

European Cities Marketing: Cél a fenntartható turizmus

[2010.02.26. 14:26]

A múlt héten (február 24-27 között) rendezték a European Cities Marketing (európai városi turisztikai hivatalok szervezetének) tavaszi konferenciáját Turkuban, Finnországban, amelynek egyik kiemelt témája a környezettudatos turizmus és a fenntartható fejlődés. A nemzetközi eseményen a BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft. is képviseltette magát.

A turizmus a világgazdaság egyik legjelentősebb, egyre növekvő ágazata, a gazdasági válság ellenére is. A turizmus összetett rendszere a gazdasági környezeten kívül kapcsolatban áll a társadalmi, politikai, technológiai, kulturális és természeti környezettel is, ezért fejlődése a felsorolt tényezőkre is hatással van. Mint ahogy a konferencia nyitónapján is elhangzott, óriási felelőssége van a környezet alakításában a turizmusnak, ezért rendkívül fontos olyan technikák, módosítások bevezetése, amelyek lehetővé teszi a környezet kímélését a minőségre és növekedésre gyakorolt negatív hatás nélkül. A találkozók ezekre a módszerekre kínált alternatívákat, mutatott be esettanulmányokat elsősorban a témában már fejlettebb, környezettudatos nyugati/skandináv városok mintája alapján.

A nemzetközi szakemberek szerint bizonyos, hogy 30 év múlva közel sem így fog működni a turizmus mint manapság, hiszen már most látható, hogy több tényező nagyban megváltozik, például eltűnik az USA-ban az utazó, gazdag réteg, átalakulnak a légitársaságok, és kritikusan lecsökkennek a víz- és energiakészletek világszerte. A cél tehát mindenképp a fenntartható turizmus elérése, melynek jellemzői, hogy nyereséges, ugyanakkor megvédi a helyi kultúrát, óvja a környezetet, és tekintettel van a gazdasági és a társadalmi környezetre.

Az ECM évente háromszor hívja össze tagvárosait és a turisztikai marketinggel foglalkozó szakembereket, hogy egy-egy aktuális témát alaposan körüljárjanak, és megvitassanak. Hasznos információkat osztanak meg egymással, tapasztalatokat cserélnek saját városukban bekövetkezett változásokról, néhány módszer turisztikai hatásairól, és számos megoldási lehetőséget, irányvonalat dolgoznak ki közösen. A jó és rossz európai példák megismerése a BTH Kft. számára elősegíti a budapesti városmarketing építését, fejlesztését, és irányadó lehet a jövőbeni várospromóciós tevékenység alakítása során.

Forrás: <http://www.turizmusonline.hu//cikk.php?id=27536>