadomością ekologiczną i popularyzacją zachowań pro-środowiskowych i rosnącego znaczenia zjawiska społecznej odpowiedzialności biznesu.

Trend budowy eco venue będzie jednym z wiodących nie przez najbliższe lata lecz zapewne stulecia. Postęp technologiczny ułatwia,

³⁵ Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, źródło: <http://www.fpds.pl/> za: R. Dziuba, *Efektywność ekologicznych rozwiązań na przykładzie certyfikowanych obiektów hotelarskich*, <http://www.turyzmmlaregionu.eu/> (07.02.2013).

³⁶ A. Pawlicz, M. Sidorkiewicz, op. cit.

ale też daje wiele możliwości sprzyjających naturze i życiu. Rośnie też powszechna świadomość znaczenia ekologii w życiu codziennym. Jeżeli w domach segregujemy śmieci i montujemy energooszczędne żarówki, podobnych działań, lecz na dużo wyższym poziomie zaawansowania będziemy oczekiwali od miejsc i obiektów, które odwiedzamy. O tym, że turystyka ma negatywny wpływ na środowisko, mówi się szerzej dopiero od niedawna, doceniając jej inne walory. Jednak dziś trudno jest przyznać się do ignorowania ekologii, nawet jeżeli się to istotnie robi. Zmiany w ekologicznej świadomości oraz postępowaniu społeczeństwa są nie tylko wyznacznikiem narzucanym przez duże korporacje, ale stanowią również dobrą praktykę w życiu codziennym. Tym bardziej cieszy fakt, że powstaje tak wiele obiektów i miejsc spotkań, które działania ekologiczne mają wpisane jako fundamentalne w swe mury oraz politykę działalności firmy. Ekologia jest dzisiaj postrzegana nie tylko, jako dbanie o środowisko naturalne, ale także traktowana jest w kategorii społecznej odpowiedzialności biznesu. Jak widać eco trend na dobre zagościł już w życiu wielu firm, które swoje siedziby budują zgodnie z najwyższymi standardami popartymi znaczącymi certyfikatami. Naturalnym zatem będzie to, że jeżeli firmy w swoim najbliższym otoczeniu dbają o przestrzeganie norm ekologicznych, to już niebawem przy organizacji wszelkich wydarzeń będą poszukiwały partnerów, którzy spełniają podobne kryteria. Wyznacznikiem będą przyznawane certyfikaty oraz wymagania i oczekiwania nowej generacji konsumentów. Dzięki innowacyjnemu podejściu obniżą się koszty utrzymania obiektów i miejsc spotkań, regiony będą postrzegane jako proekologiczne, a klienci zyskają to, co najważniejsze – ekologiczne miejsca organizacji spotkań. Ekologizacja sektora konferencji i wydarzeń stała się wyzwaniem moralnym na całym świecie, a zjawisko to wymaga przywództwa, wizji, a przede wszystkim zaangażowania całego przemysłu spotkań.

Bibliografia

1. Bielski I., *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, OPO, Bydgoszcz 2000.
2. Davidson R., Rogers T., *Marketing Destinations and Venues*, Elsevier Grate Britan, 2007.

3. Gossling S., *Tourism and Water Use: Supply, Demand, and Security An International Review*, Linnaeus University.
4. Gryszel P., Jaremen D., Rapacz A., *Zasady zrównoważonego rozwoju w praktyce funkcjonowania obiektów hotelarskich*, (w:) *Zrównoważony rozwój turystyki*, red. S. Wodejko, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2008.
5. Janasz W., Koziół K., *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007.
6. Kłós A., *Proekologiczne rozwiązania w obiektach hotelarskich*, Zeszyty Naukowe 1(11) 2013, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa 2013.
7. Łabaj M., *Komponenty zarządzania ekologicznego hotelu*, (w:) *Ekologiczny hotel jako innowacyjny kierunek rozwoju polskiej turystyki – seminarium szkoleniowe*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków 2009.
8. Milewska M., Włodarczyk B., *Hotelarstwo. Podstawowe wiadomości*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.
9. Nowakowska A., *Współczesne trendy w rozwoju obiektów i miejsc spotkań*, (w:) (red:) K. Celuch, *Zarządzanie i organizacja spotkań w Polsce*, Instytut Turystyki Vistula, Warszawa 2014.
10. Pawlicz A., Sidorkiewicz M., *Ekologia jako podstawa innowacyjnego produktu hotelarskiego*, (w:) (red:) P. Dominik, *Innowacyjne rozwiązania we współczesnym hotelarstwie*, Szkoła Wyższa Almamater, Warszawa 2013.
11. Róg-Skrzyniarz A., *Ekologia decyduje o wyborze hotelu*, <http://www.e-hotelarz.pl/> (15.01.2011).
12. Tokarski J. (red.), *Słownik wyrazów obcych*, PWN, Warszawa 1980.
13. *Podręcznik Oslo „Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji” 2005 Wydanie Trzecie*, OECD Eurostat.

Źródła cyfrowe

14. Celuch K., *Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2014*, Poland Convention Bureau, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2014.
15. *Global Risk Report 2014 Ninth Edition World Economic Forum*, http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2014.pdf, (30.10.2013).

17. *State of Sustainable Business Survey 2013 BRS Globe Scan*, październik 2013, www.bsr.org/reports/BSR_GlobeScan_Survey_2013.pdf, (30.10.2013).
18. *Millennial Survey Positive Impact – Deloitte Report 2014*, www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/2014-millennial-survey-positive-impact.html, (28.11.2014).
19. Dom Badawczy Maison oraz SGS Polska „Barometr CSR 2013”, http://www.doradztwocsr.pl/pdf/BAROMETR_CSR_2013_Broszura_konferencyjna.pdf, (12.09.2013).
20. CSRInfo.org, *ISO 26000: nareszcie precyzyjna definicja CSR*, www.csrinfo.org/pl/component/content/article/2590-iso-26000-nareszcie-precyzyjna-definicja-csr, (11.12.2010).
21. www.univ.rzeszow.pl/wbr/zeszyty/pl/issues/07/issue07_art005.pdf, (17.11.2012).
22. www.samsungmedia.pl, (5.11.2013).
23. Materiały prasowe Starwood Hotels marzec 2013, *Raport o znaczeniu ekologii w hotelu*
24. www.eicc.uk, (05.04.2014)
25. Materiały konferencyjne Konferencji Hotel Trends Sofitel Warsaw Victoria 28 listopad 2013, http://serwis-hotelarski.gastrona.pl/article_2903.php, (10.04.2014).
27. Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, źródło: <http://www.fpds.pl/> za: R. Dziuba, *Efektywność ekologicznych rozwiązań na przykładzie certyfikowanych obiektów hotelarskich*, <http://www.turyzmdlaregionu.eu/>, (07.02.2013).