

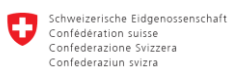


## Poročilo o trajnostnih elementih tekmovanja v smučarskih skokih Planica 2013 in priporočila za naslednje dogodke organizatorju (OK Planica)

Poročilo pripravila: Gaja Breclj, Umanotera, Slovenska fundacija za trajnostni razvoj v okviru projekta Čista zmaga, trajnostni športni dogodki

V Ljubljani, 4. april 2013

**Swiss Contribution**



*Projekt je podprt z donacijo Švice v okviru Švicarskega prispevka razširjeni Evropski uniji.*

## Vsebina

Ozadje.....	3
Zavezanost organizatorja .....	3
Sprejet akcijski načrt.....	4
Poročilo o izvedbi dogodka in priporočila organizatorju.....	6
Komuniciranje .....	6
Mobilnost .....	7
Zelena pisarna .....	8
Pogostitev .....	9
Sodelovanje s sponzorji .....	10
Poraba energije .....	11
Odpadki .....	11
Družbeni vidik.....	12
Varovanje narave .....	13

## Ozadje

Umanotera in Organizacijski komite Planica (OK Planica) sta se s podpisom *Dogovora o sodelovanju pri dogodku Planica* dogovorila o sodelovanju pri organizaciji in izvedbi športnega tekmovanja v smučarskih skokih Planica 2013. OK Planica je podpisal *Zavezo k trajnostnim športnim dogodkom v Planici* ter sprejel načrt aktivnosti projekta *Planica za trajnostni razvoj* za 2013. V teh dokumentih sta bila opredeljena načelna zavezanost organizatorja in načrt konkretnih aktivnosti.

Poročilo je pripravljeno po zaključenem dogodku v smučarskih skokih Planica 2013 in predstavlja Umanoterino oceno izpolnjevanja organizatorjevih zavez in načrta aktivnosti. Pripravljeno je na osnovi ogledov na terenu in podatkov, ki so bili Umanoteri dostopni v procesu načrtovanja in izvedbe dogodka. Podana so tudi priporočila za prihodnje dogodke.

## Zavezanost organizatorja

Organizator se je pisno zavezal ter sprejel akcijski načrt športnega dogodka, obenem je bil določen tudi Eko manager dogodka. Jasni in merljivi cilji v smislu trajnostnega razvoja za letošnji dogodek niso bili opredeljeni, je bila pa načelno opredeljena vizija za naprej. Razumevanje projekta *Planica za trajnostni razvoj* je bilo med ožjimi člani organizacijskega komiteja na visokem nivoju, interna komunikacija vodstva ključnim članom organizacijske skupine je bila ustrezna.

### PRIPOROČILA:

- Organizator naj določi vsakoletne merljive cilje dogodka. Cilji naj bodo SMART (specifični, merljivi, dosegljivi, realni in časovno omejeni), struktura nanizanih ciljev in ukrepov pa določena tako, da je spremljanje napredovanja po principu nenehnega izboljševanja (P-D-C-A) in merjenje enostavnejše.
- Vsi udeleženi akterji organizacije in člani širše skupine organizacijskega komiteja (tudi sponzorji in dobavitelji) morajo biti informirani o trajnostnih elementih dogodka in naj k njim prispevajo tudi s svojimi inovativnimi trajnostnimi rešitvami. Le tako bo organizator lahko udeležil svojo zavezo in uspešno izpeljal zastavljeni načrt aktivnosti.
- Organizator naj se v okviru eko tima zaveže in sprejme tiste elemente akcijskega načrta, ki jih bo tudi izpeljal. Postavitev realnih, jasnih in merljivih ciljev je pomembna tudi iz vidika transparentne komunikacije.
- V prihodnjih letih naj organizator k podpisu zaveze pritegne čim več ključnih deležnikov, predvsem občino Kranjska gora in sponzorje. To je nujno za doseganje celovitih učinkov: na področju izvedbe prireditve, izrabe komunikacijskega potenciala in ustvarjanja pozitivne zapuščine dogodka. Za leto 2014 naj se postavijo konkretni cilji.
- Organizator naj poročilo o izvedenih trajnostnih ukrepih in priložnostih za izboljšave skomunicira vsem akterjem organizacije in članom širše skupine organizacijskega komiteja (tudi sponzorjem, lokalni skupnosti, dobaviteljem, ponudnikom).

## Sprejet akcijski načrt

### **Razvoj prometa v smeri zmanjšanja uporabe fosilnih goriv in posledično zmanjšanje onesnaževanja zraka ter zmanjševanje vplivov na podnebne spremembe:**

- povečanje kapacitete javnega prevoza - nadaljevanje trenda upadanja dostopa v Planico in okolico z osebnimi avtomobili
- obiskovalcem omogočiti, da pridejo v Planico s pomočjo vlaka in avtobusa
- zagotoviti parkiranje na urejenih parkiriščih (ne na zelenih površinah)
- iskanje parkirnih površin izven okolja Planice
- urediti gozdne pešpote med Kranjsko Goro in Planico in kanalizirati obiskovalce, tako da hodijo le po urejenih poteh
- informirati obiskovalce o času hoje, opisati pešpote in spodbujati njihovo uporabo
- obstoječi sistem krožnih prevozov optimizirati in vključiti večje število uporabnikov
- obveščanje javnosti o možnostih deljenja prevoza - carpooling-a
- v sodelovanju s Prevoz.org predstaviti spletno aplikacijo carpooling
- motivirati obiskovalce, naj pridejo na dogodek s čim bolj polnimi avtomobili
- predstaviti urnike javnega prevoza in možnosti deljenja prevoza vsem udeležencem dogodka
- sodelovanje s poslovnim partnerjem (sponzorjem), ki bi omogočil uporabo vozil z nizko porabo goriva ali na električni pogon
- za krožni promet KG-Planica-KG
- poskrbeti za skupinski transfer udeležencev iz tujine (letališče-Planica-letališče)
- spodbujanje ljudi k dostopu v Planico s kolesom
- podpora razvoju in koriščenju regionalnega železniškega omrežja
- vračanje potnih stroškov delavcem na dogodku glede na spodbudo za deljenje avtomobila
- zagotoviti skupinski prevoz zaposlenih v Planico z avtobusi/kombiji iz Jesenic in okoliških krajev
- zvišati ceno komercialnih letov s helikopterjem KG-Planica-KG
- zamenjava energenta za ogrevanje šotorov (plin namesto nafte)

### **Skrb za dediščino in ozaveščanje ljudi z odgovorno interakcijo med vsemi vpletenimi:**

- Planico postaviti za zgled ostalim organizatorjem športnih dogodkov
- promocija športa, zdravega načina življenja in lokalne kulture
- ozaveščanje otrok o trajnostnem razvoju preko likovnih tekmovanj
- otrokom v še večji meri omogočiti športno udejstvovanje v Planici
- sodelovanje s planiškimi delavci in ostalimi partnerji ter njihovo izobraževanje
- krepitev socialne kohezije, mrež odnosov in lokalnih skupnosti s pomočjo pozitivnega vpliva Planice
- z učinkovito komunikacijo zagotoviti širše sodelovanje javnosti pri doseganju zastavljenih ciljev
- dati prednost lokalnim izvajalcem/podizvajalcem/dobaviteljem za organizacijo in izvedbo dogodka *Planica za trajnostni razvoj*

### **Gostinstvo in turizem, ki stremita k ohranjanju okolja in skrb za stabilno in zdravo gospodarstvo:**

- zmanjšanje možnosti za nastajanje odpadkov in ločevanje odpadkov na dogodku ter reciklaža
- embalaža mora biti reciklabilna ali primerna za ponovno uporabo
- postavitev primerno označenih otokov, košev na prizorišču dogodka
- informiranje udeležencev dogodka o možnosti ločevanja embalaže od mešanih odpadkov
- dogovor z gostinci in sponzorji, da hrana ni v majhnem pakiranju in je s čim manj embalaže
- ponudbo hrane na dogodku usmeriti na domače pridelano in sezonsko hrano
- serviranje hrane na dogodku s čim manj embalaže ali pa v ekološko prijazni embalaži

- uporaba posode in pribora za večkratno uporabo
- kavcija za kozarce
- zagotoviti, da se na prizorišču ne delijo letaki
- spodbuda za razvoj turističnih objektov v regiji v smeri energijske učinkovitosti
- ponudnikom turističnih objektov dati v izpolnitev vprašalnik o njihovih trajnostnih praksah
- odgovorno ravnanje z odpadki, ki so posledica turizma v regiji
- razvoj trajnostne ekonomije v regiji z učinkovito rabo razpoložljivih sredstev
- sodelovanje s sponzorji Planice na vseh področjih trajnostnega razvoja
- striktno upoštevanje zakonodaje na področju svetlobnega in hrupnega onesnaženja
- ozaveščanje/opozarjanje udeležencev, naj ne povzročajo škode naravi

**Komunikacija z javnostmi, večja uporaba informacijsko-komunikacijskih tehnologij in ocenjevanje napredka:**

- objava dolgoročne vizije Planice
- priprava komunikacijske strategije za predstavitev posameznih aktivnosti
- določiti načine promocije in povabila k ukrepanju
- podajanje smernic in pravil za ravnanje obiskovalcev in udeležencev tudi na samem dogodku
- redne novice za medije in ostale deležnike
- tisk publikacij v manjšem številu - poudarek na elektronskih publikacijah
- zagotoviti brezžično internetno povezavo v Kranjski Gori in Planici
- razvoj informacijskega sistema (podatkovne baze) za medije z namenom zmanjšanja porabe papirja
- uvesti elektronsko komuniciranje in poslovanje organizatorja, kjer je to mogoče
- po dogodku pridobiti oceno stanja in napredka na vseh področjih trajnostnega razvoja

## Poročilo o izvedbi dogodka in priporočila organizatorju

### *Komuniciranje*

Komunikacija z različnimi javnostmi je bila eden ključnih delov projekta *Planica za trajnostni razvoj*.

Ena izmed prvih aktivnosti je bila priprava novega slogana in logotipa, organizator je pripravil tudi logotipe za posamezne sklope aktivnosti (vlak, carpooling, dediščina, narava). To je dobra praksa z namenom dvigovanja prepoznavnosti projekta, tako v letošnjem letu kot v naslednjih letih.

Organizator je pripravil tudi posebno spletno mesto za področje trajnostnih elementov Planice, ki so se smiselno povezovale z ostalimi podstranmi. Na spletni strani je bila objavljena zaveza k trajnostnim športnim dogodkom v Planici, dokument z načrtom aktivnosti in razdelana posamezna glavna področja. Objavljena je bila tudi načelna dolgoročna vizija Planice. Komunikacija trajnostnih elementov je potekala tudi preko socialnega omrežja Facebook. Tako na spletno stran kot na Facebook je bil umeščen logotip s sloganom, umeščen je bil tudi na osebne akreditacije in akreditacije za avtomobile.

Organizator je pripravil tudi okvirno komunikacijsko strategijo za plasiranje glavnih zgodb *Planice za trajnostni razvoj*. Krovne zgodbe so bile dobro plasirane, pripravljenih je bilo tudi pet sporočil za medije, ki bila posredovana medijem vsak dan dogodka. S tem je bila zagotovljena kontinuiteta sporočanja in plasiranja krovnih zgodb v javnost.

Pred dogodkom je bilo veliko pozornosti in komunikacije namenjene mobilnosti, kar se zdi smiselno, saj je mobilnost tisto področje, ki ima najbolj negativen vpliv na okolje, poleg tega pa so se mnogi obiskovalci zaradi tega komuniciranja odločili za uporabo vlaka. Tako je bila tudi na novinarski konferenci OK Planica v okviru projekta *Planica za trajnostni razvoj* izpostavljena spodbuda, naj se obiskovalci pripeljejo z vlakom. Generalni sekretar OK Planica je tudi sodeloval na novinarski konferenci v okviru projekta Čista zmaga, kjer so bili predstavljeni trajnostni elementi športne prireditve v Planici. Na novinarski konferenci sta sodelovala tudi vodja projekta Čista zmaga in Franci Petek, ambasador trajnostnih športnih dogodkov, kar je tudi pripomoglo k prepoznavnosti teme v splošni javnosti.

Govorec trajnostnih elementov ni dovolj poudarjal, velja pa pohvaliti petkovo komuniciranje trajnostnih elementov in četrtkovo komuniciranje fair play-a. Prvi dan je komunikacija temeljila na odnašanju odpadkov v vrečkah od Zavarovalnice Triglav, drugi dan so bile večkrat poudarjene vse zgodbe projekta *Planica za trajnostni razvoj* (kar je bila dobra praksa), v soboto in nedeljo pa komunikacije o trajnostnih zgodbah praktično sploh ni bilo. Glede na to, da je bila sobota najbolj obiskan dan dogodka, bi bilo še toliko bolj pomembno govoriti o projektu *Planica za trajnostni razvoj*. Ozaveščanje obiskovalcev na dogodku je ključnega pomena za doseganje mobilizacijskega učinka športne prireditve.

Organizator ni pripravil ozaveščevalnih tabel – niti na prizorišču niti na pešpoti. Ideja, da bi pripravili tablo z zavezo in slogani na različnih delih prizorišča (novinarski prostori, VIP šotori, na postajališčih za krožni promet, na pešpoti...), ni bila realizirana. Organizator tudi ni uporabil ozaveščevalnih napotkov za obiskovalce ("kaj lahko storim") oziroma ni podal smernic in pravil za ravnanje obiskovalcev in udeležencev na samem dogodku, kot je bilo zapisano v načrtu aktivnosti.

Organizator je v posebno prilogo Slovenskih novic (16. marec 2013) v veliki meri umestil trajnostne vsebine, kar je bila dobra spodbuda za uporabo vlaka ali deljenje avtomobila in obenem dober ozaveščevalni material.

## PRIPOROČILA:

- Organizator naj pripravi bolj podrobno komunikacijsko strategijo za predstavitev posameznih trajnostnih elementov.
- Organizator naj nadgradi in objavi dolgoročno vizijo Planice.
- Socialna omrežja naj se v večji meri uporabi za komuniciranje trajnostnih vsebin. Podpora splošne javnosti projektu *Planica za trajnostni razvoj* prispeva k njihovi večji ozaveščenosti.
- Trajnostne vsebine (aktivnosti, dobre prakse) naj bodo enakovredno skomunicirane z ostalimi dobrimi praksami in aktivnostmi. Trajnostni elementi naj dobijo enakovredno vlogo v komunikacijskih kanalih.
- Govorec na prireditvi naj vse dni večkrat poudarja trajnostne ukrepe – s stalno komunikacijo bo učinek precej večji, poleg tega pa se tako nagovori vse obiskovalce, ki se zvrstijo v štirih dneh prireditve.
- Posebna pozornost naj se v komunikaciji trajnostnih elementov nameni otrokom, pri katerih naj se s tem razvija pozitiven odnos do okolja in skupnosti.
- Tekom celega leta, še posebej pa v mesecih pred dogodkom, naj se postopno plasira trajnostno zgodbo, z največjo intenzivnostjo tik pred in med dogodkom. Organizator naj trajnostnih tem ne zapostavlja v komunikaciji – notranji in zunanji.
- Organizator naj vse poslovne partnerje spodbudi, naj tudi sami komunicirajo in ozaveščajo o projektu *Planica za trajnostni razvoj*.
- Ozaveščevalne table naj se namesti po prizorišču, v šotorih, na postajališčih, ob pešpoti.
- Več pozornosti naj se nameni plasiranju teme medijem.
- Oblikovanju ozaveščevalnih vsebin naj se posveti več časa in energije, saj le dobro skomunicirani in oblikovno privlačni napotki dosežejo svoj ozaveščevalni namen.

## **Mobilnost**

Glavni cilj na področju mobilnosti je, da čim več obiskovalcev pride peš, z vlakom in avtobusom.

Za tekmi v soboto in nedeljo je bil organiziran izredni vlak do Jesenic (50 odstotkov popusta na vozovnico z vstopnico) in naprej brezplačni avtobusni prevoz od Jesenic do Planice in nazaj. Med obiskovalci je bilo opaziti največ skupin mlajših in starejših, nekaj je bilo tudi družin. Odzivi potnikov so bili pozitivni in aktivnost je vsekakor za pozdraviti ter nadgraditi v naslednjem letu. Na vlaku za Jesenice so potniki dobili navodila z vsemi potrebnimi informacijami, ki sta jih pripravila OK Planica in Slovenske železnice. Na vlaku iz Jesenic v Ljubljano so potnike spraševali, kako so bili zadovoljni z organiziranim prevozom in kakšne spremembe predlagajo, kar je tudi dobra praksa, ki bo prispevala k izboljšanju modela.

Na spletnem portalu Prevoz.org je bil odprt dogodek Planica, ki je bil namenjen povezovanju obiskovalcev za deljenje prevoza. Aplikacijo za deljenje prevoza je uporabilo nekaj obiskovalcev, vendar pa ne dovolj, da bi lahko govorili, da je aktivnost zares zaživela. Da bi jo obiskovalci uporabili v večjem številu, bi bilo potrebno več delati na komunikaciji in promociji te možnosti.

Organiziran je bil krožni prevoz, ki je dobro funkcioniral. Promet je bil (bolj ali manj) tekoč; prometna pretočnost prispeva k zmanjšanju emisij CO<sub>2</sub>. Glede na načrt aktivnosti je organizator za krožni promet predvideval sodelovati s poslovnim partnerjem (sponzorjem), ki bi omogočil uporabo z nizko porabo ali na električni pogon. Te aktivnosti organizator ni izpolnil, tako da ostaja za realizacijo v naslednjem letu.

Potne stroške organizator vrača glede na deljenje prevoza, kar je dobra praksa za zmanjšanje emisij CO<sub>2</sub>. Ogljični odtis dogodka upošteva vse prevoze tudi v procesu priprave dogodka.

Organizator je spodbujal prihode peš, upoštevajoč vreme pa spodbujanje prihoda s kolesom ni bilo najbolj smiselno. Organizator je tudi poskrbel za skupinski transfer tekmovalcev iz tujine.

Nekateri obiskovalci so tudi letos prihajali v Planico s helikopterji. Cena leta je bila sicer minimalno povišana (namesto 50 je let stal 60 EUR), vendar ne dovolj, da bi bilo teh letov manj. Namen zvišanja cene je omejiti število letov z namenom zmanjšanja negativnih vplivov na okolje ter obenem ne imeti izpada dohodka.

Gozdne poti za prihod obiskovalcev peš so bile urejene, nameščene so bile tudi table, ki so ljudi usmerjale po poti, vendar table niso bile dovolj očitne v Kranjski gori. Na tablah so manjkale informacije o času hoje in opis teh poti, kar bi dodatno spodbujalo njihovo uporabo.

Urnika javnega prevoza organizator ni posebej komuniciral, kar ni pripomoglo k dodatni spodbudi uporabe javnega prevoza.

#### PRIPOROČILA:

- Glede na uspešnost letošnje akcije prevoza z vlakom naj se ukrep v naslednjih letih nadgrajuje. Organizira naj se več vlakov, tudi iz drugih krajev Slovenije ter dodatno poveča komuniciranje te možnosti in spodbuja obiskovalce. Razmisli naj se tudi o možnosti odhoda iz Planice ob različnih urah.
- Doseže naj se selekcijo komercialnih letov s helikopterjem; eden od načinov je izrazito povišanje cene.
- Za vse planiške delavce organizirati tečaj varčne vožnje (smernice in izobraževanje za voznike v krožnem prometu o ukrepih za zmanjšanje porabe goriva).
- Možnost deljenja prevozov (carpooling) naj se okrepi s pogostejšim komuniciranjem in spodbujanjem uporabe spletnega portala za deljenje prevoza.
- Pešpoti naj bodo opremljene z informacijami o porabi časa in tudi ostalimi informacijami ter spodbudami k bolj trajnostnemu delovanju. Na pešpoti naj bo postavljenih nekaj košev za odlaganje odpadkov.
- Pešpoti naj bodo v Kranjski gori še posebej dobro označene in dodatno naj obiskovalce spodbujajo na parkiriščih in postajališčih krožnega prevoza.
- Uvede naj se inovativna spodbuda za pešačenje v Planico (nagrade ipd).
- Organizator naj redno komunicira urnike javnega prevoza in organiziran prevoz z vlakom in avtobusom.
- Avtobusni prevoznik naj bo izbran po eko kriterijih. Organizator naj spodbuja in podpira prevoznike, ki ustrezajo eko kriterijem, saj s tem privarčuje pomemben delež emisij toplogrednih plinov.

#### **Zelena pisarna**

Organizator je z namenom zmanjšanja porabe papirja začel postopno uvajati elektronsko komuniciranje in na prizorišču zagotovil brezžično povezavo za novinarje. Načrtovan razvoj informacijskega sistema (podatkovne baze) za medije z namenom zmanjšanja porabe papirja ni bil izveden.

#### PRIPOROČILA:

- Organizator naj nadgradi elektronsko komuniciranje in razvije informacijski sistem za medije ter spodbuja novinarje k uporabi sistema.
- Organizator naj razmisli tudi o sistemskem vpeljevanju okolju prijaznejšega delovanja v pisarnah OK Planica (oziroma Smučarske zveze Slovenije), tako da bodo zaposleni, ki sodelujejo v procesu organizacij športnih dogodkov razumeli in udeleževali trajnostne prakse pri svojem delu (okoljska politika in eko tim, učinkovita komunikacija, zeleni ukrepi na



področju električne in elektronske opreme, mobilnost zaposlenih, zmanjševanje odpadkov in ločeno zbiranje, zelena nabava pisarniškega materiala, hrane in pijače, ekološka čistila in recikliran papir...).

## **Pogostitev**

Ugotavljamo, da je organizator delno upošteval trajnostne kriterije za pogostitev tekmovanja. Velike razlike so se pojavljale na različnih nivojih obiskovalcev.

Pogostitev za otroke 1. dan (četrtek) ni zadostila trajnostnim kriterijem niti iz vidika ponudbe niti iz vidika ustvarjanja odpadkov. Malica je bila sestavljena iz hrenovke, žemlje, krofa in jabolka, vse postreženo na plastičnih krožnikih. Ker gre za hrano, ki je lahko postrežena brez krožnikov, bi otroci lahko malico dobili kar v roke. Poleg tega bi se v košu za smeti znašlo manj nedotaknjene hrane, če jim je ne bi vsega skupaj postregli na krožniku. Zanimivo je bilo v šotoru za otroke videti promocijske izdelke slovenskega proizvajalca Natureta, pri čemer so otroci dobili kečap in gorčico nizozemskega porekla.

V Klubu VIP je bilo najti v večini sezonsko hrano, kar je dobra praksa, vendar poleg nje tudi tropsko sadje. Krožniki, kozarci in pribor so bili klasični (porcelan, steklo), ne za enkratno uporabo. V prostoru Klub 239 je bilo večinoma najti sezonsko hrano, krožniki in pribor klasični, vendar pa so bili kozarci plastični. V prostoru VIP21 je bilo opaziti sezonsko hrano, ves pribor, kozarci, krožniki so bili plastični. Pribor je bil zapakiran v kompletih, kar je privedlo do še več odpadkov, saj je odpadek postal tudi neuporabljeni pribor, ki je bil del kompleta. V prostorih SZS je bila tudi večinsko sezonska hrana, ves pribor, krožniki in kozarci so bili plastični. Sladkor je bil povsod po prizorišču porcijski.

Zanimiva dobra praksa je bil kotiček s ponudbo z zaščiteno geografsko označbo – praženi krompir (na papirnatih krožnikih), kranjska klobasa in cviček.

V splošnem je bilo na celotnem prizorišču opaziti v veliki večini le mesno hrano. Poleg tega, da so bili s tem izključeni vegetarijanci in ni bilo enakih možnosti prehranjevanja za vse, je mesna hrana veliko bolj obremenjujoča za okolje. Živalske farme so velike onesnaževalke s toplogrednimi plini: živinoreja je ena glavnih onesnaževalk z metanom in dušikovim oksidom. Poleg tega je z živinorejo povezano krčenje tropskih gozdov, saj enaka površina kmetijske zemlje lahko prehranjuje enega mesojedca ali deset vegetarijancev.

Ponudniki čaja (1001 cvet), kave (Barcafe) in ostalih pijač (Cedevita, Sola) so svoje izdelke ponujali v svojih kozarcih za enkratno uporabo, ne glede na prostor. Ni bilo torej opaziti enotne strategije in navodil sponzorjem, kako naj svoje izdelke ponujajo obiskovalcem (tudi v šotorih).

Gostinci s pijačo in hrano so izvajali sistem kavcije, a ne vse dni kot tudi ne ves čas posameznega dneva. Jasno je bila vidna neusposobljenost gostincev, ki bodisi niso bili seznanjeni s sistemom (v glavnem v četrtek) bodisi so to jemali kot breme. Razlike med enim in drugim gostincem glede "pravil" za kavcijski sistem so bile velike (do katere ure ga izvajati, za katere velikosti kozarcev, ali tudi za plastenke, pločevinke ipd).

### **PRIPOROČILA:**

- Hrana naj bo v čim večji meri ekološko pridelana in slovenskega izvora.
- Sistem kavcij naj se uvede za vse dneve in ves čas obratovanja.
- Kavcije naj veljajo za vse izdelke: vse velikosti kozarcev toplih in hladnih napitkov, plastenke in pločevinke z brezalkoholnimi in alkoholnimi pijačami.

- Poimenovanje sistema za kavcije EKO OTOK ni najbolj posrečeno, saj besedna zveza "ekološki otok" že ima svoj pomen. Gre za namensko označen prostor, kjer stojijo skupine smetnjakov za ločeno zbiranje odpadkov.
- Več pozornosti naj se nameni usposabljanju osebja za ravnanje s kavcijami.
- Krožniki, kozarci in pribor naj bodo za večkratno uporabo v vseh šotorih (vsi nivoji VIP).
- Plastične kozarce naj se nadomesti s pralnimi kozarci za večkratno uporabo.
- Večji poudarek dati na ponudbo hrane brez embalaže ter ukiniti porcijski sladkor, sol, ipd.
- Ponudba hrane naj bo manj mesna. Zagotoviti je potrebno hrano tudi za vegetarijance, poleg tega je pridelava mesa precej bolj obremenjujoča za okolje.
- Pijača naj bo v vseh šotorih v balonih in večjih steklenicah ter ponujena v kozarcih in ne v majhnih plastenkah. S tem je ustvarjenih manj odpadkov, poteg tega pa je tudi manj zavržene pijače.
- Gostinci naj ponudijo več lokalnih specialitet.
- V ponudbo naj se vključi kava in čaj z oznako iz pravične trgovine.

### **Sodelovanje s sponzorji**

Promocija sponzorjev v večini ni temeljila le na deljenju letakov, kar je pogosto praksa na športnih prireditvah, ampak na deljenju njihovih promocijskih izdelkov. Vendar pa vseeno zastavljen ukrep, da naj se na prizorišču ne delijo letaki, ni bil izpolnjen, saj je bilo obiskovalcem razdeljenih kar nekaj letakov, med njimi nemalo avstrijskih ponudnikov. Prenasičenje je bilo opaziti tudi pri deljenju na majhno pakirane promocijske hrane in pijače, promocijskih materialov in navijaških rekvizitov, ki so takoj po dogodku postali odpadek. Delile so se napolitanke, podloge za sedenje, bomboni, lizike, obroči, dišave za avto (kar je še toliko bolj zanimivo, saj se je spodbujalo obiskovalce, naj ne pridejo z avtomobili), ipd. Tudi v novinarskih paketih so bili promocijski izdelki v glavnem majhno pakirana hrana in pijača.

Vse naštetu kaže na neuskkljenost sponzorjev s trajnostno zgodbo dogodka v Planici.

Sponzorski plakati so viseli tako rekoč ob celotni cesti od Kranjske gore (bolj zgoščeno od Rateč) do Planice (nad cesto, na kozolcih, ob cesti). Oglaševanje na velikih plakatih ocenjujemo kot nesprejemljivo obliko oglaševanja trajnostnega dogodka, saj z vizualnim onesnaževanjem degradira urbano okolje in krajino, mnogokrat svetlobno onesnažuje, zmanjšuje prometno varnost in spodbuja potrošništvo.

Dva večja sponzorja sta tudi ponujala začasne tetovaže, ciljane predvsem za otroke. Tak način oglaševanja je sporen, saj gre pravzaprav za oglaševanje na otrocih, ki nezavedno postanejo promotorji. Otroci so najbolj senzibilna publika in izraba otrok za promocijo lastne znamke ni primerna, če govorimo o trajnostnem dogodku, ki temelji na etičnih načelih (kamor spada tudi za etično oglaševanje). Poleg tega iz Urada za kemikalije opozarjajo, da lahko začasni tatu zaradi kemikalij, ki jih vsebuje, poveča možnost za nastanek alergij.

Opozoriti je potrebno tudi na odnos hostes, ki so delile promocijski material; če obiskovalec promocijski izdelek zavrne, hostese ne bi smele vztrajati, saj je možnost, da bo ta izdelek postal le odpadek, še toliko večja. Pri trajnostnih dogodkih je izredno pomembno usposabljanje osebja, kar velja tudi za hostese. Le z razumevanjem vseh vpletenih lahko dogodek na vseh segmentih podpira in izraža svojo trajnostno zgodbo.

V načrtu je bilo sodelovanje s sponzorji Planice na vseh področjih trajnostnega razvoja, kar očitno ostaja v prihodnje priložnost za izboljšavo. Primer dobre prakse je vsekakor sodelovanje s Slovenskimi železnicami, s katerimi je bila akcija "Z vlakom v Planico" uspešna in je podpirala trajnostno zgodbo dogodka.

#### PRIPOROČILA:

- Organizator naj zagotovi, da se na prizorišču ne delijo letaki.
- Med usposabljanje osebja naj se umesti tudi usposabljanje hostes, ki delijo promocijske materiale.
- Sponzorska hrana in pijača naj ne bo v majhnem pakiranju (npr. napolitanke bi lahko vsaj v VIP območjih dogodka delili na pladnjih brez embalaže).
- Netrajnostno oglaševanje na velikih plakatih naj se ukine, organizator naj s sponzorjem najde alternativno rešitev.
- Sponzorski materiali naj ne bodo letaki oziroma na majhno pakirani (ali celo neuporabni) promocijski izdelki, ampak kreativne rešitve, ki podpirajo in komunicirajo trajnostno zgodbo dogodka.
- Oglaševanje z začasnimi tatuji naj se nadomesti z nespornimi oblikami.
- Darila sponzorjev tekmovalcem, novinarjem in ostalim naj bodo bolj premišljena, trajnostno naravnana in uporabna.
- V kolikor se deli sponzorska hrana in pijača v embalaži, naj bo sproti poskrbljeno tudi za njihove odpadke (npr. hostesa, ki nosi napolitanke, naj bo opremljena z jasno označeno košaro za odlaganje ovtkov napolitank).

#### **Poraba energije**

Organizator ja za leto 2013 načrtoval zamenjavo energenta za ogrevanje šotorov (plin namesto nafte), kar pa se zaradi dolgih postopkov in zagotavljanja večje varnosti ni uresničilo in ostaja v načrtu za naslednje leto. V glavnem je organizator izkoristil dnevno svetlobo in ni uporabljal odvečne razsvetljave.

#### PRIPOROČILA:

- V naslednjem letu naj bo ukrep o zamenjavi energenta za šotore izveden.
- Luči naj ne svetijo brez potrebe (npr. v šotoru pred Kavko).

#### **Odpadki**

Organizator je postavil otoke z zabojniki in koši za različne vrste odpadkov in nanje nalepil oznake z vrsto odpadkov (papir, embalaža, organski odpadki, razno). Nekateri koši niso imeli vložnih vrečk vse dni, tako da so obiskovalci takrat odpadke metali v mrežaste kovinske koše kar na tla. Poleg tega so manjkali manjši koši za ločeno zbiranje v neposredni bližini nekaterih gostincev in gostinskih miz, kjer nastane večina odpadkov. Zabojniki so bili brez pokrovov, kar je sicer olajšalo odlaganje, vendar po drugi strani zaradi tega obiskovalci niso bili dovolj pozorni, v katere zabojnike so odlagali odpadke. Oznake na zabojnikih so bile lične in jasne, a ne dovolj vidne, zato so bili v večini zabojnikov notri mešani odpadki, ne glede na oznako. Ob ekoloških otokih ni bilo osebja, ki bi udeležence usmerjalo pri ločenem odlaganju, kar bi prispevalo k ozaveščenosti in boljšemu končnemu ločenemu odlaganju. V šotorih košev za ločeno zbiranje sploh ni bilo. Nobenih košev ni bilo tudi na območju med cesto in parkiriščem, kjer se je v soboto nabralo veliko ljudi in s tem tudi odpadkov.

Načelo zmanjševanja nastajanja odpadkov je bilo le delno izvedeno. Glavno načelo ravnanja z odpadki je preprečevanje nastajanja odpadkov, kar dosežemo predvsem s pozornostjo pri nabavi. V gostinstvu v nekaterih šotorih ni bilo krožnikov in kozarcev za enkratno uporabo, tudi nekatera hrana je bila ponujena brez embalaže, vendar pa je bila v večini primerov uporabljena plastična embalaža za enkratno uporabo. Sladkor je bil pakiran porcijsko in žličke za mešanje plastične, tako v šotorih kot pri gostincih. Tudi zastavljen ukrep, da naj se na prizorišču ne delijo letaki, ni bil izpolnjen, saj je bilo obiskovalcem razdeljenih kar nekaj letakov, med njimi nemalo avstrijskih ponudnikov. Prenasičenje je

bilo tudi opaziti pri deljenju promocijskih materialov in navijaških rekvizitov, na majhno pakirane hrane ipd., ki so takoj po dogodku postali odpadki.

Zelo vidna je bila tudi akcija Zavarovalnice Triglav, v okviru katere se je obiskovalcem delilo vrečke, da bi lahko obiskovalci odpadke odnesli s seboj. Vrečka je sicer bila 100% reciklabilna, a je ideja o odnašanju odpadkov bolj primerna tam, kjer ni infrastrukture in organiziranega odvoza odpadkov (npr. v gorah). Na dogodku v Planici pa je bilo za odpadke poskrbljeno, tako da so te vrečke v nemalo primerih same postale odpadki. Organizator naj sam poskrbi za ločeno zbiranje in naj ne prelaga odnašanja odpadkov na obiskovalce, saj s tem tudi poveča možnost, da odpadki ne bodo ločeno odvrženi.

#### PRIPOROČILA:

- Ob ekoloških otokih za ločevanje odpadkov naj osebje ozavešča in izobražuje udeležence dogodka o pravilnem odlaganju odpadkov.
- Nikjer naj ne bo na voljo le en koš (ali vreča) za vse odpadke, ampak povsod različni koši za različne vrste odpadkov.
- Ob koših za različne vrste odpadkov naj se postavi oznake precej bolj vidno (morda na tablo na zabojnik), da se obiskovalci odločijo za pravi zabojnik.
- Hostese, ki delijo napolitanke, naj imajo zadaj košare, ki so namenjene za odlaganje ovitkov napolitank; veliko jih je namreč pristalo na tleh.
- V šotore je potrebno namestiti koše za ločeno zbiranje odpadkov.
- Sladkor, sol, pribor.... naj ne bo pakiran porcijsko.
- Kavcijski sistem je potrebno optimizirati (glej poglavje Pogostitev).
- Koše je potrebno namestiti tudi na pešpoti.
- Koše je potrebno namestiti tudi na območju za gostinci (med cesto in parkirišči), kjer se v času največjega obiska zadržuje mnogo obiskovalcev.
- Manjše koše za ločeno zbiranje naj se postavi čim bližje mizam pri gostincih, kjer nastane največ odpadkov.
- Organizator naj zagotovi, da se na dogodku ne delijo letaki.
- Organizator naj poskrbi za takojšnje in natančno odstranjevanje odpadkov po dogodku. V primeru sneženja je hitrost še toliko bolj pomembna; sneg skriva odpadke zelo hitro in je njihovo odstranjevanje nemogoče. Poleg tega neodstranjeni odpadki (npr. še teden dni po dogodku) kazijo krajino in posledično negativno vplivajo na turizem, obenem pa tudi na okolje.
- Organizator naj si za naslednje leto zastavi količinsko opredeljeni cilj, v koliko dnevih bo prizorišče pospravljeno odpadkov, začasne infrastrukture itd.

#### ***Družbeni vidik***

Organizator je zagotovil in označil prostor za osebe s posebnimi potrebami dostop do prizorišča, toalet in pogostitve.

Organizator si je zadal, da bo dajal prednost lokalnim izvajalcem/podizvajalcem/dobaviteljem, kar je izpolnil le v določeni meri, predvsem pa izdelki niso bili lokalni. Ponudniki na stojnicah so prodajali izdelke, ki večinoma niso bili slovenskega izvora in tudi pri ponudbi hrane je bilo moč opaziti neslovenske izdelke. Zanimiva dobra praksa je bil kiosk Pošte Slovenije, kjer je bila na voljo ponudba razglednic, zemljevidov in vodičev Planice in okolice ipd.

Posebni spodbud, da bi se turistični objekti v regiji razvijali v smer energijske učinkovitosti kot posledico tega dogodka, ni bilo opaziti, kot tudi ni bil pripravljena in izvedena analiza ponudnikov turističnih objektov o njihovih trajnostnih praksah.

Dobra dolgoletna praksa vključevanja mladih se je tudi letos nadaljevala. Z likovnim natečajem Planica in otroci, ki poteka že vrsto let in se ga udeležuje veliko število osnovnih šol, so letos spodbujali kreativnost in razmislek na temo varovanja narave, z namenom razviti njihov pozitiven odnos do okolja. Izbrane slike so bile na ogled na mnogo lokacijah – v akreditacijskem centru v hotelu Kompas, na prizorišču pod odrom, v Kavki, tako da so lahko obiskovalci tekom celotne prireditve spoznavali izražanje mladine na temo varovanja narave. Športno udejstvovanje mladih v Planici se je izvajalo tudi izven dogodka - Svetovni dan snega / Dan nordijskega smučanja in športni dnevi v Planici so dober način, s čimer se otroke spodbuja, naj se športno udeležujejo in spoznavajo naravo, ki jih obdaja.

#### PRIPOROČILA:

- Večjo prednost naj se na stojnicah da ponudnikom, ki prodajajo/ponujajo lokalne izdelke (lokalno izdelani in ki odražajo lokalno identiteto).
- Pri pogostitvi naj bo večja vključenost slovenskih ponudnikov hrane, s slovensko (in ekološko) pridelano hrano.
- Gostinci naj dajo večji poudarek lokalni hrani.
- Izvede naj se pregled trajnostnih praks turističnih ponudnikov in razvija ter spodbuja odgovorni turizem.

### *Varovanje narave*

Organizator je poskrbel za urejene in označene gozdne pešpote iz Kranjske gore, Podkorna in Rateč do Planice.

Organizator ni poskrbel za ozaveščanje/opozarjanje udeležencev, naj ne povzročajo škode naravi.

Organizator je s pripravo prostora za obiskovalce (med cesto in parkirišči) povzročil škodo v naravnem okolju – opaziti je bilo uničeno grmovje in manjša drevesa.

Parkirne površine so bile urejene, a so bile pripravljene tudi na zelenih površinah na travinju (npr. ob pešpoti med Kranjsko goro in Ratečami, ob cesti do Planice). Parkiranje na zelenih površinah ima lahko škodljive vplive na okolje (npr. odtekanje škodljivih snovi v podtalnico).

#### PRIPOROČILA:

- V kolikor organizator potrebuje več parkirnih površin in jih naredi na zelenih površinah, naj to območje revitalizira. Poskrbi naj za ohranjanje biotske raznovrstnosti travinja z vzpostavitvijo sistema pridelovanja ohranjevalnih semenskih mešanic.
- Na gozdni poti naj bodo postavljeni koši za odlaganje odpadkov.
- Ozaveščanje o ohranjanju narave je pomemben element trajnostnega športnega dogodka, ki se odvija v naravnem okolju, zato naj organizator nameni določeno pozornost tej komunikaciji.
- Organizator naj s pripravo prizorišča striktno ne povzroča škode naravi.
- Organizator naj si za naslednje leto zastavi količinsko opredeljen cilj, v koliko časa bo poskrbljeno za revitalizacijo uničenih zelenih površin.