

Program jednolitego rynku (SMP)

SMP-2023-TOURSME

**Przejście na bardziej zrównoważony i odporny ekosystem –
wzmocnienie pozycji małych i średnich przedsiębiorstw
turystycznych**



Wynik 2.1

Kompendium najlepszych praktyk i wniosków

www.inspires-tourism.eu



Co-funded by
the European Union

Projekt otrzymał dofinansowanie z programu Unii Europejskiej
„Jednolity rynek” na podstawie umowy o dotację nr 101181590

Nazwa projektu:

Inicjatywy na rzecz zrównoważonych innowacyjnych praktyk, odporności i wzmocnienia pozycji małych i średnich przedsiębiorstw w sektorze turystyki

Skrót nazwy projektu: INSPIRES

Numer wniosku projektowego: 101181590

Czas trwania projektu i data rozpoczęcia:

Czas trwania projektu: 36 miesięcy

Data rozpoczęcia projektu: 1 listopada 2024 r.

Data zakończenia projektu: 31 października 2027 r.

Partner wiodący/koordynator:

ERLEBNIS BREMERHAVEN GMBH (EBG) (Niemcy)

Partnerzy:

TOERISME PROVINCIE ANTWERPEN (BE)

IZBA HANDLOWO-PRZEMYSŁOWA VRATSA SDRUZHENIE (BG)

CAMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIA SERVICIOS Y NAVEGACION DE SEVILLA (ES)

WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE (PL)

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU OY (FI) EUROPEJSKA SIĘĆ TURYSTYKI KULTURALNEJ (BE)

Kontakt:

Franziska Stenzel, Helmut Berends, Claudia Harms E-mail:INSPIRES@erlebnis-bremerhaven.de

Strona internetowa: inspires-tourism.eu

Arkusze kontroli dokumentów

Pakiet roboczy	WP2 Najlepsze praktyki i podnoszenie świadomości
Wynik	D2.1 Kompendium najlepszych praktyk i wniosków
Poziom rozpowszechniania	Publiczny
Rodzaj rezultatu	Raport
Główny autor	Oficjalna Izba Handlowa w Sewilli (CCSEV)
Termin	M13
Data złożenia	14 stycznia 2026

Historia zmian dokumentu

Wersja	Data	Redaktor/recenzent	Uwaga
V1.0	02.12.2025	Anne Furphy (CCSEV)	Wersja do przeglądu wewnętrznego
V2.0	19.12.2025	Anne Furphy (CCSEV)	Wersja poprawiona na podstawie uwag partnerów
V3.0	29.12.2025	Helmut Berends (EBG (LP))	Ostateczna weryfikacja i dostosowanie układu
V4.0	14.01.2026	Anne Furphy (CCSEV)	Wersja poprawiona na podstawie uwag EIASMEA

Wykaz skrótów

Komisja Europejska	KE
Europejska Rada ds. Innowacji i Agencja Wykonawcza ds. MŚP	EISMEA
Umowa o dotację	GA
Umowa o partnerstwie	PA
Opis działania	DoA
Koordynator projektu	COO
Grupa sterująca	SG
Zespół głównego partnera	LPT
Pakiet roboczy	WP

Zastrzeżenie

Projekt finansowany przez Unię Europejską. Wyrażone poglądy i opinie są jednak wyłącznie poglądami i opiniami autora (autorów) i nie muszą odzwierciedlać poglądów Unii Europejskiej lub EISMEA. Ani Unia Europejska, ani organ przyznający dotację nie ponoszą za nie odpowiedzialności. Partnerzy projektu INSPIRES nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji zawartych w niniejszym dokumencie.

Partnerzy projektu



Spis treści

1 WPROWADZENIE	1
2 METODYKA.....	3
3 PRZEGLĄD ZEBRANYCH NAJLEPSZYCH PRAKTYK.....	7
4 KLUCZOWE WNIOSKI I WYCIĄGNIĘTE DOŚWIADCZENIA	16
ZAŁĄCZNIK 1.....	17

Tabela rysunków

Wykres 1: Zakres inwestycji	7
Wykres 2: Konkretnie potrzeby w zakresie wsparcia, którym poświęcono uwagę	7
Wykres 3: Status inicjatywy	9
Rysunek 4: Tematy związane z najlepszymi praktykami	9
Rysunek 5: Kluczowe mocne strony praktyk	12
Rysunek 6: Możliwość przeniesienia praktyk	13

1 WPROWADZENIE

Sektor turystyczny przechodzi obecnie znaczące przemiany spowodowane priorytetami w zakresie zrównoważonego rozwoju, cyfryzacji i odporności. Małe i średnie przedsiębiorstwa (zwane dalej MŚP) oraz organizacje zarządzające destynacjami (zwane dalej DMO) odgrywają kluczową rolę w tej transformacji, działając jako katalizatory innowacji i rozwoju lokalnego. W ramach projektu INSPIRES identyfikacja najlepszych praktyk w tych obszarach stanowi przyszłe źródło inspiracji dla mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, pomagając im wspierać innowacje, zwiększać konkurencyjność i zapewniać długoterminowe rozwiązania zapewniające rentowność.

W ramach pakietu roboczego (zwanego dalej WP) 2 celem jest ustanowienie podstawy i zbioru konkretnych, istotnych, powtarzalnych i możliwych do odniesienia najlepszych praktyk dla kolejnych działań (WP3, 4 i 5) w ramach projektu.

Przeanalizowane najlepsze praktyki z MŚP i organizacji zarządzających destynacjami turystycznymi mogą wzbogacić i służyć jako ilustracyjne przykłady w różnych modułach szkoleniowych dla trenerów opracowanych w WP3. Kilka zebranych najlepszych praktyk przyczynia się do inteligentnego podejścia do turystyki, w szczególności poprzez wykorzystanie nowych technologii cyfrowych i rozwiązań, które poprawiają zarządzanie destynacjami i doświadczenia odwiedzających. Te najlepsze praktyki będą szczególnie istotne dla działań szkoleniowych dla trenerów.

Za pomocą kwestionariusza zebrano w sumie 47 najlepszych praktyk, z których 44 uznano za ważne i uwzględniono w analizie. Proces gromadzenia danych nie obejmował indywidualnych wywiadów, ale opierał się na ustrukturyzowanym kwestionariuszu internetowym, który umożliwiał respondentom podanie szczegółowych informacji jakościowych i ilościowych na temat swoich inicjatyw.

Zebrane praktyki obejmują zrównoważony zakres obszarów tematycznych istotnych dla sektora turystycznego, w tym zrównoważony rozwój i gospodarkę o obiegu zamkniętym, zarządzanie ryzykiem i odporność, zrównoważoną i regeneracyjną turystykę, różnorodność i włączenie społeczne, nowe technologie i cyfryzację, a także dostępność. Kilka praktyk dotyczy więcej niż jednego obszaru tematycznego, co wskazuje na przekrojowy charakter innowacji w turystyce.

Przypadki przedstawione w kompendium mogą również stanowić inspirację do opracowania warsztatów i dostosowanych do potrzeb programów coachingowych dotyczących zrównoważonego rozwoju, zarządzania ryzykiem oraz różnorodności i integracji, zaplanowanych w ramach WP4.

Przykłady zawarte w kompendium mogą być również przydatne dla MŚP składających wnioski w ramach zaproszenia do składania wniosków ogłoszonego w WP5, pokazując udane doświadczenia, skuteczne i mniej skuteczne działania oraz wyzwania, przed którymi stoją MŚP.

Identyfikacja najlepszych praktyk pomaga nam lepiej zrozumieć rzeczywisty kontekst przedsiębiorstw w sektorze turystycznym, sposób, w jaki podchodzą one do transformacji ekologicznej i cyfrowej, oraz kluczowe aspekty, wyzwania i możliwości, które identyfikują dla swoich modeli biznesowych, zwracając szczególną uwagę na dostosowanie się do ścieżki transformacji turystyki określonej przez Komisję Europejską, w szczególności w odniesieniu do następujących tematów:

- Temat 8: Zielona transformacja przedsiębiorstw turystycznych i MŚP
- Temat 16: Wsparcie dla cyfryzacji MŚP i destynacji turystycznych
- Temat 19: Podnoszenie świadomości na temat potrzeb w zakresie umiejętności związanych z podwójną transformacją w turystyce
- Temat 20: Podnoszenie świadomości na temat zmian w popycie turystycznym i możliwościach podwójnej transformacji w turystyce
- Temat 25: Poprawa dostępności usług turystycznych
- Temat 26: Usługi turystyczne dla odwiedzających i mieszkańców

Tematy te znajdują odzwierciedlenie w najlepszych praktykach zidentyfikowanych i przeanalizowanych w niniejszym dokumencie.

Oprócz tematów odzwierciedlonych w najlepszych praktykach zidentyfikowanych i przeanalizowanych w niniejszym dokumencie, ogólne ramy składają się z trzech głównych filarów:

- Zielona transformacja: przyjęcie praktyk zrównoważonych środowiskowo
- Transformacja cyfrowa: integracja narzędzi i technologii cyfrowych
- Odporność: odporność i adaptacja do wyzwań zewnętrznych

Gromadzenie i analiza informacji odbywa się poprzez ciągłą interakcję między partnerami w celu zagwarantowania jednorodności i porównywalności zebranych informacji, a z drugiej strony zapewnienia wzrostu wiedzy na temat konkretnych najlepszych praktyk w zakresie zielonej i cyfrowej transformacji oraz odporności w turystyce.

Niniejszy dokument ma na celu przedstawienie głównych wyników zebranego kompendium najlepszych praktyk, pokazując, w jaki sposób przedsiębiorstwa i organizacje zarządzające destynacjami łączą główne filary podwójnej transformacji z budowaniem społeczności, rozwojem umiejętności i dostępnością, aby osiągnąć zarówno zrównoważone, jak i konkurencyjne modele turystyki.

2 METODYKA

W celu zebrania najlepszych praktyk opracowano szablon w formacie kwestionariusza Google, aby zapewnić analizę każdej najlepszej praktyki zgodnie ze standardowym schematem podzielonym na następujące pola:

Główny kod działalności (NACE – statystyczna nomenklatura rodzajów działalności gospodarczej we Wspólnocie Europejskiej), który identyfikuje przedsiębiorstwo/inicjatywę. Pomaga nam to lepiej zrozumieć i przeanalizować najlepsze praktyki w kontekście rodzaju działalności. Chociaż kody NACE specyficzne dla sektora turystycznego nie są obowiązkowe w INSPIRES, pomagają nam one lepiej poznać charakter i zakres inicjatywy.

Ogólne informacje o inicjatywie: nazwa, adres e-mail, data rozpoczęcia, czy inicjatywa jest nadal realizowana?

Całkowita inwestycja wymagana dla inicjatywy: Informacje te pomagają nam zrozumieć skalę inicjatywy, a nie dokładne dane finansowe, oraz ocenić zasoby potrzebne do potencjalnego przeniesienia lub powielenia przez inne przedsiębiorstwa i/lub organizacje.

Respondenci nie byli proszeni o podanie dokładnej kwoty inwestycji, ale o wskazanie przedziału inwestycyjnego, w ramach którego została zrealizowana ich inicjatywa.

Dostępne opcje obejmowały z góry określone przedziały (np. poniżej 10 000 EUR; 10 000 EUR–50 000 EUR; 50 000–100 000 EUR; 100 000–200 000 EUR, powyżej 250 000 EUR), co pozwoliło MŚP i organizacjom zarządzania destynacją (DMO) udzielić odpowiedzi w prosty i porównywalny sposób, przy zachowaniu poufności. Podejście to sprzyja również realistycznej ocenie możliwości transferu lub powielenia w oparciu o potrzebne zasoby.

Informacje opisowe, w tym główne cele, kluczowe działania i wpływ na zrównoważony rozwój turystyki, odporność i cyfryzację.

2.1 Tematy poruszane w ramach inicjatywy

Klasyfikacja ta pomaga nam przyporządkować najlepsze praktyki do najbardziej istotnych obszarów tematycznych, którymi się zajmujemy. INSPIRES opracowuje obecnie program „szkolenia dla trenerów” w ramach WP3, zawierający specjalne moduły dostosowane do tych tematów, więc zebrane informacje będą miały bezpośredni wpływ na kształtowanie i ilustrowanie treści za pomocą przykładów z życia wziętych.

- Zarządzanie ryzykiem i odporność

- Zrównoważony rozwój/gospodarka o obiegu zamkniętym
- Zrównoważona i regeneracyjna oferta turystyczna
- Różnorodność i integracja w turystyce
- Nowe technologie
- Dostępność
- Inne

Chociaż inteligentna turystyka¹ nie została uwzględniona jako odrębny temat w proponowanym kwestionariuszu, kilka najlepszych praktyk dotyczy inteligentnej turystyki poprzez wykorzystanie nowych technologii i rozwiązań cyfrowych. Wymiar ten zostanie dodatkowo wzmocniony w ostatecznej wersji kompendium i będzie również odgrywał istotną rolę w programie szkolenia trenerów i powiązanych działaniach (część WP3).

2.2 Jakie konkretne potrzeby wsparcia zostały uwzględnione?

Informacje te wskazują nam, jakie są główne potrzeby wykraczające poza potrzeby właścicieli praktyk.

- Efektywność energetyczna lub efektywne wykorzystanie zasobów
- Wdrażanie narzędzi cyfrowych (np. rezerwacje, CRM)
- Promocja na rynkach zagranicznych
- Tworzenie wartości z lokalnych zasobów kulturowych/przyrodniczych
- Nawiązywanie kontaktów z dostawcami usług uzupełniających
- Podnoszenie kwalifikacji pracowników
- Innowacje w zakresie infrastruktury lub usług

2.3 Jaki był wpływ najlepszej praktyki?

W tej sekcji uczestnicy proszeni są o szczegółowe opisanie kluczowych wyników, korzyści i zmian, jakie przyniosła ona dla turystyki, takich jak poprawa zrównoważonego rozwoju, odporności, cyfryzacji lub zaangażowania społeczności.

¹ „Inteligentna turystyka stanowi odpowiedź na nowe wyzwania i wymagania w szybko zmieniającej się branży, w tym ewolucję narzędzi cyfrowych, produktów i usług; równe szanse i dostęp dla wszystkich odwiedzających; zrównoważony rozwój lokalnego obszaru; oraz wsparcie dla branż kreatywnych, lokalnych talentów i dziedzictwa”. (smart-tourism-capital.ec.europa.eu)

2.4 Najważniejsze zalety inicjatywy

Dlaczego jest to dobry przykład, którym warto się podzielić? Co jest w nim szczególnie innowacyjne, inspirujące lub możliwe do przeniesienia?

Pomaga nam to podkreślić, co sprawia, że najlepsza praktyka jest szczególnie cenna, oraz zidentyfikować aspekty, które mogą być najbardziej inspirujące lub możliwe do przeniesienia na inne podmioty w sektorze turystycznym:

- Innowacyjność
- Zrównoważony rozwój
- Zaangażowanie społeczności
- Korzyści ekonomiczne
- Skalowalność
- Dostępność
- Inne

2.5 Czy inicjatywa może zostać przeniesiona na inne regiony lub typy MŚP?

To pytanie pozwala uzyskać wgląd w możliwość powielania i skalowalność inicjatywy. Pomaga ustalić, czy praktyka ta mogłaby zostać z powodzeniem zaadaptowana i wdrożona w innych regionach, kontekstach lub typach działalności, wykraczających poza pierwotny model. Zrozumienie potencjalnej możliwości przeniesienia ułatwia identyfikację najlepszych praktyk, które mogą mieć potencjalny wpływ i które mogą służyć jako modele lub punkty odniesienia dla innych podmiotów w sektorze. Na poziomie wewnętrznym pozwala nam to określić, które najlepsze praktyki mają większe szanse służyć jako przykłady w szkoleniach dla trenerów.

2.6 Napotkane wyzwania (odpowiedzi opcjonalne):

To pytanie pozwala nam zidentyfikować wyzwania napotkane podczas wdrażania praktyki oraz wnioski wyciągnięte z tego procesu.

2.7 Przyszłe możliwości rozwoju:

Ta sekcja zawiera informacje na temat tego, w jaki sposób praktyka mogłaby zostać rozszerzona, ulepszona lub dostosowana w celu zwiększenia jej wpływu i skuteczności. Uczestnicy są zachęceni do dzielenia się pomysłami, potencjalnymi sojuszami lub obszarami rozwoju.

Ogólnie rzecz biorąc, kwestionariusz zapewnia jasny i kompleksowy przegląd wdrożonych najlepszych praktyk, ułatwiając identyfikację mocnych stron, obszarów wymagających poprawy, wniosków i wyzwań.

3 PRZEGLĄD ZEBRANYCH NAJLEPSZYCH PRAKTYK

W tej sekcji omawiamy najlepsze praktyki z różnych perspektyw: analiza statystyczna najlepszych praktyk z wykresami pokazującymi trendy i wzorce oraz konkretnymi przykładami, jeśli są one istotne.

3.1 Statystyki

W pierwszej fazie zbierania danych zgłoszono 47 najlepszych praktyk, a ostatecznie do analizy uwzględniono 44 z nich.

Większość najlepszych praktyk pochodzi z krajów INSPIRES: Finlandii, Belgii, Niemiec, Polski, Bułgarii i Hiszpanii. Ponadto, ponieważ gromadzenie najlepszych praktyk nie ogranicza się do krajów i regionów INSPIRES, uwzględniono również najlepsze praktyki z innych krajów, takich jak Irlandia, Cypr, Rumunia i Grecja.

Większość najlepszych praktyk pochodzi z inicjatyw MŚP, ale także z organizacji zarządzających destynacjami (DMO), które poprzez swoją rolę pośredniczącą ułatwiają ekologiczne i cyfrowe przekształcenie MŚP.

3.2 Sektory działalności gospodarczej

Zebrane najlepsze praktyki pochodzą z szerokiego zakresu działalności związanej z turystyką, w tym z zakwaterowania, gastronomii, działalności związanej z przyrodą itp. Odzwierciedla to zaangażowanie sektora turystycznego, a w szczególności małych organizacji i MŚP z obszarów wiejskich lub współpracujących bezpośrednio z obszarami wiejskimi, nie tylko w zakresie transformacji cyfrowej i ekologicznej, ale także innowacyjności i odporności.

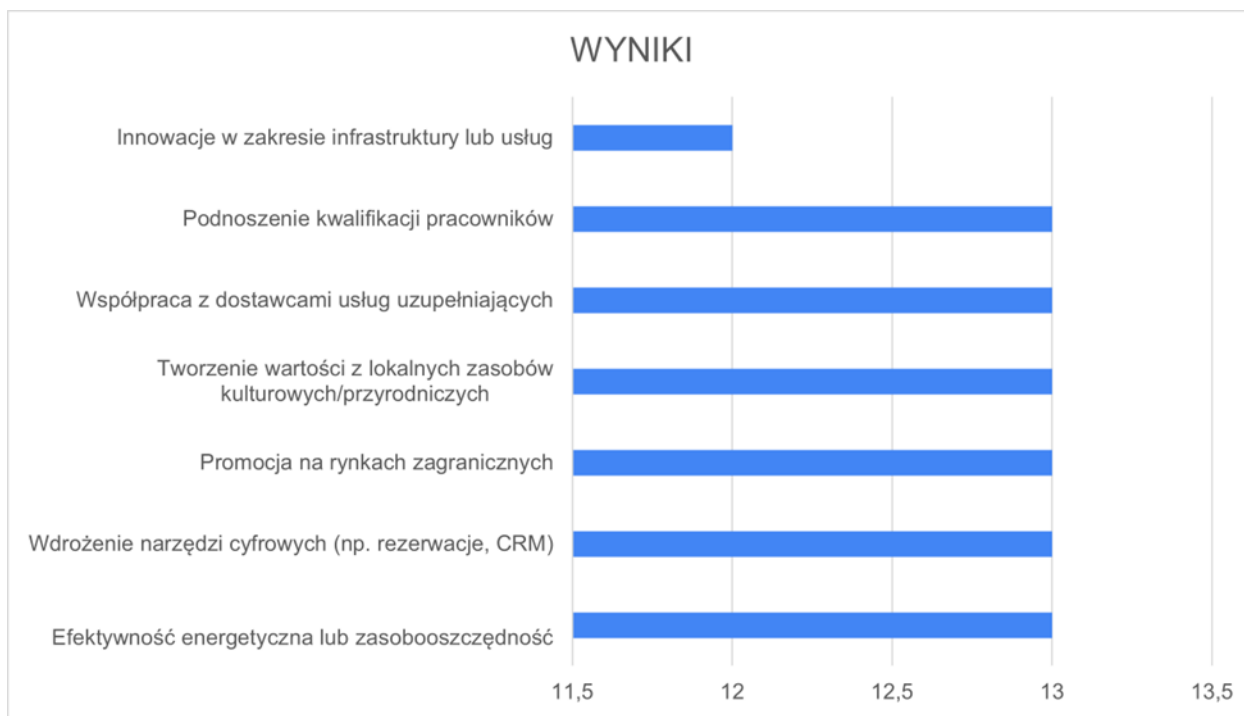
3.3 Zakres inwestycji

Prawie połowa inicjatyw wymagała niewielkich inwestycji: poniżej 50 000 EUR, co potwierdza, że wdrożenie innowacyjnych rozwiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju i cyfryzacji nie zawsze wymaga dużego budżetu. Niektóre inicjatywy wymagały jednak większych inwestycji, co oznacza również długoterminowe zaangażowanie w transformację cyfrową i ekologiczną. Można również zrozumieć, że część respondentów mogła również zrozumieć pytanie jako całkowitą inwestycję wymaganą do założenia i rozpoczęcia działalności gospodarczej.



Wykres 1: Zakres inwestycji

3.4 Szczegółowe potrzeby w zakresie wsparcia



Wykres 2: Konkretnie potrzeby w zakresie wsparcia

Liczba zidentyfikowanych konkretnych potrzeb w zakresie wsparcia przekracza łączną liczbę przeanalizowanych najlepszych praktyk, ponieważ pytanie to zostało sformułowane jako pytanie

wielokrotnego wyboru z możliwością udzielenia wielu odpowiedzi. Respondenci mogli zatem wybrać więcej niż jedną potrzebę w zakresie wsparcia, aby odzwierciedlić różne rodzaje pomocy wymagane do pomyślnej realizacji ich inicjatywy.

Odpowiedzi na to pytanie były dość zrównoważone, co wskazuje na duże zapotrzebowanie na wsparcie w różnych obszarach ze strony MŚP. Większość respondentów wskazała potrzeby związane z efektywnością energetyczną i zasobową, wdrażaniem narzędzi cyfrowych oraz tworzeniem wartości z zasobów kulturowych/przyrodniczych, co pokazuje, że MŚP z sektora turystycznego wyraźnie uwzględniają podwójną transformację jako podstawę swojego modelu biznesowego.

Odpowiedź dotycząca promocji na rynkach zagranicznych w połączeniu z innowacjami w zakresie usług i podnoszeniem kwalifikacji pracowników wskazuje również, że przedsiębiorstwa z sektora turystycznego są gotowe przygotować swoją działalność do ewolucji w dynamicznym, zglobalizowanym i stale zmieniającym się środowisku.

Liczba przedsiębiorstw wskazujących nawiązywanie kontaktów z komplementarnymi podmiotami i dostawcami usług jako konkretną potrzebę, którą należy zaspokoić, wskazuje na znaczenie wzmocnienia powiązań z otaczającymi społecznościami oraz na znaczenie nawiązywania współpracy, a także na to, że transformacji cyfrowej i ekologicznej nie można realizować ani osiągnąć w izolacji.

Pokazuje to również, w jaki sposób przedsiębiorstwa turystyczne dążą do nawiązania synergii z innymi sektorami, aby oferować swoim klientom produkty i usługi na wyższym poziomie.

3.5 Przykładowe modele z MŚP:

Współpraca i współpraca:

[Happy Weekends](#), belgijski touroperator, podkreśla znaczenie długoterminowej współpracy z wiarygodnymi partnerami jako korzyści dla swojej działalności oraz „zwiększoną odporność dzięki skupieniu się na specjalizacji, bliskich relacjach i świadomych inwestycjach”.

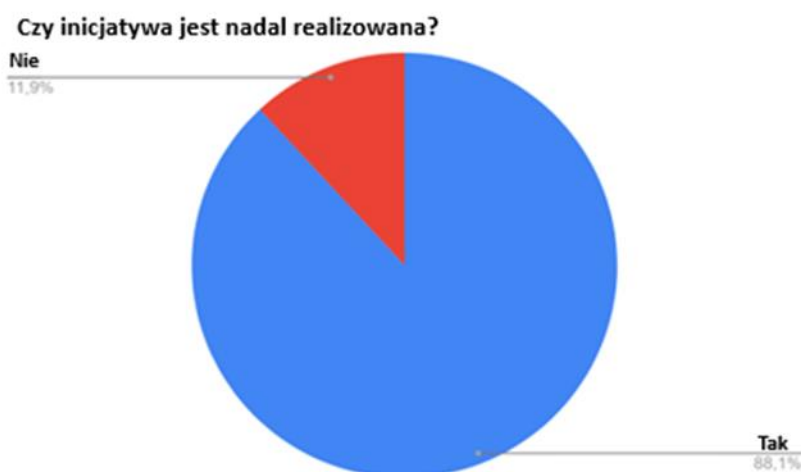
Zrównoważona i regeneracyjna oferta turystyczna:

[The Jolly Vintners](#), inicjatywa z Bułgarii, która oferuje wyselekcjonowane atrakcje turystyczne związane z winem w Lyutibrod, łącząc degustacje win z lokalnymi potrawami, przyrodą i opowieściami o kulturze. Na tle wąwozu Iskar promuje turystykę o niewielkim wpływie na środowisko i wspiera rewitalizację obszarów wiejskich. Kluczowe działania obejmują degustacje z przewodnikiem w miejscach przyrodniczych i zabytkowych, rezerwacje online oraz spersonalizowane interakcje z gośćmi. Inicjatywa zwiększa zrównoważony rozwój poprzez lokalne zaopatrzenie i ekologiczne praktyki w winnicach, buduje odporność poprzez dywersyfikację dochodów poza sprzedażą wina oraz wykorzystuje narzędzia cyfrowe do

planowania i promocji. Przyczynia się do widoczności północno-zachodniej Bułgarii jako wysokiej jakości miejsca docelowego opartego na doświadczeniach.

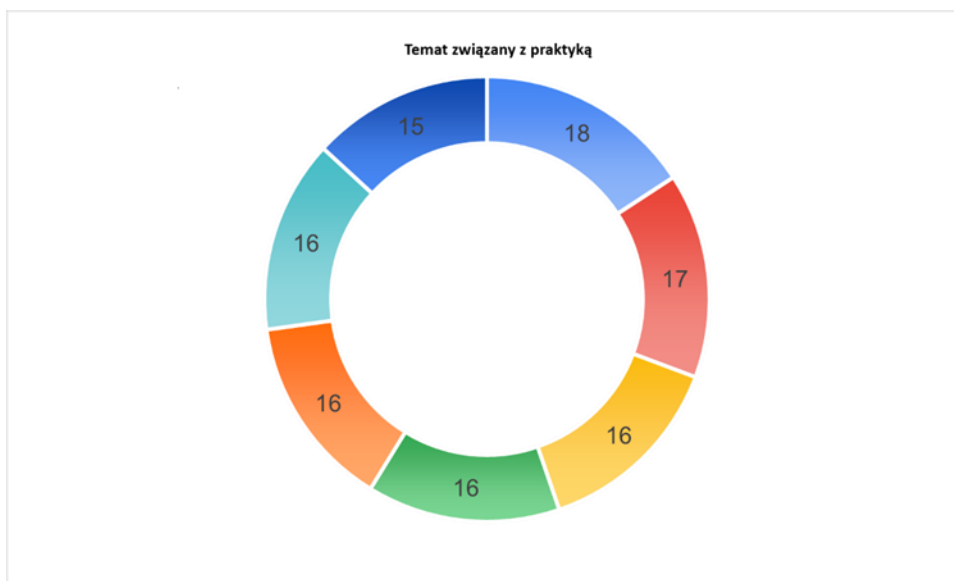
3.6 Aktualny status inicjatyw

Znaczna część inicjatyw jest nadal w trakcie realizacji, co potwierdza dynamiczny charakter sektora oraz nieustanne wysiłki małych i średnich przedsiębiorstw oraz organizacji zarządzających destynacjami turystycznymi (DMO) na rzecz bardziej zrównoważonych i odpornych modeli biznesowych.



Rysunek 3: Status inicjatyw

3.7 Tematy związane z najlepszymi praktykami



Rysunek 4: Tematy związane z najlepszymi praktykami

TEMATY	Liczba MŚP
Zarządzanie ryzykiem i odporność	18
Zrównoważony rozwój/praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym	17
Oferty turystyczne zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i regeneracji	16
Różnorodność i integracja w turystyce	16
Nowe technologie	16
Dostępność	16
Inne	15

Odpowiedzi na to pytanie (możliwe było udzielenie wielu odpowiedzi) są dość zrównoważone w różnych proponowanych obszarach tematycznych, co świadczy o wielowymiarowości innowacji w sektorze turystycznym. Najczęściej wymienianym obszarem tematycznym jest zarządzanie ryzykiem i odporność, a tuż za nim plasuje się zrównoważona/gospodarka obiegu zamkniętego.

Warto wspomnieć, że respondenci poruszyli również kwestie różnorodności i integracji oraz dostępności, co podkreśla rosnącą integrację tych wymiarów w strategiach turystycznych MŚP.

Ogólnie rzecz biorąc, wyniki pokazują, że sektor turystyczny podchodzi do swoich strategii w sposób holistyczny, łącząc praktyki środowiskowe, społeczne i technologiczne w celu zwiększenia odporności i zrównoważonego rozwoju w sektorze.

Przykładowe modele zrównoważonego rozwoju i gospodarki o obiegu zamkniętym stosowane przez MŚP:

[Naturanda](#), MŚP z Hiszpanii zajmujące się organizacją wycieczek z przewodnikiem, stwierdza: „NATURANDA przekształciła wyzwania związane z pandemią w okazję do przyjęcia zrównoważonego rozwoju jako podstawy naszego modelu turystycznego. Odnowiliśmy naszą flotę, wprowadzając pojazdy elektryczne i hybrydowe w celu ograniczenia emisji CO₂, zdigitalizowaliśmy działalność, aby wyeliminować marnotrawstwo papieru, oraz ulepszyliśmy nasze biura, wprowadzając energooszczędne systemy i praktyki ekologiczne. Każda wycieczka obejmuje teraz edukację ekologiczną, podnosząc świadomość wartości i kruchości przyrody. Poprzez codzienne działania na obszarach naturalnych i partnerstwa z lokalnymi społecznościami zapewniamy, że turystyka ma pozytywny wpływ na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę. Dla nas zrównoważony rozwój nie jest trendem, ale trwałą odpowiedzialnością”.

[Ośrodek Yteri Resort & Camping](#) znajduje się w jednym z najcenniejszych siedlisk wydmych Finlandii, chronionym w ramach sieci Natura 2000. Cała działalność w Yteri odbywa się zgodnie z surowymi zasadami zrównoważonego rozwoju. Ośrodek oferuje 75 domków letniskowych, 130 miejsc dla przyczep kempingowych z dostępem do prądu i 200 miejsc namiotowych, a także sauny, restaurację i zajęcia dla rodzin. Zobowiązany do minimalizowania wpływu na środowisko, po ukończeniu 7-etapowego programu uzyskał certyfikat Sustainable Travel Finland (STF). Kluczowe działania koncentrują się na poprawie efektywności energetycznej, recyklingu oraz zachęcaniu gości i personelu do ograniczania zużycia wody, energii elektrycznej i ilości odpadów.

Ilustracyjny model oferty turystyki zrównoważonej i regeneracyjnej:

Oto kilka przykładów ilustrujących *odpowiedzi respondentów, którzy uwzględnili ofertę turystyczną opartą na zasadach zrównoważonego rozwoju i regeneracji:*

[Cyfrowa platforma z przewodnikiem po zrównoważonych zakupach](#) z Bremerhaven w Niemczech to cyfrowa platforma e-commerce, która promuje zrównoważone zakupy, łącząc konsumentów z przyjaznymi dla środowiska przedsiębiorstwami z branży detalicznej, gastronomicznej, rzemieślniczej i usługowej. **Zarządzana przez destynację turystyczną**, zapewnia dokładne informacje, utrzymuje system i sprzyja interakcji między użytkownikami a dostawcami. Beneficjentami są konsumenci, którzy zyskują łatwiejszy dostęp do zrównoważonych alternatyw, oraz firmy, które czerpią korzyści z większej widoczności i dotarcia do docelowych klientów.

Poprawia współpracę z regionalnymi podmiotami, zwiększa widoczność MŚP i dostępność dla odbiorców zainteresowanych zrównoważonym rozwojem.

[Mietowe Wzgórze](#) z Polski to kameralne miejsce wypoczynku w harmonii z naturą, przyciągające lojalnych gości i organizujące warsztaty oraz imprezy plenerowe, które jednoczą społeczność. Promuje region jako centrum turystyki slow i ekologicznej, wspierając jednocześnie lokalnych dostawców i mikroprzedsiębiorstwa. Promuje silne zaangażowanie społeczności poprzez lokalną żywność, rzemiosło i warsztaty, wzmacniając tożsamość i rozwój regionalny.

Ilustracyjny model oferty turystycznej zapewniającej dostępność i integrację:

[Bielebale](#): Dostępność dla wszystkich i zatrudnienie dla wszystkich to miejsce wypoczynku, w którym każdy jest mile widziany bez żadnych barier. Zapewnia ono niezbędne wsparcie podczas wakacji: opiekę medyczną (lekarz, fizjoterapeuta), urządzenia wspomagające oraz doradztwo, które są organizowane dyskretnie i profesjonalnie, nie zakłócając wakacyjnego nastroju. Ponadto 60% pracowników to osoby znajdujące się w niekorzystnej sytuacji na rynku pracy. Model ten jest wspierany przez rząd flamandzki.

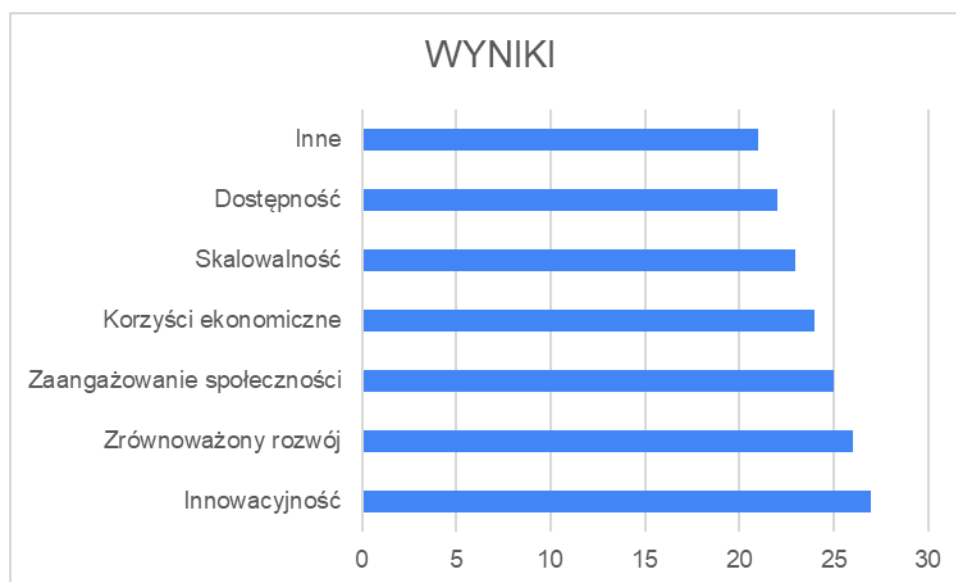
Załącznik 1 zawiera listę wszystkich najlepszych praktyk według tematów i zostanie udostępniony zainteresowanym MŚP i organizacjom zarządzającym destynacjami turystycznymi (DMO) za pośrednictwem platformy internetowej do końca pierwszego kwartału 2026 r.

3.8 Najważniejsze zalety najlepszych praktyk

Wyniki odpowiedzi na to pytanie pokazują, że respondenci najbardziej cenią sobie innowacyjność (27) i zrównoważony rozwój (26).

Zaangażowanie społeczności (26) i korzyści ekonomiczne (24) są równie ważne, co pokazuje, że przedsiębiorstwa są gotowe połączyć pozytywne zaangażowanie społeczno-społecznościowe z rentownością biznesową.

Liczba innych mocnych stron (21) również potwierdza, że transformacja w turystyce może przybierać różne formy.



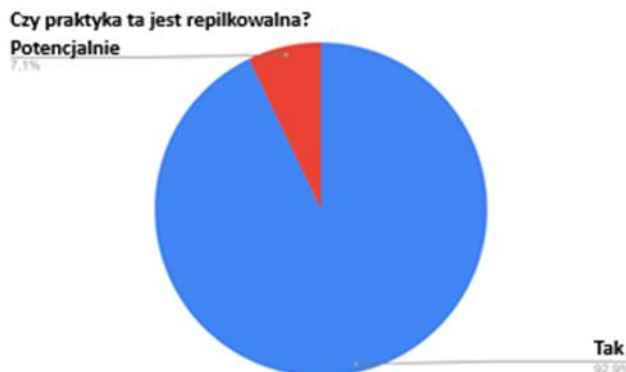
Rysunek 5: Najważniejsze mocne strony praktyk

Poniższa tabela przedstawia dokładną liczbę MŚP dla każdego rodzaju mocnej strony, biorąc pod uwagę, że respondenci mieli możliwość wybrania więcej niż jednej kluczowej mocnej strony, aby podkreślić swoją inicjatywę.

GŁÓWNE ATUTY	WYNIKI
Innowacyjność	27
Zrównoważony rozwój	26
Zaangażowanie społeczne	25
Korzyści ekonomiczne	24
Skalowalność	23
Dostępność	22
Inne	21

3.9 Możliwość przeniesienia najlepszych praktyk

Jak pokazano poniżej na rysunku 6, odpowiedzi na to pytanie są jednoznaczne i zdecydowana większość uczestników uważa, że różne inicjatywy, które wdrożyli w zakresie turystyki cyfrowej, ekologicznej i odpornej, mogą być stosowane i z powodzeniem przenoszone do innych przedsiębiorstw lub na inne terytoria.



Rysunek 6: Możliwość przeniesienia praktyk

3.10 Napotkane wyzwania

Chociaż zebrane najlepsze praktyki świadczą o dużym zaangażowaniu w innowację, zrównoważony rozwój i odporność, respondenci wskazali również kilka wyzwań, które napotkali podczas projektowania i wdrażania swoich inicjatyw. Wyzwania te odzwierciedlają powszechne i strukturalne ograniczenia, z jakimi borykają się małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne, zwłaszcza podczas wprowadzania nowych modeli biznesowych, innowacyjnych rozwiązań lub pracy w innowacyjnych i opartych na współpracy środowiskach, w szczególności takich jak:

- Bariery finansowe i prawne: przepisy dotyczące ochrony środowiska, trudności z wprowadzeniem innowacyjnego produktu na rynek, uzyskanie pozwoleń, zrozumienie wymogów prawnych
- Równoważenie doświadczeń użytkowników z podejściem zrównoważonym i zachowaniem autentyczności
- Koordynacja działań wielu podmiotów i współtworzenie z zainteresowanymi stronami.

Przykładowe wyzwania wskazane przez respondentów:

[Rozino Organic Farm](#) z Bułgarii stwierdza: „Jednym z głównych wyzwań było zarządzanie złożonością połączenia rolnictwa, produkcji żywności i turystyki w ramach jednego zrównoważonego modelu. Zapewnienie stałej jakości we wszystkich obszarach – zwłaszcza w zakresie certyfikacji ekologicznej, dobrostanu zwierząt i doświadczeń gości – wymagało znacznego nakładu czasu, zasobów i zaangażowania personelu. Kolejnym wyzwaniem było zbudowanie ekologicznego obiektu noclegowego na obszarze chronionym, co wiązało się z koniecznością przestrzegania surowych przepisów dotyczących ochrony środowiska”.

[Berkovitsa experience](#) z Bułgarii stwierdza: „Jednym z kluczowych wyzwań była koordynacja działań wielu lokalnych podmiotów – producentów, ekspertów kultury i obiektów – przy jednoczesnym zachowaniu stałej jakości i projektu doświadczenia. Logistyka na obszarach wiejskich, taka jak ograniczona infrastruktura lub nieprzewidywalna pogoda, również stanowiła trudności operacyjne”.

[Aurora Holidays](#) z Finlandii wyjaśnia, że podczas wdrażania inicjatywy „*Regeneracyjna turystyka rybacka na rzece Teno*” głównym wyzwaniem były negocjacje między krajami dotyczące przepisów i regulacji dotyczących połowów łososia różowego, a także pogodzenie decyzji i lokalnych opinii.

[Bieszczadzkie dreżyny rowerowe](#), inicjatywa opracowana w Polsce, stwierdza: „Ze względu na swój innowacyjny charakter produkt był trudny do wprowadzenia na rynek – konieczne było przygotowanie dokumentacji, przepisów i we współpracy z Polskimi Kolejami Państwowymi, opracowanie zasad działania – które obecnie obowiązują w wypożyczalniach rowerów powstających w innych częściach Polski”.

4 KLUCZOWE WNIOSKI I WYCIĄGNIĘTE DOŚWIADCZENIA

Analiza zebranych najlepszych praktyk pokazuje, że małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne oraz organizacje zarządzające destynacjami turystycznymi (DMO) aktywnie uczestniczą w ekologicznej i cyfrowej transformacji sektora turystycznego. Wykazują one chęć dywersyfikacji swojej oferty, wzmocnienia powiązań i współpracy z lokalnymi społecznościami w celu zwiększenia konkurencyjności nie tylko swojej działalności, ale także przyniesienia korzyści i rozszerzenia jej na cały region. Wiele inicjatyw łączy cele zrównoważonego rozwoju i cele społeczne, przyczyniając się do zwiększenia wartości zarówno przedsiębiorstw, jak i społeczności.

Najlepsze praktyki pokazują, w jaki sposób lokalne przedsiębiorstwa przyczyniają się do realizacji szerszych celów unijnej ścieżki transformacji turystyki, zwłaszcza w zakresie transformacji cyfrowej przedsiębiorstw, rozwoju i doskonalenia umiejętności oraz tworzenia doświadczeń łączących integrację i sieć społeczności.

Wspólne czynniki sukcesu obejmują współpracę i tworzenie sieci kontaktów, silną tożsamość lokalną, kulturę i wykorzystanie dziedzictwa naturalnego i zasobów jako źródła innowacji i odporności, wysoki potencjał udanego transferu i adaptacji w innych regionach lub kontekstach oraz silne zaangażowanie w zrównoważony rozwój, w tym gospodarkę o obiegu zamkniętym, efektywność energetyczną i zmniejszenie śladu środowiskowego.

Nadal jednak istnieją wyzwania, głównie związane z barierami finansowymi i prawnymi, takimi jak przepisy dotyczące ochrony środowiska, trudności we wprowadzaniu innowacyjnych produktów na rynek ze względu na konieczność uzyskania pozwoleń i zrozumienie wymogów prawnych. Jednym z wyzwań, przed którymi stoją MŚP, pozostaje również luka w umiejętnościach technicznych.

ZAŁĄCZNIK 1

Najlepsze praktyki według obszarów tematycznych

W tabeli tej każda zebrana najlepsza praktyka została powiązana z odpowiednimi kryteriami tematycznymi, pokazując, w jaki sposób inicjatywy odnoszą się do zrównoważonego rozwoju, odporności, cyfryzacji, włączenia społecznego i innych kluczowych obszarów.

Najlepsza praktyka	Kraj	Zrównoważony rozwój/praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym	Zarządzanie ryzykiem i odporność	Zrównoważona i regeneracyjna oferta turystyczna	Różnorodność i integracja w turystyce	Nowe technologie
Wciągające doświadczenie Rubensa	Belgia		X			X
Profitroom AI Agent	Polska	X	X			X
Bieszczadzkie Drezyny Rowerowe	Polska	X		X	X	
Miętowe Wzgórze – oddech natury	Polska			X		
Naturanda jako przykład dobrych praktyk od 2020 r.	Hiszpania			X		
Gospodarstwo ekologiczne Rozino: zamknięty obieg produkcji mlecznej i ekoturystyka w sercu Bałkanów	Bułgaria	X	X	X		
Kemping Sineva i namioty bąbelkowe: pobyt na łonie natury w górach Vratsa Balkan	Bułgaria	X	X	X	X	
Lokalne smaki, trwałe więzi – doświadczenie Berkowicy	Bułgaria	X	X	X	X	X
Szlaki winne wąwozem Iskar	Bułgaria	X	X	X		X
Cel podróży Wratsa: Piękno w 360° – wirtualna rzeczywistość	Bułgaria			X	X	X
Włączenie robotyki do wykwintnej kuchni wiejskiej: Robcho	Bułgaria	X	X	X		X
Escultura Eventos – Model zrównoważonego i integracyjnego zarządzania turystyką	Hiszpania	X	X	X	X	X
Mystreetbook, trasy zrównoważone	Hiszpania			X		X
Camping Siesta /Ecotree – turystyka regeneracyjna	Belgia			X		
Kampania marketingu cyfrowego dla Pafos na Cyprze	Cypr			X	X	X
Aplikacja cyfrowa: Szlaki odkrywcze Dublinia – opowiadanie historii	Irlandia		X	X	X	X
Innowacje oparte na danych dla małych i średnich przedsiębiorstw z branży turystycznej w europejskich stolicach kultury	Europa		X	X	X	

Najlepsza praktyka	Kraj	Zrównoważony rozwój/praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym	Zarządzanie ryzykiem i odporność	Zrównoważona i regeneracyjna oferta turystyczna	Różnorodność i integracja w turystyce	Nowe technologie
Strategia odporności Salonik 2030 jako plan działania na rzecz zrównoważonej turystyki	Grecja	X	X	X	X	
Wirtualna rzeczywistość w Muzeum Astra w Sybinie, Rumunia	Rumunia			X	X	X
Hotel Nowy Dwór: Czysta energia – inwestycja w fotowoltaikę	Polska	X	X	X		
Scrabble Bed and Breakfast: efektywność energetyczna i zasobooszczędność	Belgia	X				
Sieć bezpieczeństwa w Laponii	Finlandia		X			
Zielona Perspektywa	Polska			X		
Nie pozostawiaj śladów Etyka	Finlandia	X		X		
Fotowoltaika – energia słoneczna i stacja ładowania samochodów elektrycznych	Niemcy	X	X	X		X
Bieszczadzka Szkoła Rzemiosła Artystycznego	Polska	X		X	X	
„ImpactHub dla zielonych zawodów” w LandPark Lauenbrück: Doświadczaj natury, kształtuj przyszłość – poprzez zrównoważone szkolenia i uczestnictwo społeczne	Niemcy			X	X	
Muzeum pop-up i pokaz produkcji lodów	Polska	X				
Bielebale: Dostępność dla wszystkich i zatrudnienie dla wszystkich.	Belgia				X	
Traseo — kreator map dostosowany do potrzeb regionalnej turystyki i lokalnych przedsiębiorstw.	Polska	X		X	X	X
Szczęśliwe weekendy = silny wzrost, a jednocześnie pozostaliśmy sobą jako organizator wycieczek/agencja turystyczna	Belgia		X			
Saline Spa – wycieczki z przewodnikami	Hiszpania	X		X		
Regeneracyjna turystyka wędkarska nad rzeką Teno	Finlandia			X		
Yteri Resort & Camping – certyfikat Sustainable Travel Finland	Finlandia	X				
Zielona sala lekcyjna	Niemcy	X				
Cyfrowa platforma z przewodnikiem po zrównoważonych zakupach	Niemcy	X		X		
IOPark (Inteligentne rozwiązania dostępne dla mobilności, turystyki i zakwaterowania)	Hiszpania	X	X	X		X
Rozbudowa kompleksu basenowego w Wiosce Wakacyjnej Radawa	Polska			X	X	
Koncepcja zielonego szlaku Velo San	Polska			X	X	
Widoczność	Niemcy	X		X		

Najlepsza praktyka	Kraj	Zrównoważony rozwój/praktyki gospodarki o obiegu zamkniętym	Zarządzanie ryzykiem i odporność	Zrównoważona i regeneracyjna oferta turystyczna	Różnorodność i integracja w turystyce	Nowe technologie
Hotel Caryńska Inn: budynek zgodny z lokalną tradycją architektoniczną	Polska	X	X	X	X	X
meerzukunft ³ – Międzyfirmowe praktyki zawodowe w Bremerhaven	Niemcy	X	X	X		
Dostępna willa w Laponii	Finlandia				X	
RAZEM		24	18	33	18	15