

Footprint

Krajowy przewodnik wsparcia

Polska

Spis treści

Wprowadzenie i kontekst krajowy....3

Krajowa polityka i ramy wsparcia....8

Zastosowanie zasad praktycznych w polskich warunkach....16

Najlepsze praktyki....18

Turystyka przygodowa....19

Turystyka ekologiczna....21

Turystyka kulturowa....22

Zalecenia dla MŚP....24

Materiały i literatura uzupełniająca....31

Co-funded by
the European Union

Wprowadzenie i kontekst krajowy

Przegląd sektora turystycznego w Polsce



Turystyka odgrywa ważną rolę w rozwoju gospodarczym, społecznym i kulturowym Polski. Różnorodność krajobrazów, bogate dziedzictwo historyczne i kulturowe, rozwinięta sieć miast, obszary wiejskie, uzdrowiska, regiony górskie, nadmorskie i pojezierne sprawiają, że Polska posiada szeroką i zróżnicowaną ofertę dla turystów krajowych i zagranicznych. Znaczenie sektora potwierdzają najnowsze dane.

W 2025 r. ruch turystyczny w Polsce osiągnął rekordowy poziom, a z turystyką związanych było około **637 tys. miejsc pracy**, co odpowiadało **4,2% wszystkich pracujących w Polsce.** Zatrudnienie koncentrowało się przede wszystkim w usługach zakwaterowania i gastronomii, transporcie pasażerskim oraz działalności organizatorów i pośredników turystycznych.

Z ekonomicznego punktu widzenia turystyka generuje popyt na wiele rodzajów usług i produktów. Jej rozwój wspiera nie tylko hotelarstwo i gastronomię, lecz także transport, handel, kulturę, rekreację, sektor wydarzeń, usługi przewodnickie, lokalne rzemiosło oraz produkcję żywności. Szczególne znaczenie ma w regionach, w których turystyka stanowi jedno z ważniejszych źródeł dochodu i zatrudnienia. Rozwój ruchu turystycznego może pobudzać lokalną przedsiębiorczość, wspierać inwestycje i tworzyć miejsca pracy również poza największymi ośrodkami gospodarczymi.

Znaczenie turystyki wykracza jednak poza wymiar ekonomiczny. Jest ona również ważnym narzędziem ochrony, interpretacji i promocji dziedzictwa kulturowego. Zabytki, muzea, lokalne tradycje, kuchnia regionalna, rzemiosło, wydarzenia kulturalne oraz dziedzictwo niematerialne stanowią istotny element polskiej oferty turystycznej. Odpowiedzialnie rozwijana turystyka może wzmacniać zainteresowanie lokalną historią i kulturą, wspierać twórców i producentów oraz przyczyniać się do zachowania regionalnej tożsamości.

Turystyka ma również istotne znaczenie społeczne. Może sprzyjać integracji lokalnych społeczności, wzmacniać poczucie dumy z miejsca zamieszkania i tworzyć nowe możliwości współpracy między przedsiębiorcami, samorządami, organizacjami społecznymi oraz instytucjami kultury. Dobrze zarządzany rozwój turystyki może poprawiać jakość infrastruktury i usług dostępnych nie tylko dla odwiedzających, lecz również dla mieszkańców.
W polskim sektorze turystycznym działa wiele mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, m.in. w hotelarstwie, gastronomii, organizacji turystyki, rekreacji, transporcie i usługach towarzyszących. To właśnie ich codzienne decyzje dotyczące sposobu wykorzystania zasobów, współpracy z dostawcami, tworzenia oferty i obsługi odwiedzających mają bezpośredni wpływ na jakość doświadczenia turystycznego oraz funkcjonowanie lokalnych gospodarek i społeczności.

Wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem polskiego sektora turystycznego

Rozwój turystyki przynosi wiele korzyści, ale jednocześnie wiąże się z wyzwaniami środowiskowymi, społecznymi i gospodarczymi. Jednym z najważniejszych jest presja na zasoby naturalne wynikająca m.in. ze zwiększonego zużycia energii i wody, produkcji odpadów, transportu oraz intensywnego wykorzystywania przestrzeni.
Szczególne znaczenie ma to w miejscach o dużej koncentracji ruchu turystycznego. Popularne miasta, regiony nadmorskie, górskie i inne atrakcyjne obszary mogą doświadczać okresowego przeciążenia infrastruktury, wzrostu natężenia transportu, hałasu, zwiększonej produkcji odpadów oraz presji na środowisko naturalne. Wrażliwe ekosystemy, obszary chronione, szlaki turystyczne i tereny rekreacyjne wymagają odpowiedniego zarządzania ruchem odwiedzających, aby rozwój turystyki nie prowadził do degradacji zasobów, które stanowią podstawę atrakcyjności danego miejsca.
Kolejnym wyzwaniem jest nierównomierne rozłożenie ruchu turystycznego w przestrzeni i w ciągu roku. W wielu regionach Polski występują wyraźne okresy szczytowego popytu, związane m.in. z wakacjami, feriami, sezonem zimowym czy długimi weekendami. Może to prowadzić do przeciążenia infrastruktury i przestrzeni publicznych w najbardziej popularnych miejscach, podczas gdy inne obszary lub okresy roku pozostają mniej wykorzystane.
Dla przedsiębiorstw oznacza to konieczność funkcjonowania w warunkach zmiennego popytu, z intensywnymi okresami działalności i słabszymi miesiącami, które mogą utrudniać utrzymanie stabilnego zatrudnienia, płynności finansowej i efektywnego wykorzystania zasobów. Dlatego zrównoważony rozwój turystyki powinien obejmować również działania na rzecz wydłużania sezonu, dywersyfikacji oferty i bardziej równomiernego rozpraszania ruchu turystycznego.

Coraz większym wyzwaniem są skutki zmian klimatu, które mogą wpływać na różne segmenty polskiej turystyki w odmienny sposób. W regionach górskich mogą oznaczać większą niestabilność sezonu zimowego, w miastach - częstsze fale upałów, a na terenach przyrodniczych - okresowe niedobory wody, zagrożenie suszą czy większe ryzyko występowania ekstremalnych zjawisk pogodowych. Intensywne opady, gwałtowne burze i lokalne podtopienia mogą z kolei oddziaływać na infrastrukturę, bezpieczeństwo odwiedzających i ciągłość prowadzenia działalności. Zwiększanie odporności przedsiębiorstw i destynacji na tego rodzaju zjawiska staje się więc coraz ważniejszym elementem długoterminowego planowania.

Turystyka pozostaje również w bezpośredniej relacji z miejscami, w których żyją lokalne społeczności. Jej rozwój może przynosić mieszkańcom korzyści w postaci miejsc pracy, nowych usług, inwestycji oraz większej rozpoznawalności regionu. Jednocześnie w miejscach o wysokim natężeniu ruchu turystycznego mogą pojawiać się problemy związane z przeciążeniem infrastruktury, wzrostem natężenia ruchu, presją na przestrzeń publiczną czy stopniową utratą lokalnego charakteru miejsca.

Wyzwaniem jest więc takie zarządzanie rozwojem turystyki, aby korzyści były dzielone możliwie szeroko, a potrzeby mieszkańców pozostawały jednym z ważnych elementów planowania. Małe i średnie przedsiębiorstwa mogą odgrywać w tym procesie szczególnie istotną rolę, ponieważ często są silnie związane z lokalnym otoczeniem, zatrudniają mieszkańców, korzystają z usług lokalnych dostawców i współtworzą charakter destynacji.

Istotnym wyzwaniem pozostaje także rozproszenie informacji dotyczących polityk, finansowania, certyfikacji i instrumentów wsparcia. Zagadnienia związane ze zrównoważoną turystyką wynikają z wielu polityk i regulacji odnoszących się m.in. do klimatu, energii, transportu, gospodarki odpadami, ochrony przyrody czy rozwoju regionalnego. Z perspektywy małego przedsiębiorstwa odnalezienie się w tym systemie może być trudne.

Jednocześnie kierunek zmian jest coraz bardziej widoczny w krajowej polityce turystycznej. W Programie wsparcia turystyki 2026 Ministerstwo Sportu i Turystyki wyodrębniło osobny priorytet „Zrównoważony rozwój turystyki”, uwzględniający aspekty środowiskowe, społeczne i demograficzne. Program obejmuje również cyfrową transformację sektora oraz rozwój kompetencji zawodowych.



Dlaczego zrównoważony rozwój jest ważny dla polskich MŚP turystycznych

Mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają istotną rolę w procesie zielonej transformacji polskiej turystyki, ale jednocześnie często dysponują mniejszymi zasobami finansowymi, kadrowymi i organizacyjnymi niż duże podmioty.

Dla wielu przedsiębiorców samo pojęcie zrównoważonego rozwoju może wydawać się szerokie i trudne do przełożenia na codzienne decyzje. Nie zawsze jest jasne, od jakich działań rozpocząć, które zmiany przyniosą największy efekt, jak mierzyć zużycie zasobów i postępy, jakie rozwiązania są możliwe przy ograniczonym budżecie, gdzie szukać doradztwa i finansowania oraz czy i kiedy warto ubiegać się o certyfikację.

Jednocześnie zrównoważony rozwój może przynosić przedsiębiorstwom konkretne korzyści biznesowe. Bardziej efektywne wykorzystanie energii, wody i materiałów może ograniczać koszty operacyjne. Redukcja odpadów i strat może poprawiać efektywność procesów, a współpraca z lokalnymi producentami i usługodawcami - wzmacniać autentyczność oferty oraz pozytywny wpływ przedsiębiorstwa na lokalną gospodarkę.

Działania w tym obszarze mogą również wzmacniać reputację i wiarygodność firmy, pomagać odpowiadać na rosnące oczekiwania klientów i partnerów biznesowych oraz zwiększać odporność przedsiębiorstwa na zmiany cen energii, warunków rynkowych i skutki zmian klimatu.

Ważne jest przy tym, aby zrównoważony rozwój nie był utożsamiany wyłącznie z działaniami środowiskowymi. Obejmuje on również odpowiedzialność wobec pracowników i społeczności lokalnych, ochronę kultury i dziedzictwa, dostępność oferty, współpracę z partnerami oraz długoterminową stabilność ekonomiczną przedsiębiorstwa.

Jednym z najważniejszych komunikatów kierowanych do MŚP jest to, że zrównoważony rozwój nie wymaga natychmiastowej i kosztownej przebudowy całego modelu działalności. Bardziej realistyczne może być podejście etapowe: rozpoczęcie od prostych i możliwych do wdrożenia działań, a następnie stopniowe rozwijanie bardziej zaawansowanych rozwiązań.



Pierwszym krokiem może być analiza zużycia energii i wody, ograniczenie produktów jednorazowych, poprawa segregacji odpadów, zmniejszenie strat żywności, współpraca z lokalnymi dostawcami, ograniczenie materiałów drukowanych, bardziej efektywne planowanie transportu czy lepsze informowanie odwiedzających o odpowiedzialnych sposobach korzystania z miejsca.

W Polsce dostępne są różne instrumenty związane m.in. z efektywnością energetyczną, ochroną środowiska, zieloną transformacją, cyfryzacją czy rozwojem kompetencji. Nie wszystkie są jednak skierowane wyłącznie do sektora turystycznego, a ich zakres, warunki i terminy naborów mogą się zmieniać. Dlatego z perspektywy MŚP szczególnie istotne staje się nie tylko samo istnienie wsparcia, ale możliwość łatwego zidentyfikowania instrumentów rzeczywiście odpowiadających potrzebom konkretnej firmy.



Przedsiębiorcy potrzebują więc przede wszystkim praktycznej odpowiedzi na trzy pytania:
Co mogę zrobić? Gdzie mogę znaleźć wsparcie? Od czego najlepiej zacząć?

Cel Krajowego Przewodnika Wsparcia

Właśnie w odpowiedzi na te potrzeby powstał Krajowy Przewodnik Wsparcia dla Polski. Jego zadaniem jest uczynienie zasad zrównoważonego rozwoju bardziej zrozumiałymi, dostępnymi i możliwymi do zastosowania przez mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne.
Przewodnik ma przede wszystkim:

- przełożyć europejskie zasady zrównoważonego rozwoju na polski kontekst,
- wskazać istotne krajowe polityki, instytucje, programy i możliwości wsparcia,
- przedstawić praktyczne działania możliwe do zastosowania w codziennym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa,
- pokazać przykłady dobrych praktyk,
- pomóc przedsiębiorcom wybrać realistyczne pierwsze kroki dostosowane do wielkości, możliwości i charakteru ich działalności.

Przewodnik nie koncentruje się więc wyłącznie na teorii. Jego głównym celem jest wspieranie działania. Ma pomóc zarówno przedsiębiorstwom, które dopiero rozpoczynają swoją drogę w kierunku zrównoważonego rozwoju, jak i tym, które wdrożyły już pierwsze rozwiązania i chcą rozwijać je w bardziej systematyczny sposób.
Zrównoważona transformacja nie musi oznaczać natychmiastowych i kosztownych zmian. Może zaczynać się od niewielkich, konsekwentnie podejmowanych działań, które z czasem prowadzą do większej efektywności, odporności i odpowiedzialności przedsiębiorstwa.
Najważniejszym założeniem przewodnika jest więc to, że zrównoważony rozwój nie powinien być postrzegany jako dodatkowe obciążenie, lecz jako proces, który może jednocześnie ograniczać negatywny wpływ działalności, wzmacniać jakość oferty i zwiększać długoterminową konkurencyjność przedsiębiorstw turystycznych.

Krajowa polityka i ramy wsparcia

Przegląd polityk i regulacji krajowych

Zrównoważony rozwój turystyki w Polsce nie jest regulowany jednym odrębnym dokumentem strategicznym. Kierunek zmian wynika z kilku wzajemnie powiązanych polityk i strategii dotyczących rozwoju gospodarczego, ochrony środowiska, klimatu, energii, transportu, gospodarki odpadami oraz rozwoju regionalnego.

Dla przedsiębiorstw turystycznych oznacza to, że kwestie zrównoważonego rozwoju coraz częściej wpływają na otoczenie, w którym funkcjonują: dostępne programy wsparcia, inwestycje w efektywność energetyczną, transport, gospodarkę odpadami, adaptację do zmian klimatu, cyfryzację czy rozwój kompetencji.

Polska nie posiada obecnie przyjętej, odrębnej krajowej strategii poświęconej wyłącznie zrównoważonej turystyce. W latach 2025–2026 prowadzone były prace nad krajowym dokumentem wyznaczającym kierunki rozwoju turystyki. Początkowo był on przygotowywany jako Strategia Rozwoju Turystyki dla Polski do roku 2030, z perspektywą do roku 2036. W 2026 r. Ministerstwo Sportu i Turystyki poinformowało o dalszym prowadzeniu prac w formule Programu rozwoju turystyki dla Polski do 2036 r.

Jednocześnie w bieżącej polityce turystycznej zrównoważony rozwój jest już wyraźnie obecny. W **Programie wsparcia turystyki 2026** Ministerstwo Sportu i Turystyki wskazało „Zrównoważony rozwój turystyki" jako jeden z czterech odrębnych priorytetów programu, obok rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych, cyfryzacji oraz wzrostu kompetencji.

Dla MŚP najważniejsze jest więc nie szczegółowe poznanie wszystkich dokumentów strategicznych, lecz zrozumienie, że kierunki polityki publicznej coraz częściej przekładają się na **finansowanie, wymagania, standardy oraz możliwości rozwoju przedsiębiorstwa.**

Najważniejsze krajowe polityki, strategie i plany

Poniższe dokumenty mają szczególne znaczenie dla rozwoju bardziej zrównoważonej turystyki w Polsce:



Dokument	Status i zakres	Znaczenie dla sektora turystycznego
Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 z perspektywą do 2030 r. (SOR)	Przyjęta przez Radę Ministrów w 2017 r.; kluczowy dokument dotyczący średnio- i długofalowej polityki gospodarczej państwa.	Tworzy szersze ramy dla rozwoju gospodarczego, społecznego i terytorialnego oraz dla współpracy administracji z biznesem i społecznościami.
Polityka ekologiczna państwa 2030 (PEP2030)	Krajowa polityka środowiskowa obejmująca m.in. ochronę zasobów, klimat, jakość środowiska i edukację ekologiczną.	Istotna dla turystyki opartej na zasobach naturalnych, ochrony bioróżnorodności, ograniczania presji środowiskowej i adaptacji działalności przedsiębiorstw.
Polityka energetyczna Polski do 2040 r. (PEP2040)	Przyjęta przez Radę Ministrów w 2021 r.; wyznacza kierunek transformacji energetycznej Polski.	Ważna m.in. dla obiektów noclegowych, gastronomii i atrakcji turystycznych ze względu na efektywność energetyczną, koszty energii, OZE i transformację niskoemisyjną.
Strategia Zrównoważonego Rozwoju Transportu do 2030 r.	Przyjęta w 2019 r.; obejmuje m.in. niskoemisyjny transport, elektromobilność i zrównoważoną mobilność.	Szczególnie istotna z punktu widzenia dostępności destynacji, transportu publicznego, mobilności rowerowej i ograniczania emisji związanych z podróżami.
Strategiczny Plan Adaptacji dla sektorów i obszarów wrażliwych na zmiany klimatu do roku 2020 z perspektywą do roku 2030 (SPA2020)	Krajowy dokument dotyczący adaptacji do zmian klimatu; turystyka została w nim wskazana jako jeden z analizowanych sektorów.	Wskazuje potrzebę zwiększania odporności m.in. turystyki górskiej, nadmorskiej i innych form działalności zależnych od warunków pogodowych i przyrodniczych.

Dokument	Status i zakres	Znaczenie dla sektora turystycznego
Krajowy plan gospodarki odpadami 2028	Przyjęty uchwałą Rady Ministrów w 2023 r.	Istotny m.in. dla hoteli, gastronomii i wydarzeń w zakresie zapobiegania powstawaniu odpadów, segregacji, recyklingu i ograniczania strat zasobów.
Mapa drogowa transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym	Przyjęta przez Radę Ministrów w 2019 r.	Promuje ograniczanie zużycia surowców, ponowne wykorzystanie materiałów i zmniejszanie ilości odpadów, co można przekładać na codzienne procesy w przedsiębiorstwach turystycznych.
Program rozwoju turystyki dla Polski do 2036 r.	Dokument w przygotowaniu	Ma stać się przyszłym głównym dokumentem sektorowym, obejmującym m.in. zrównoważony rozwój, społeczności lokalne, środowisko, cyfryzację i kompetencje.
Program wsparcia turystyki 2026	Aktualny program Ministerstwa Sportu i Turystyki.	Zawiera odrębny priorytet „Zrównoważony rozwój turystyki” oraz działania dotyczące cyfryzacji i wzrostu kompetencji.

Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju pozostaje ważnym dokumentem odnoszącym rozwój gospodarczy do kwestii społecznych i terytorialnych. Została przyjęta w 2017 r. i zawiera perspektywę do 2030 r.
W obszarze środowiskowym szczególne znaczenie ma Polityka ekologiczna państwa 2030, która stanowi strategiczną podstawę działań państwa w zakresie ochrony środowiska i zrównoważonego gospodarowania jego zasobami.



Z perspektywy kosztów i sposobu funkcjonowania przedsiębiorstw istotna jest również Polityka energetyczna Polski do 2040 r. Jej celem jest transformacja polskiej gospodarki w kierunku niskoemisyjnym przy jednoczesnym zwiększaniu efektywności energetycznej i ograniczaniu wpływu sektora energii na środowisko. Dokument jest określany jako punkt odniesienia również dla przedsiębiorców i samorządów.
Duże znaczenie dla turystyki ma także transport. Strategia Zrównoważonego Rozwoju Transportu do 2030 r. wskazuje m.in. na promocję niskoemisyjnych środków transportu, elektromobilności, zrównoważonej mobilności oraz systemów zarządzania ruchem. Uwzględnia przy tym ochronę obszarów cennych przyrodniczo i sieci Natura 2000.
W kontekście zmian klimatu ważnym punktem odniesienia jest SPA2020 z perspektywą do 2030 r. Turystyka została w nim uwzględniona jako jeden z sektorów wymagających analizy podatności na skutki zmian klimatycznych.
Z kolei Krajowy plan gospodarki odpadami 2028, przyjęty w 2023 r., oraz Mapa drogowa transformacji w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym tworzą istotne ramy dla ograniczania zużycia zasobów i ilości wytwarzanych odpadów. Z punktu widzenia MŚP turystycznych może to oznaczać m.in. większy nacisk na zapobieganie powstawaniu odpadów, ponowne wykorzystanie materiałów, ograniczenie produktów jednorazowych i bardziej efektywne gospodarowanie zasobami.

W Polsce rozwój zrównoważonej turystyki wspierany jest przez krajowe strategie rozwoju, polityki środowiskowe oraz działania wynikające z założeń Europejskiego Zielonego Ładu. Istotną rolę odgrywają działania Ministerstwa Sportu i Turystyki, Ministerstwa Klimatu i Środowiska, Polskiej Organizacji Turystycznej oraz innych instytucji publicznych, które – w ramach swoich kompetencji – wspierają różne elementy transformacji sektora turystycznego..
Istotnym elementem polityki państwa jest uwzględnianie zasad zrównoważonego rozwoju w dokumentach strategicznych dotyczących turystyki, mobilności, efektywności energetycznej i transformacji klimatycznej. Działania te obejmują między innymi wspieranie gospodarki o obiegu zamkniętym, ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, poprawę efektywności energetycznej budynków oraz rozwój niskoemisyjnego transportu.

Coraz większe znaczenie mają także regionalne strategie rozwoju turystyki wdrażane przez samorządy wojewódzkie i lokalne organizacje turystyczne. Regiony rozwijają rozwiązania związane z ochroną zasobów naturalnych, zarządzaniem ruchem turystycznym oraz promocją turystyki przyjaznej środowisku. Szczególny nacisk kładzie się na rozwój transportu publicznego, infrastruktury rowerowej oraz ograniczanie negatywnego wpływu masowej turystyki na obszary chronione i centra historyczne miast.
Ważnym kierunkiem działań pozostaje również wspieranie cyfrowej transformacji sektora turystycznego. Narzędzia cyfrowe wykorzystywane są do monitorowania ruchu turystycznego, poprawy efektywności zarządzania energią oraz wdrażania inteligentnych rozwiązań wspierających zrównoważone zarządzanie destynacjami turystycznymi.

Rola krajowych instytucji i organizacji turystycznych

W Polsce nie istnieje jedna instytucja pełniąca funkcję w zakresie kompleksowego wsparcia zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw turystycznych. System ma bardziej rozproszony charakter.
Ministerstwo Sportu i Turystyki odpowiada za kształtowanie krajowej polityki turystycznej, przygotowywanie dokumentów strategicznych oraz programów wspierających rozwój turystyki.
Polska Organizacja Turystyczna (POT) odpowiada przede wszystkim za promocję Polski jako atrakcyjnej destynacji turystycznej, rozwój systemu informacji turystycznej oraz współpracę z organizacjami regionalnymi i lokalnymi.
Regionalne i lokalne organizacje turystyczne (ROT i LOT) mają szczególne znaczenie z punktu widzenia przedsiębiorców działających w destynacjach. Łączą samorządy, przedsiębiorstwa i inne podmioty, wspierają rozwój produktów turystycznych, promocję regionów, tworzenie partnerstw oraz wymianę wiedzy i dobrych praktyk.
Ministerstwo Klimatu i Środowiska odpowiada za krajową politykę dotyczącą środowiska, klimatu, adaptacji i gospodarki odpadami.
Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oraz wojewódzkie fundusze ochrony środowiska i gospodarki wodnej oferują różne instrumenty finansowe wspierające m.in. efektywność energetyczną, odnawialne źródła energii, ochronę środowiska oraz inwestycje związane z zieloną transformacją.
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wspiera MŚP w obszarach takich jak rozwój kompetencji, innowacje, cyfryzacja, poprawa efektywności przedsiębiorstw i wykorzystanie Funduszy Europejskich.
Istotną rolę pełnią także Bank Gospodarstwa Krajowego, samorządy wojewódzkie, organizacje branżowe, izby gospodarcze, uczelnie i instytucje szkoleniowe, które mogą zapewniać przedsiębiorstwom dostęp do finansowania, wiedzy, doradztwa lub sieci współpracy.
Dla przedsiębiorcy najważniejsze jest więc ustalenie, jaki rodzaj wsparcia jest potrzebny – finansowy, doradczy, szkoleniowy, technologiczny czy związany z certyfikacją – i dopiero następnie wybór odpowiedniej instytucji.

Finansowanie i wsparcie dla MŚP

Polskie przedsiębiorstwa turystyczne mogą korzystać z różnych form wsparcia związanych z zieloną transformacją. Nie wszystkie programy są skierowane wyłącznie do sektora turystycznego. W wielu przypadkach przedsiębiorca turystyczny korzysta z instrumentów dostępnych dla całego sektora MŚP.

Wsparcie może obejmować m.in.:

- inwestycje w poprawę efektywności energetycznej budynków i urządzeń,
- odnawialne źródła energii,
- rozwiązania ograniczające zużycie energii i zasobów,
- cyfryzację i automatyzację procesów,
- działania z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym,
- szkolenia i podnoszenie kwalifikacji pracowników,
- doradztwo i rozwój modeli biznesowych,
- współpracę i rozwój produktów w ramach partnerstw lokalnych lub regionalnych.



Źródeł informacji warto szukać przede wszystkim w programach NFOŚiGW i właściwych wojewódzkich funduszy ochrony środowiska, Funduszach Europejskich, PARP, BGK, programach regionalnych oraz w instrumentach uruchamianych przez administrację rządową i samorządową.
Ważne jest przy tym, aby przedsiębiorcy każdorazowo sprawdzali aktualne warunki. Programy, terminy naborów, budżety oraz kryteria kwalifikowalności zmieniają się i nie każdy instrument jest dostępny dla każdego rodzaju działalności.
Przykładem aktualnego działania bezpośrednio dotyczącego sektora jest **Program wsparcia turystyki 2026**, w którym Ministerstwo Sportu i Turystyki przeznaczyło odrębny priorytet na działania związane ze zrównoważonym rozwojem turystyki. Program ten jest jednak konkursem na realizację zadań publicznych przez uprawnione podmioty, a nie powszechnym systemem dotacji inwestycyjnych dla każdego przedsiębiorcy.

Programy Unii Europejskiej dostępne w Polsce

Transformacja sektora turystycznego może być wspierana również ze środków Unii Europejskiej. W zależności od charakteru projektu i typu beneficjenta możliwości mogą pojawiać się m.in. w ramach:

- Funduszy Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki,
- programów regionalnych Funduszy Europejskich,
- programu LIFE,
- programu Erasmus+,
- programów Interreg,
- innych instrumentów wspierających efektywność energetyczną, innowacje, cyfryzację, rozwój kompetencji i współpracę międzyregionalną.

Nie oznacza to, że każdy z tych programów finansuje bezpośrednio pojedyncze inwestycje turystyczne. Zakres beneficjentów i typów projektów różni się między programami. Dlatego przedsiębiorstwo powinno najpierw określić potrzebę – np. modernizacja energetyczna, szkolenie, cyfryzacja czy współpraca międzynarodowa – a następnie poszukać instrumentu odpowiadającego temu celowi.

Certyfikacja i standardy zrównoważonego rozwoju

Certyfikacja może pomagać przedsiębiorstwom uporządkować działania związane ze zrównoważonym rozwojem i potwierdzić je wobec klientów oraz partnerów. Nie powinna jednak być traktowana jako obowiązkowy pierwszy etap transformacji.
Dla wielu małych firm ważniejsze będzie najpierw poznanie własnego wpływu, uporządkowanie procesów, ograniczenie zużycia zasobów i wdrożenie podstawowych działań. Dopiero później certyfikacja może stać się kolejnym etapem rozwoju.

Do systemów stosowanych lub dostępnych również dla podmiotów działających w Polsce należą m.in.:

- **EU Ecolabel** – europejskie oznakowanie ekologiczne dostępne m.in. dla usług zakwaterowania turystycznego,
- **Green Key** – międzynarodowy program certyfikacyjny dla obiektów związanych z turystyką i hotelarstwem,
- wybrane międzynarodowe standardy i systemy zgodne z kryteriami **Global Sustainable Tourism Council (GSTC).**

Przed rozpoczęciem procesu certyfikacji należy sprawdzić aktualną dostępność systemu w Polsce, zakres podmiotów uprawnionych do certyfikacji, wymagania oraz koszty.

Praktyczne wnioski dla MŚP

Krajowe otoczenie polityczne może wydawać się skomplikowane, ale z perspektywy przedsiębiorstwa najważniejsze wnioski są stosunkowo proste.
Zrównoważony rozwój jest coraz mocniej obecny w krajowych politykach dotyczących środowiska, energii, transportu, gospodarki odpadami i rozwoju turystyki. Nie oznacza to jednak, że małe przedsiębiorstwo musi szczegółowo analizować wszystkie strategie i dokumenty.

Znacznie ważniejsze jest:

- rozpoznanie własnych najważniejszych obszarów wpływu,
- rozpoczęcie od realistycznych działań,
- sprawdzanie aktualnych możliwości finansowania,
- korzystanie ze szkoleń i doradztwa,
- współpraca z lokalnymi i regionalnymi partnerami,
- stopniowe monitorowanie osiąganych rezultatów.

Dla części przedsiębiorstw pierwszym krokiem będzie zmniejszenie zużycia energii lub wody, dla innych ograniczenie odpadów, poprawa mobilności, współpraca z lokalnymi dostawcami albo bardziej odpowiedzialne zarządzanie ruchem odwiedzających.
Nie istnieje jeden model odpowiedni dla wszystkich przedsiębiorstw.



Od polityki do praktyki

Znajomość krajowych polityk i systemów wsparcia nie jest celem samym w sobie. Ich znaczenie polega przede wszystkim na tym, że wyznaczają kierunek rozwoju sektora i tworzą ramy dla konkretnych działań przedsiębiorstw.
Kolejny rozdział pokazuje, w jaki sposób zasady FOOTPRINT można zastosować w polskich realiach – od odpowiedzialności środowiskowej i ochrony zasobów naturalnych, przez współpracę ze społecznościami lokalnymi i ochronę dziedzictwa, po edukację odwiedzających i wykorzystanie zielonych narzędzi.
W ten sposób ogólne kierunki polityki zrównoważonego rozwoju zostają przełożone na **działania możliwe do zastosowania w codziennym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa turystycznego.**

Zastosowanie zasad praktycznych w polskich warunkach



Zasady praktyczne FOOTPRINT pomagają przełożyć ogólne założenia zrównoważonego rozwoju na decyzje podejmowane każdego dnia przez mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne. Nie stanowią one zamkniętej listy wymagań ani systemu certyfikacyjnego. Ich zadaniem jest wskazanie obszarów, w których przedsiębiorstwo może stopniowo ograniczać swój negatywny wpływ, wzmacniać pozytywne oddziaływanie na otoczenie i zwiększać odporność własnego modelu biznesowego.

Zgodnie z podejściem zastosowanym w projekcie FOOTPRINT zasady można uporządkować w trzech szerszych obszarach: **Pomysły i możliwości (Ideas and Opportunities), Zasoby (Resources) oraz Od pomysłu do działania (Into Action).**

Obszar	Zasady praktyczne FOOTPRINT
Pomysły i możliwości	1. Odpowiedzialność środowiskowa 2. Bioróżnorodność i zasoby naturalne 3. Zrównoważony rozwój kulturowy
Zasoby	4. Zrównoważone zarządzanie zasobami 5. Wzmacnianie społeczności lokalnych i włączenie społeczne
Od pomysłu do działania	6. Edukacja i zaangażowanie odwiedzających 7. Innowacje i narzędzia zielonej transformacji 8. Działania na rzecz klimatu i odporność

POMYSŁY I MOŻLIWOŚCI

1. Odpowiedzialność środowiskowa

Odpowiedzialność środowiskowa oznacza świadome rozpoznawanie, monitorowanie i ograniczanie wpływu przedsiębiorstwa na środowisko. W aktualnym Ramy zasad praktycznych FOOTPRINT (Practice Principles Framework) chodzi przede wszystkim o zarządzanie zużyciem energii i wody, ilością odpadów i materiałów oraz stopniowe włączanie kwestii środowiskowych do codziennych decyzji i zarządzania przedsiębiorstwem. Nie powinny być one traktowane jako pojedyncze „ekologiczne akcje", ale jako element normalnego sposobu prowadzenia firmy.

W polskich warunkach pierwszym krokiem MŚP może być prosty przegląd działalności: gdzie zużywamy najwięcej energii i wody, jakie odpady powstają, ile materiałów jednorazowych wykorzystujemy i które procesy można zmienić bez dużych inwestycji. Dopiero później warto rozważać większe działania, takie jak termomodernizacja, wymiana urządzeń czy instalacja OZE.

Przedsiębiorstwa mogą poszukiwać wsparcia m.in. w instrumentach Funduszy Europejskich. Przykładem jest **Kredyt ekologiczny FENG,** przeznaczony m.in. dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw na inwestycje zwiększające efektywność energetyczną i wykorzystanie OZE. (BGK)

Zacznij od: jednego miesiąca monitorowania zużycia energii, wody i ilości odpadów oraz wyboru 2–3 obszarów, w których firma może osiągnąć najszybszą poprawę.

2. Bioróżnorodność i zasoby naturalne

Turystyka jest silnie uzależniona od jakości krajobrazu, ekosystemów i zasobów naturalnych. Zasada ta zakłada, że przedsiębiorstwa powinny nie tylko ograniczać szkody, ale również pomagać chronić przyrodę, od której zależy atrakcyjność destynacji. Ważnym elementem jest m.in. edukowanie odwiedzających, odpowiedzialne projektowanie aktywności, współpraca z zarządcami obszarów chronionych oraz ograniczanie zużycia zasobów.

W Polsce zasada ma szczególne znaczenie dla firm działających w pobliżu **parków narodowych, parków krajobrazowych, obszarów Natura 2000, lasów, rzek, jezior, wybrzeża i terenów górskich.** MŚP powinno sprawdzić, czy oferowane trasy i aktywności nie przebiegają przez szczególnie wrażliwe siedliska, respektować okresowe ograniczenia, korzystać z wyznaczonych szlaków i informować klientów o zasadach zachowania. Praktyczne znaczenie tego podejścia widać w polskim systemie ochrony Natura 2000: Priorytetowe Ramy Działań przewidują również edukację, promocję i odpowiedzialne udostępnianie turystyczne tych obszarów. Fundusze Europejskie wspierają także projekty polegające na ukierunkowaniu ruchu turystycznego w celu zmniejszenia antropopresji na obszary chronione.

Zacznij od: sprawdzenia, czy Twoja działalność odbywa się na obszarze chronionym lub w jego sąsiedztwie, oraz przygotowania dla klientów krótkich zasad odpowiedzialnego korzystania z przyrody.

Najlepsze praktyki



Footprint

Turystyka przygodowa



JULINEK PARK

Kampinoskiego Parku Narodowego.

Wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem

Jednym z najważniejszych wyzwań było ograniczenie zużycia zasobów związanych z funkcjonowaniem Parku Wodnego, przede wszystkim wody i energii. Ze względu na skalę działalności i położenie w sąsiedztwie Kampinoskiego Parku Narodowego rozwój infrastruktury wymaga szczególnej uwagi na wpływ środowiskowy.
Drugim istotnym obszarem była odpowiedzialność społeczna. W regionie działają samorządy, szkoły, Kampinoski Park Narodowy, organizacje społeczne i przedsiębiorcy posiadający różne zasoby i kompetencje. Wyzwaniem było stworzenie przestrzeni do ich współpracy wokół konkretnych potrzeb mieszkańców.

Podjęte działania

W Parku Wodnym już na etapie projektowania zastosowano rozwiązania ograniczające zużycie wody i energii. Woda basenowa po oczyszczeniu i kontroli parametrów jest w większości ponownie wykorzystywana w nieckach, a część po odstaniu służy do podlewania terenów zielonych.
Wykorzystywana jest również tzw. woda szara do spłukiwania toalet. Obiekt wyposażono w instalację fotowoltaiczną oraz energooszczędne urządzenia.
Julinek uruchomił Forum Współpracy Regionalnej, które łączy samorządy, Kampinoski Park Narodowy, szkoły, instytucje, organizacje społeczne i biznes, aby wspólnie rozwijać projekty dla regionu.
Program „Julinek Sąsiedzki" wykorzystuje zasoby obiektu do tworzenia wsparcia dla dzieci z najbliższego otoczenia, zwłaszcza tych, które mają ograniczony dostęp do wyjazdów, rekreacji i edukacji poza szkołą.
Akademia Borsuka Julka łączy edukację przyrodniczą z aktywnością i doświadczeniem. Dzieci poznają przyrodę Puszczy Kampinoskiej poprzez film edukacyjny, warsztaty, gry terenowe i zajęcia na świeżym powietrzu, przy współpracy merytorycznej Kampinoskiego Parku Narodowego.

Wyniki i wpływ

Rozwiązania środowiskowe pozwalają bardziej racjonalnie gospodarować wodą oraz częściowo wykorzystywać energię ze źródeł odnawialnych.

Turystyka przygodowa



Wyniki i wpływ

Dzięki temu zrównoważone podejście jest wpisane w funkcjonowanie infrastruktury, a nie traktowane jako działanie dodatkowe.
Forum Współpracy Regionalnej rozpoczęło dialog pomiędzy partnerami działającymi na rzecz tego samego regionu i wpłynęło na sposób postrzegania roli Julinka – nie tylko jako dostawcy usług turystycznych, ale także partnera udostępniającego zasoby na rzecz lokalnej społeczności.
Akademia Borsuka Julka poszerzyła ofertę o edukację przyrodniczą dla szkół i przedszkoli, łącząc rekreację z poznawaniem przyrody i aktywnością terenową. Program „Julinek Sąsiedzki" jest rozwijany, dlatego jego pełne efekty społeczne będą możliwe do oceny wraz z realizacją kolejnych działań.

Najważniejszy wniosek

Zrównoważony rozwój przynosi największy efekt, gdy jest uwzględniany już na etapie projektowania inwestycji i łączy efektywne gospodarowanie zasobami z odpowiedzialnością wobec lokalnej społeczności.

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. The views expressed are those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Turystyka ekologiczna



DWÓR MOŚCIBRODY

Mościbrody,
gmina Wiśniew,
powiat siedlecki,
woj. mazowieckie.



Wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem

Główne wyzwania to wysokie koszty energii i zbiórki odpadów, oczekiwania gości oraz kwestie pracownicze. Działalność w otoczeniu pól, łąk, stawów, rezerwatu i obszaru chronionego krajobrazu wymaga także łączenia rozwoju firmy z ochroną środowiska oraz zachowaniem lokalnych tradycji, kultury i kuchni.

Podjęte działania

Dwór Mościbrody wykorzystuje fotowoltaikę, segreguje odpady i współpracuje z firmami zajmującymi się ich utylizacją, a ścieki odprowadza do oczyszczalni. Gaz ziemny zastąpił wcześniej stosowany olej opałowy. Stosowane są energooszczędne źródła światła, czujniki zmierzchu i ruchu oraz rozwiązania z zakresu upcyklingu. Firma zatrudnia mieszkańców okolicznych miejscowości i kupuje produkty od lokalnych dostawców i producentów.

Oferta opiera się na regionalnej kuchni i tradycjach, a historia XIX-wiecznego dworu i regionu jest przekazywana m.in. poprzez pogadanki i wykłady historyczne.

Wyniki i wpływ

Firma wskazuje zadowolenie pracowników i gości, poprawę reputacji oraz oszczędności związane z fotowoltaiką. Goście zauważają, że obiekt wpisuje się w nowe trendy zarządzania i funkcjonowania. Dwór jest dobrze postrzegany w lokalnym środowisku i nie ma problemów ze znalezieniem nowych pracowników.

Najważniejszy wniosek

Zrównoważony rozwój może być konsekwentnie budowany poprzez połączenie oszczędnego gospodarowania energią i odpadami, lokalnych zakupów i zatrudnienia oraz ochrony dziedzictwa, tradycji i regionalnej kuchni.

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. The views expressed are those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Turystyka kulturowa



Wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem

Największym wyzwaniem był brak porównywalnych danych dotyczących śladu środowiskowego wydarzeń oraz ograniczona dostępność danych od dostawców. Firma wskazała także wyzwania związane z kosztami wdrażania bardziej odpowiedzialnych rozwiązań oraz potrzebą edukacji całego łańcucha dostaw – hoteli, restauracji, przewoźników i podwykonawców. Dodatkowym wyzwaniem było przekonanie klientów, że zrównoważony rozwój może iść w parze z wysoką jakością i efektywnością wydarzeń.

Podjęte działania

DMC Poland rozpoczęło od praktycznych i łatwych do wdrożenia działań, takich jak ograniczenie materiałów drukowanych, digitalizacja komunikacji, wykorzystanie kodów QR oraz elektronicznej rejestracji uczestników. Firma zaczęła również optymalizować logistykę wydarzeń poprzez ograniczanie zbędnych transferów i lepsze planowanie tras.

Ważnym elementem było zwiększenie współpracy z lokalnymi dostawcami, restauracjami, przewodnikami i twórcami kultury, co wspiera lokalną gospodarkę i zmniejsza emisje związane z transportem. Firma wdraża również bardziej świadomy dobór obiektów noclegowych i partnerów biznesowych, preferując podmioty stosujące praktyki środowiskowe.

DMC Poland rozwija także działania związane z pomiarem śladu węglowego wydarzeń oraz raportowaniem ESG. Firma traktuje zrównoważony rozwój jako integralny element projektowania doświadczeń dla klientów, a nie jedynie dodatkową usługę.

Podjęte działania

Wdrożone działania przyniosły firmie większe zaufanie klientów oraz silniejszą pozycję w przetargach i projektach międzynarodowych. Klienci coraz częściej oczekują konkretnych działań ESG i transparentnych rekomendacji dotyczących bardziej odpowiedzialnych rozwiązań.

Ecotourism



DMC POLAND

Kraków,
Polska.

Wyniki i wpływ

Firma zauważyła również poprawę efektywności operacyjnej dzięki digitalizacji i lepszemu planowaniu procesów. Wewnętrznie działania związane ze zrównoważonym rozwojem zwiększyły zaangażowanie zespołu oraz poczucie sensu realizowanych projektów.

Wpływ widoczny jest także na poziomie lokalnym. Współpraca z regionalnymi dostawcami, artystami i przedsiębiorcami wspiera lokalne społeczności i promuje autentyczne doświadczenia kulturowe. DMC Poland podkreśla, że nawet niewielkie, ale konsekwentnie wdrażane działania mogą stopniowo podnosić standardy całej branży turystycznej i eventowej.

Najważniejszy wniosek

Odpowiedzialne zarządzanie wydarzeniami może jednocześnie ograniczać wpływ środowiskowy, wzmacniać lokalny łańcuch dostaw i odpowiadać na rosnące oczekiwania klientów wobec transparentnych i bardziej zrównoważonych rozwiązań.

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. The views expressed are those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

Zastosowanie zasad praktycznych w polskich warunkach



Mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa odgrywają istotną rolę w procesie transformacji polskiej turystyki w kierunku bardziej zrównoważonego, odpornego i odpowiedzialnego modelu. Wdrażanie zasad FOOTPRINT nie oznacza konieczności jednoczesnej zmiany całego sposobu funkcjonowania firmy ani ponoszenia wysokich nakładów inwestycyjnych.
Dla większości MŚP bardziej realistyczne jest podejście etapowe: najpierw diagnoza, następnie wybór najważniejszych obszarów działania, wdrożenie kilku konkretnych zmian, pomiar rezultatów i stopniowe rozszerzanie działań.

Dla większości MŚP bardziej realistyczne jest podejście etapowe: najpierw diagnoza, następnie wybór najważniejszych obszarów działania, wdrożenie kilku konkretnych zmian, pomiar rezultatów i stopniowe rozszerzanie działań.

1. ZACZNIJ OD DIAGNOZY I WYBIERZ WŁASNE PRIORYTETY

Pierwszym krokiem powinno być poznanie rzeczywistego wpływu działalności przedsiębiorstwa oraz wskazanie obszarów, w których zmiana może przynieść największy efekt. Nie musi to oznaczać kosztownego profesjonalnego audytu. Na początku wystarczy prosty przegląd działalności.
Warto sprawdzić przede wszystkim zużycie energii i wody, ilość i rodzaj powstających odpadów, sposób dokonywania zakupów, transport związany z działalnością, wykorzystywane materiały oraz zależność firmy od lokalnych zasobów naturalnych i kulturowych. Należy również zwrócić uwagę na relacje z pracownikami, dostawcami, mieszkańcami i odwiedzającymi.

Dobrym punktem wyjścia jest analiza rachunków i danych z ostatnich 12 miesięcy. Pozwala ona ustalić wartość bazową, do której będzie można porównywać późniejsze rezultaty.
Warto jednocześnie zadać kilka prostych pytań:
·Gdzie zużywamy najwięcej energii, wody i materiałów?
·Co generuje najwięcej odpadów i kosztów?
·Czy możemy ograniczyć zbędny transport?
·Czy nasza działalność oddziałuje na obszary cenne przyrodniczo?
·W jakim stopniu korzystamy z lokalnych produktów i usług?
·Czy nasza oferta jest dostępna dla różnych grup odbiorców?
·Jakie skutki zmian klimatu mogą zagrozić naszej działalności?
·Czy informujemy odwiedzających, w jaki sposób mogą zachowywać się odpowiedzialnie?
Na tej podstawie przedsiębiorstwo powinno wybrać 2–3 priorytety, zamiast próbować zmieniać wszystko jednocześnie.
Pierwszy krok: ustal punkt wyjścia, wybierz trzy najważniejsze obszary i określ dla każdego z nich jeden realistyczny cel na najbliższe 6–12 miesięcy.

2. WDRAŻAJ MAŁE ZMIANY I LEPIEJ ZARZĄDZAJ ZASOBAMI

Wiele działań związanych ze zrównoważonym rozwojem nie wymaga dużych inwestycji. Często największe możliwości poprawy wynikają z lepszej organizacji codziennej działalności.
Przedsiębiorstwo może rozpocząć m.in. od:

- wymiany oświetlenia na energooszczędne,
- wyłączania urządzeń poza godzinami użytkowania,
- racjonalnego ustawienia ogrzewania i klimatyzacji,
- kontroli szczelności instalacji wodnych,
- montażu perlatorów i urządzeń ograniczających zużycie wody,
- ograniczenia produktów jednorazowych,
- poprawy segregacji odpadów,
- ograniczenia strat żywności,
- naprawiania i ponownego wykorzystywania wyposażenia zamiast jego przedwczesnej wymiany,
- wybierania produktów trwałych, wielokrotnego użytku i możliwych do naprawy,
- ograniczania materiałów drukowanych tam, gdzie mogą zostać zastąpione rozwiązaniami cyfrowymi.

W hotelarstwie można dodatkowo przeanalizować częstotliwość wymiany ręczników i pościeli, w gastronomii – wielkość strat żywności i sposób planowania zakupów, a w organizacji wydarzeń – możliwość ponownego wykorzystania materiałów, scenografii i wyposażenia.
Istotne jest również odpowiedzialne zaopatrzenie. W miarę możliwości warto wybierać produkty lokalne, sezonowe i wytwarzane w sposób odpowiedzialny oraz współpracować z dostawcami ograniczającymi ilość opakowań.

Małe działania warto mierzyć. Dopiero wtedy przedsiębiorstwo może ocenić, czy rzeczywiście przynoszą efekt.
Pierwszy krok: wybierz trzy proste zmiany możliwe do wdrożenia w ciągu najbliższych trzech miesięcy i porównaj zużycie zasobów lub koszty przed i po ich wprowadzeniu.

3. CHROŃ TO, NA CZYM OPIERA SIĘ TWOJA OFERTA – PRZYRODĘ, KULTURĘ I LOKALNĄ SPOŁECZNOŚĆ

Zrównoważona turystyka to nie tylko energia, woda i odpady. Przedsiębiorstwo powinno również zwracać uwagę na zasoby miejsca, które stanowią podstawę jego oferty: przyrodę, krajobraz, dziedzictwo kulturowe oraz lokalną społeczność.
Firmy działające na terenach przyrodniczych lub w ich sąsiedztwie powinny sprawdzić, czy oferowane aktywności nie powodują nadmiernej presji na siedliska, rośliny i zwierzęta. Szczególnej uwagi wymagają parki narodowe, parki krajobrazowe, obszary Natura 2000, lasy, rzeki, jeziora, obszary górskie i inne wrażliwe ekosystemy.
W praktyce może to oznaczać kierowanie turystów na wyznaczone szlaki, ograniczanie liczebności grup, zmianę terminów aktywności w okresach szczególnie wrażliwych dla przyrody oraz przekazywanie odwiedzającym informacji dotyczących odpowiedzialnego zachowania.
Równie ważna jest ochrona dziedzictwa kulturowego. Lokalne tradycje, kuchnia, rzemiosło, historie i zwyczaje nie powinny być traktowane wyłącznie jako element produktu turystycznego. Warto tworzyć ofertę wspólnie z lokalnymi twórcami, producentami, przewodnikami, instytucjami kultury i mieszkańcami, dbając o autentyczność przekazu i sprawiedliwy podział korzyści.
Współpraca lokalna pozwala jednocześnie zwiększać wartość pozostającą w regionie. Może obejmować zakupy od lokalnych producentów, zatrudnianie mieszkańców, współpracę z lokalnymi organizacjami turystycznymi, samorządami, organizacjami społecznymi, instytucjami kultury czy innymi przedsiębiorstwami.

Ważnym elementem jest również włączenie społeczne i dostępność. Przedsiębiorstwo powinno stopniowo identyfikować bariery utrudniające korzystanie z jego usług m.in. osobom z niepełnosprawnościami, osobom starszym czy rodzinom z małymi dziećmi i – tam, gdzie to możliwe – je ograniczać.
Pierwszy krok: wskaż trzy lokalne podmioty, z którymi możesz rozpocząć lub rozszerzyć współpracę, oraz jedną zmianę, która poprawi dostępność lub zmniejszy wpływ Twojej działalności na przyrodę.



4. PRZYGOTUJ PRZEDSIĘBIORSTWO NA ZMIANY KLIMATU I KORZYSTAJ Z INNOWACJI

Zrównoważony rozwój oznacza nie tylko ograniczanie wpływu przedsiębiorstwa na klimat, ale również przygotowanie firmy na skutki zmian klimatycznych.
Rodzaj ryzyka zależy od charakteru i lokalizacji działalności. Mogą to być m.in. fale upałów, susze, niedobory wody, intensywne opady, lokalne podtopienia, silne burze, zagrożenie pożarowe, zmiany długości sezonu zimowego czy zakłócenia w dostawach energii i produktów.
MŚP powinno określić, które z tych zjawisk mogą najbardziej wpłynąć na bezpieczeństwo klientów i pracowników, infrastrukturę, dostępność obiektu, łańcuch dostaw oraz ciągłość prowadzenia działalności.
Następnie warto przygotować proste działania zapobiegawcze. Mogą one obejmować zacienianie i zazielenianie terenu, rozwiązania chroniące przed przegrzewaniem, poprawę retencji wody, zabezpieczenie infrastruktury przed intensywnymi opadami, alternatywnych dostawców czy dywersyfikację oferty i wydłużanie sezonu.
Pomocne mogą być również narzędzia cyfrowe i technologiczne. Nie należy jednak rozpoczynać od zakupu technologii, lecz od zdefiniowania problemu, który przedsiębiorstwo chce rozwiązać. System monitorowania energii ma sens wtedy, gdy pomaga ograniczyć jej zużycie, a cyfrowy system rezerwacji – gdy ułatwia zarządzanie przepływem odwiedzających lub ogranicza przeciążenie atrakcji.
Polskie przedsiębiorstwa mogą korzystać m.in. ze wsparcia ośrodków innowacji, Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości oraz European Digital Innovation Hubs, oferujących doradztwo, szkolenia i możliwość testowania niektórych rozwiązań przed podjęciem inwestycji.
Pierwszy krok: wskaż trzy największe ryzyka klimatyczne lub operacyjne dla swojej firmy i przygotuj przynajmniej jedno działanie ograniczające każde z nich.

5. KORZYSTAJ Z DOSTĘPNEGO FINANSOWANIA, WIEDZY I WSPÓŁPRACY

Transformacja przedsiębiorstwa może wymagać inwestycji, szczególnie w przypadku termomodernizacji, odnawialnych źródeł energii, modernizacji systemów grzewczych, zakupu bardziej efektywnych urządzeń czy wdrażania rozwiązań cyfrowych.
W Polsce nie istnieje jeden system finansowania zielonej transformacji przeznaczony wyłącznie dla sektora turystycznego. MŚP turystyczne mogą jednak korzystać z instrumentów dostępnych dla przedsiębiorców różnych branż.
W zależności od rodzaju przedsięwzięcia warto śledzić przede wszystkim możliwości oferowane przez:
Fundusze Europejskie, PARP, BGK, NFOŚiGW i wojewódzkie fundusze ochrony środowiska, programy regionalne oraz programy Unii Europejskiej, takie jak LIFE, Erasmus+ czy Interreg.

Przykładem instrumentu służącego poprawie efektywności energetycznej przedsiębiorstw jest Kredyt ekologiczny w ramach Funduszy Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki. Poszczególne regiony oferują również instrumenty dotyczące efektywności energetycznej, OZE, gospodarki o obiegu zamkniętym, cyfryzacji czy rozwoju kompetencji.
Nie wszystkie programy są jednak dostępne bezpośrednio dla pojedynczego przedsiębiorcy, a warunki naborów, grupy beneficjentów i zakres finansowania zmieniają się w czasie. Dlatego przed zaplanowaniem inwestycji należy zawsze sprawdzić aktualne zasady programu.
Warto korzystać również ze wsparcia organizacji turystycznych, organizacji branżowych, izb gospodarczych, instytucji rozwoju przedsiębiorczości, uczelni i partnerów regionalnych. Dla małego przedsiębiorstwa dostęp do wiedzy i współpracy może być równie ważny jak dostęp do finansowania.
Pierwszy krok: zanim rozpoczniesz większą inwestycję, określ jej cel i efekt, sprawdź dostępne możliwości wsparcia i porównaj co najmniej dwa warianty realizacji.
Uwaga: programy i instrumenty finansowe podlegają zmianom. Przed podjęciem decyzji inwestycyjnej należy zweryfikować aktualne nabory, warunki udziału oraz grupy uprawnionych beneficjentów.

6. ZAANGAŻUJ PRACOWNIKÓW I ODWIEDZAJĄCYCH ORAZ KOMUNIKUJ EFEKTY

Zrównoważona transformacja nie będzie skuteczna, jeśli pozostanie wyłącznie zadaniem właściciela lub osoby zarządzającej przedsiębiorstwem. Pracownicy powinni rozumieć, jakie działania są wdrażane i dlaczego są ważne.
Warto wprowadzić proste zasady dotyczące m.in. oszczędzania energii i wody, segregacji odpadów, odpowiedzialnych zakupów, kontaktu z klientami i reagowania w sytuacjach związanych z zagrożeniami klimatycznymi. Praktyczne, krótkie szkolenie zespołu może przynieść większy efekt niż rozbudowana strategia, której nikt później nie stosuje.
Równie ważni są odwiedzający. Ich zachowania wpływają na zużycie zasobów, ilość odpadów, stan przyrody i dziedzictwa oraz relacje z mieszkańcami.

Przedsiębiorstwo może zachęcać klientów m.in. do:
·oszczędzania energii i wody,
·prawidłowej segregacji odpadów,
·korzystania z transportu publicznego, rowerów lub wspólnych przejazdów,
·pozostawania na wyznaczonych szlakach,
·szacunku wobec przyrody i lokalnej kultury,
·korzystania z lokalnych produktów i usług.



Informacje powinny być krótkie, konkretne i umieszczone w odpowiednim momencie – na stronie internetowej, przy rezerwacji, w wiadomości przed przyjazdem, w obiekcie lub podczas prowadzonej aktywności.
Należy również komunikować własne działania, ale robić to w sposób konkretny, przejrzysty i możliwy do potwierdzenia. Lepiej poinformować, że „w ciągu roku zmniejszyliśmy zużycie energii o 12%", niż używać ogólnych określeń takich jak „jesteśmy całkowicie ekologiczni". Pozwala to ograniczać ryzyko greenwashingu i budować wiarygodność przedsiębiorstwa.
Pierwszy krok: wybierz trzy informacje lub zachowania, które chcesz przekazać klientom, oraz jeden prosty wskaźnik, którego wynik będziesz komunikować raz w roku.

7. MONITORUJ POSTĘPY I ROZWIJAJ DZIAŁANIA

Zrównoważony rozwój jest procesem, a nie jednorazowym projektem. Dlatego po wdrożeniu pierwszych zmian warto regularnie sprawdzać rezultaty.
Nie jest potrzebny rozbudowany system raportowania. Małe przedsiębiorstwo może rozpocząć od kilku prostych wskaźników, takich jak:

- zużycie energii,
- zużycie wody,
- ilość odpadów,
- udział lokalnych dostawców w zakupach,
- ilość ograniczonych produktów jednorazowych,
- liczba lokalnych partnerstw,
- udział pracowników w szkoleniach,
- liczba wdrożonych udogodnień związanych z dostępnością,
- opinie klientów dotyczące działań zrównoważonych.

Warto porównywać wyniki w czasie i przynajmniej raz w roku odpowiadać na trzy pytania:
Co udało się poprawić?
Co nie zadziałało?
Jaki będzie następny krok?
Takie podejście pozwala stopniowo przechodzić od pojedynczych działań do bardziej uporządkowanego modelu zarządzania.

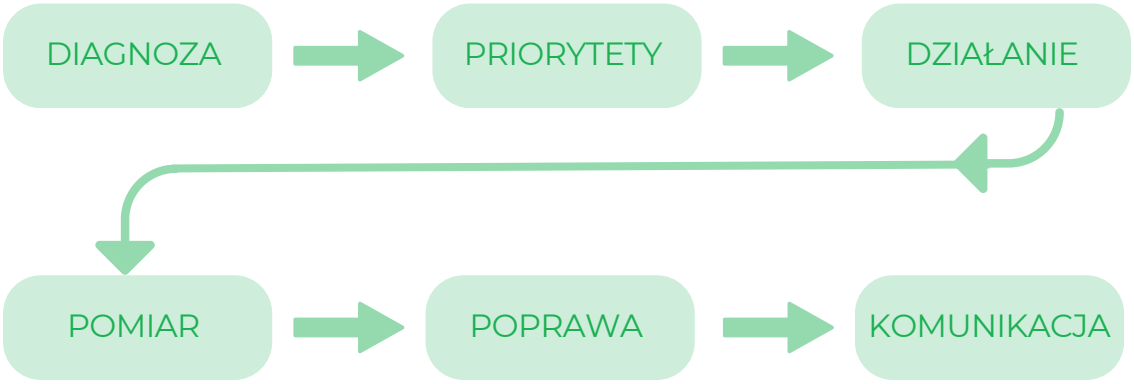
Podsumowanie

Wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju nie musi rozpoczynać się od kosztownych inwestycji ani certyfikacji. Dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw bardziej efektywna może być droga oparta na kolejnych, realistycznych krokach:



Podsumowanie

Wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju nie musi rozpoczynać się od kosztownych inwestycji ani certyfikacji. Dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw bardziej efektywna może być droga oparta na kolejnych, realistycznych krokach:



Osiem zasad praktycznych FOOTPRINT pokazuje, że zrównoważona transformacja obejmuje nie tylko ograniczanie zużycia energii, wody i materiałów. Dotyczy również ochrony bioróżnorodności i dziedzictwa kulturowego, współpracy ze społecznościami lokalnymi, włączenia społecznego, edukacji odwiedzających, wykorzystania innowacji oraz zwiększania odporności przedsiębiorstw na skutki zmian klimatu.

Najważniejsze jest rozpoczęcie od działań odpowiadających rzeczywistym potrzebom i możliwościom przedsiębiorstwa. Małe, mierzalne i konsekwentnie rozwijane zmiany mogą z czasem prowadzić do niższych kosztów, większej odporności, lepszej jakości oferty oraz silniejszej pozycji przedsiębiorstwa na rynku.

Projekt FOOTPRINT wspiera MŚP właśnie w takim procesie – dostarczając wiedzy, praktycznych zasad i narzędzi pomagających przejść od deklaracji dotyczących zrównoważonego rozwoju do konkretnych działań w codziennym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa.

Materiały i literatura uzupełniająca

Krajowe ministerstwa/ agencje	**Ministerstwo Sportu i Turystyki** Odpowiada za politykę rozwoju turystyki w Polsce, programy wsparcia dla sektora oraz współpracę międzynarodową. Strona internetowa: https://www.gov.pl/web/sport **Ministerstwo Klimatu i Środowiska** Prowadzi działania związane z ochroną środowiska, polityką klimatyczną oraz transformacją ekologiczną. Strona internetowa: https://www.gov.pl/web/klimat **Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)** Wspiera rozwój MŚP poprzez programy szkoleniowe, fundusze unijne i projekty związane z zieloną transformacją. Strona internetowa: https://www.parp.gov.pl **Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (NFOŚiGW)** Oferuje finansowanie inwestycji związanych z efektywnością energetyczną i ochroną środowiska. Strona internetowa: https://www.gov.pl/web/nfosigw **Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK)** Zapewnia instrumenty finansowe i wsparcie inwestycyjne dla przedsiębiorstw wdrażających zielone rozwiązania. Strona internetowa: https://www.bgk.pl
Organizacje turystyczne	**Polska Organizacja Turystyczna (POT)** Narodowa organizacja odpowiedzialna za promocję Polski jako destynacji turystycznej oraz rozwój turystyki zrównoważonej. Strona internetowa: https://www.pot.gov.pl **Regionalne Organizacje Turystyczne (ROT)** Sieci regionalne wspierające rozwój lokalnych produktów turystycznych i promocję regionów. Przykład Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna https://www.mrot.pl **Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego (IGHP)** Wspiera sektor hotelarski poprzez szkolenia, standardy jakości i działania branżowe. Strona internetowa: https://www.ighp.pl

Organizacje turystyczne	**Polska Izba Turystyki (PIT)** Reprezentuje przedsiębiorstwa sektora turystycznego i wspiera rozwój odpowiedzialnej turystyki. Strona internetowa: https://www.pit.org.pl
Krajowe lub unijne systemy certyfikacji	**Green Key** Międzynarodowy certyfikat środowiskowy dla obiektów turystycznych spełniających standardy zrównoważonego rozwoju. Strona internetowa: https://www.greenkey.global **EU Ecolabel** Oficjalne oznakowanie ekologiczne Unii Europejskiej dla produktów i usług przyjaznych środowisku. Strona internetowa: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_pl **Travelife** System certyfikacji wspierający biura podróży i obiekty noclegowe we wdrażaniu zasad zrównoważonego rozwoju. Strona internetowa: https://www.travelife.info **GSTC – Global Sustainable Tourism Council** Międzynarodowe standardy i wytyczne dla zrównoważonej turystyki. Strona internetowa: https://www.gstcouncil.org **ISO 14001** Międzynarodowy standard zarządzania środowiskowego stosowany również przez przedsiębiorstwa turystyczne. Strona internetowa: https://www.iso.org/iso-14001-environmental-management.html
Strona internetowa projektu FOOTPRINT:	https://projectfootprint.eu/

Footprint

FEVECTA
Federació Valenciana d'Empreses Cooperatives de Treball Associat

spectrum
RESEARCH CENTRE

albea
building up your resilience

Ajuntament de
Quart de Poblet

CEDRU

TOURISM ORGANIZATION OF THE MAZOVIA REGION

Co-funded by the European Union

Funded by the European Union. The views expressed are those of the authors only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). [Project Number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]

CC BY NC SA

