



Szkoła Turystyki Zrównoważonej

EKOTURYSTYKA Jak rozwijać turystykę w zgodzie ze środowiskiem?

PORADNIK

Adam Mikołajczyk



Zadanie publiczne pn. „Szkoła Turystyki Zrównoważonej” dofinansowano ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2025/0029/1870/UDOT/DT/BP/JKK z dnia 16.06.2025 r.

Spis treści:

Spis treści:.....	2
Wstęp	4
Czym i dla kogo jest ten poradnik?	4
Dlaczego ekoturystyka?	4
Turystyka zrównoważona jako kierunek przyszłości.....	4
Ekoturystyka a rozwój lokalny i wizerunek regionu.....	4
Cel poradnika	5
Inspiracja na początek.....	5
Region Jeziora Zegrzyńskiego – walory i wyzwania	5
Moduł 1. Fundamenty ekoturystyki	7
Wprowadzenie	7
Definicje i zasady ekoturystyki	7
Korzyści z rozwoju ekoturystyki	8
Etyka i odpowiedzialność w ekoturystyce	9
Edukacja ekologiczna i interpretacja przyrodnicza	9
Podsumowanie modułu 1 – najważniejsze myśli.....	9
Moduł 2. Ekologiczne zarządzanie i praktyczne rozwiązania	10
Wprowadzenie	10
Zielone standardy: energia, woda, odpady, mobilność	10
Certyfikacja (GSTC, EarthCheck, Green Key, PCE, POT)	10
Włączenie społeczne i dostępność.....	11
Podsumowanie modułu 2 – najważniejsze myśli.....	11
Moduł 3. Eko-produkty i doświadczenia turystyczne.....	12
Wprowadzenie	12
Projektowanie eko-produktów opartych na lokalnych zasobach.....	12
Lokalne inspiracje – Region Jeziora Zegrzyńskiego	13
Agroturystyka ekologiczna jako model eko-biznesu.....	13
Przykłady dobrych praktyk z Polski i świata	14
Podsumowanie modułu 3 – najważniejsze myśli.....	14
Moduł 4. Promocja i komunikacja ekoturystyczna	15
Wprowadzenie	15
Storytelling i marka ekologiczna	15
Kanały komunikacji i sposoby promocji.....	15
Zarządzanie reputacją, transparentność i walka z greenwashingiem	16
Podsumowanie modułu 4 – najważniejsze myśli.....	16

Rekomendacje końcowe	17
Dlaczego warto inwestować w ekoturystykę?	17
Główne rekomendacje dla przedsiębiorców i samorządów	17
Źródła.....	18
Przypisy.....	19

Wstęp

Czym i dla kogo jest ten poradnik?

Ten poradnik powstał na potrzeby uczestników Szkoły Turystyki Zrównoważonej organizowanej przez Lokalną Organizację Turystyczną „Przystań w sercu Mazowsza”. Jego celem jest również wspieranie wszystkich osób i organizacji działających na rzecz rozwoju ruchu turystycznego w regionie Jeziora Zegrzyńskiego i powiatu legionowskiego. Odbiorcami poradnika są:

- przedsiębiorcy i instytucje oferujące noclegi, usługi gastronomiczne, transportowe, sportowo-rekreacyjne, wypożyczalnie łodzi i rowerów,
- instytucje kultury, edukacji i rekreacji,
- producenci oraz sprzedawcy zdrowej żywności, produktów lokalnych i rękodzieła,
- organizatorzy warsztatów i atrakcji dla dzieci, dorosłych i rodzin,
- samorządowcy, organizacje społeczne i mieszkańcy – wszyscy, którym zależy na promocji Jeziora Zegrzyńskiego i powiatu legionowskiego.

Zadaniem poradnika jest wskazanie, jak tworzyć oferty turystyczne przyjazne środowisku, kulturze i lokalnej gospodarce. Świadomość ekologiczna turystów rośnie: **75 % podróżnych na świecie aktywnie poszukuje zrównoważonych form podróży¹**, a rynek ekoturystyki jest wyceniany na **260 mld USD w 2024 r.** i ma wzrosnąć do **295,83 mld USD w 2025 r.**². Odpowiedzialne planowanie turystyki staje się więc nie tylko trendem, ale koniecznością.

Dlaczego ekoturystyka?

Ekoturystyka jest niszą, ale dynamicznie rozwijającą się gałęzią turystyki, opartą na podróżach do miejsc bogatych w zasoby naturalne, w sposób, który sprzyja ochronie przyrody i wspiera lokalne społeczności. W wielu definicjach podkreśla się, że jest to „odpowiedzialne podróżowanie do obszarów naturalnych, które **chroni środowisko i zapewnia dobrobyt lokalnym mieszkańcom**”³. Różni się ona od szerszej koncepcji **turystyki zrównoważonej**, będącej aspiracją dla wszystkich form podróży⁴. Dla Polski ekoturystyka jest szansą na promocję unikalnych walorów przyrodniczych i kulturowych – nasz kraj posiada ogromne bogactwo krajobrazów, a **ponad 30 % jego powierzchni objętych jest różnymi formami ochrony przyrodniczej lub krajobrazowej**⁵.

Turystyka zrównoważona jako kierunek przyszłości

Rosnąca świadomość ekologiczna i społeczna sprawia, że podróżni chcą inwestować w miejsca, które działają w sposób odpowiedzialny. **Aż 73 % turystów deklaruje chęć wydawania pieniędzy w lokalnych przedsiębiorstwach**, a **69 % chce zostawić odwiedzane miejsca w lepszym stanie niż je zastało**⁶. Ekoturystyka odpowiada na te oczekiwania: **minimalizuje ślad ekologiczny, wspiera ochronę przyrody i generuje przychody dla miejscowej społeczności**.

Ekoturystyka a rozwój lokalny i wizerunek regionu

Dobrze zaprojektowane produkty ekoturystyczne mogą stać się wizytówką regionu i magnesem turystycznym. Przykład „Podlaskiego Szlaku Bocianiego” (woj. podlaskie) pokazuje, że sieć tras łącząca

cztery parki narodowe (Białowiecki, Narwiański, Biebrzański i Wigierski) stała się markowym produktem turystyki wschodniej Polski, oferując rowerowe i kajakowe wyprawy oraz obserwacje ptaków⁷. To połączenie atrakcji naturalnych z lokalnymi usługami przyciąga turystów i wzmacnia gospodarkę regionu.

Cel poradnika

Celem poradnika jest przekazanie praktycznej wiedzy o tworzeniu i prowadzeniu działalności turystycznej zgodnej z zasadami ekoturystyki. Poszczególne moduły łączą teorię z praktyką – od definicji i zasad po zarządzanie, projektowanie produktów oraz promocję i komunikację. Poradnik ma inspirować również do współpracy i korzystania z oferty szkoleniowej, konsultacyjnej i promocyjnej w zakresie ekoturystyki świadczonej przez LOT.

Inspiracja na początek

„Kiedy wędrujesz po górach, pamiętaj, że nie jesteś gościem – jesteś częścią tej przyrody.” – Zasada przewodników Bieszczadzkich Parków Narodowych.

Ta sentencja oddaje ideę ekoturystyki: podróżny ma współistnieć z naturą, a nie ją „podbijać”.

Region Jeziora Zegrzyńskiego – walory i wyzwania

Region Jeziora Zegrzyńskiego jest perłą Mazowsza i głównym obszarem działalności Lokalnej Organizacji Turystycznej „Przystań w sercu Mazowsza”. **Blisko 70%** powierzchni powiatu legionowskiego stanowi **Warszawski Obszar Chronionego Krajobrazu**, na terenie którego znajdują się liczne rezerваты przyrody. Utworzono tu również dziewięć obszarów Natura 2000 i wpisano ponad **sto pomników przyrody**⁸. Bogactwo roślin i zwierząt obejmuje rzadkie gatunki, a w forcie w Janówku zlokalizowano największe zimowisko nietoperzy w północnej i wschodniej Polsce. Tak wyjątkowe środowisko wymaga szczególnej ochrony, dlatego turystyka w regionie powinna być planowana w sposób zrównoważony.

Pozostałe walory przyrodnicze gmin należących do LOT „Przystań w sercu Mazowsza”:

- **Rzeka Narew** – malownicze, nieuregulowane koryto z licznymi starorzeczami, bogata szata roślinna, siedliska dla ptaków i wodnych zwierząt, idealne warunki do kajakarstwa i sportów wodnych.
- **Puszcza Biała** – rozległe kompleksy sosnowych lasów, idealne na długie wędrówki, zbieranie grzybów, obserwacje przyrodnicze. W okolicy Pułtuska znajdują się rezerваты „Bartnia” i „Popławy” chroniące cenne fragmenty lasów.
- **Typowe krajobrazy mazowieckie** – polne drogi, miedze, krzyże przydrożne, które są atrakcją dla turystów poszukujących ciszy, wiejskiego wypoczynku i autentyczności.
- **Rzeka Bug** – jeden z ostatnich dużych polskich cieków o „dzikim” charakterze, meandrujący, pełen skarp, starorzeczy, łąk i rozlewisk objętych ochroną Natura 2000 oraz Zielone Płuca Polski. To miejsce dla kajakarzy, miłośników pieszych i rowerowych wycieczek, obserwatorów ptaków.

- **Somianka** – lasy i użytki leśne (15% powierzchni gminy), mnogość grzybów, jagód i dzikiej zwierzyny, ostoje ptactwa i rzadkich roślin, tereny szczególnie cenione przez osoby szukające ciszy i bliskiego kontaktu z naturą.
- **Wyszków** – wysokie brzegi Bugu, unikalne krajobrazy oraz historia i liczne zabytki, które mogą wzbogacić ofertę ekoturystyczną regionu.
- **Dąbrówka** – zachowane naturalne tereny nad Bugiem, Zielone Płuca Warszawy, ważny korytarz ekologiczny z siedliskami wielu chronionych gatunków roślin i zwierząt, doskonałe miejsce do ekoturystyki, turystyki rowerowej oraz ornitologicznych wypraw.

Oprócz bogactwa przyrodniczego region oferuje **ponad kilkaset km oznakowanych tras rowerowych**, liczne **porty i przystanie** z wypożyczalniami sprzętu pływającego i szkółkami żeglarskimi, ogólnodostępne **plaże i kąpieliska** (m.in. Dzika Plaża w Nieporęcie oraz plaże miejskie w Serocku i Wieliszewie) wyposażone w place zabaw i infrastrukturę rekreacyjną a także **bezpłatną wypożyczalnię rowerów** w Arenie Legionowo, udostępniającą rowery oraz informacje o szlakach. Do poznawania przyrody zachęcają liczne **ścieżki edukacyjne** – Serocka, Chotomów, Jabłonna i „Ptasi Azyl” w Legionowie – stworzone we współpracy mieszkańców i samorządów. Kulinarne dziedzictwo regionu tworzą lokalne koła gospodyń wiejskich i pasieki, np. Stowarzyszenie „Nasze Pszczoły” z Chotomowa, które prowadzi pasiekę edukacyjną oraz promuje miody i produkty pszczele. Tak różnorodne zasoby stanowią doskonałą bazę do tworzenia ofert ekoturystycznych, ale ich wykorzystanie wymaga współpracy i poszanowania zasad zrównoważonego rozwoju⁹.

Kluczowe wyzwania regionu Jeziora Zegrzyńskiego związane z ekoturystyką:

- Presja turystyczna: wzrost liczby odwiedzających Jezioro Zegrzyńskie i okolice może prowadzić do zagrożeń dla najcenniejszych ekosystemów.
- Ograniczony dostęp do niektórych rezerwatów (ochrona ścisła), konieczność rozwoju gęstej sieci wyznaczonych szlaków i ścieżek edukacyjnych.

Niska rozpoznawalność regionu jako destynacji ekoturystycznej: potrzeba promocji i edukacji skierowanej do turystów oraz lokalnej społeczności.

Moduł 1. Fundamenty ekoturystyki

Wprowadzenie

Ekoturystyka to filozofia podróżowania zakorzeniona w poszanowaniu przyrody i kultur lokalnych. Jej celem jest **harmonia między człowiekiem, przyrodą i gospodarką**. Aby ją osiągnąć, konieczne są jasne definicje, zasady i etyczne standardy.

W kontekście regionu Jeziora Zegrzyńskiego oznacza to szczególną troskę o unikalne walory przyrodnicze i krajobrazowe, które przyciągają odwiedzających. Lokalna społeczność dostrzega potrzebę odejścia od masowej turystyki na rzecz **kameralnych, wysokiej jakości usług**, które minimalizują negatywny wpływ na jezioro i otaczające tereny¹⁰. Podczas spotkań „Szkoły Turystyki Zrównoważonej” uczestnicy podkreślali, że rozwój turystyki w regionie musi iść w parze z ochroną przyrody i współpracą między przedsiębiorcami, mieszkańcami i samorządami.

Definicje i zasady ekoturystyki

Ekoturystyka w ujęciu różnych organizacji:

- **The International Ecotourism Society (TIES)** definiuje ją jako odpowiedzialne podróżowanie do obszarów naturalnych, które **konserwuje środowisko, utrzymuje dobrobyt lokalnej społeczności i obejmuje interpretację dziedzictwa oraz edukację**.
- **UNWTO (United Nations World Tourism Organization)** podkreśla pięć cech ekoturystyki:
 - odbywa się ona **w obecności przyrody**,
 - obejmuje **niewielkie grupy i element edukacji**,
 - zapewnia pozytywne doświadczenia dla gości i gospodarzy,
 - minimalizuje negatywne skutki
 - **i przynosi korzyści społeczności**.
- **Fennell** akcentuje lokalne zarządzanie i niski wpływ na środowisko.
- **GSTC (Global Sustainable Tourism Council)** wyróżnia cztery filary zrównoważonej turystyki:
 - **zarządzanie**,
 - **wpływ społeczno-ekonomiczny**,
 - **wpływ kulturowy**
 - **i wpływ środowiskowy**, obejmujący oszczędność zasobów, redukcję zanieczyszczeń i ochronę bioróżnorodności¹¹.

Kluczowe zasady według TIES obejmują:

- minimalizację fizycznych i społecznych wpływów,
- zapewnianie pozytywnych doświadczeń dla gości i gospodarzy,
- dostarczanie korzyści finansowych dla ochrony przyrody i lokalnej społeczności,
- budowanie obiektów o niskim oddziaływaniu
- oraz uznawanie praw i wierzeń ludności rdzennej.

Rysunek 1. Filary ekoturystyki - podsumowanie



Korzyści z rozwoju ekoturystyki

Ekoturystyka przynosi wymierne **korzyści ekonomiczne**: w 2024 r. globalny rynek osiągnął **260,76 mld USD**, a prognozy mówią o wzroście do **814,4 mld USD w 2032 r.** Europa odpowiada za ponad 38 % tego rynku. Lokalne społeczności czerpią z ekoturystyki dochody z noclegów, gastronomii, usług przewodnickich i sprzedaży produktów lokalnych¹².

W wymiarze **społecznym** ekoturystyka buduje tożsamość, promuje dziedzictwo kulturowe i stwarza miejsca pracy, szczególnie dla kobiet i młodzieży. Przykładem jest projekt CBNRM (Community-Based Natural Resource Management) w Namibii, gdzie wspólnoty zarządzające terenami chronionymi w 2022 r. wygenerowały **około 6 mln USD z turystyki**, inwestując zysk w infrastrukturę, edukację i ochronę przyrody.

Wreszcie korzyści **ekologiczne** wynikają z faktu, że ekoturystyka inwestuje w ochronę ekosystemów: w rezerwacie Monteverde na Kostaryce dochody z turystyki finansują projekty zalesiania i edukacji a w parku Bwindi w Ugandzie zyski z pozwoleń na trekking z podglądaniem goryli wspierają ochronę przyrody i lokalne kliniki zdrowia¹³.

Lokalny kontekst – w regionie Jeziora Zegrzyńskiego ekoturystyka może stać się motorem rozwoju dla wielu branż. Sieć portów, przystani i wypożyczalni sprzętu wodnego, liczne plaże i ponad 300 km tras rowerowych tworzą naturalne warunki do rozwoju usług rekreacyjnych. Dzięki włączeniu lokalnych producentów zdrowej żywności, pasiek edukacyjnych i kół gospodyń wiejskich oferta może zostać wzbogacona o warsztaty kulinarne i degustacje. Co ważne, uczestnicy już odbytych szkoleń

i warsztatów w ramach projektu „Szkoła Turystyki Zrównoważonej” podkreślają, że zrównoważona turystyka to szansa na rozwój bez degradacji przyrody.

Etyka i odpowiedzialność w ekoturystyce

Oprócz minimalizowania śladu ekologicznego ekoturystyka wymaga **etycznego podejścia** do kultury i społeczności. Krytycy zwracają uwagę na przypadki „**ekstrakcjonizmu kulturowego**” – komercyjnego wykorzystywania rytuałów i tradycji lokalnych, jak ceremonie ayahuaskowe w Amazonii, które zubażają autentyczne doświadczenia. Ponadto infrastruktura masowej turystyki, np. autostrady budowane w obszarach chronionych, może prowadzić do deforestacji i wysiedleń. Dlatego kluczowe jest, aby produkty turystyczne były opracowywane we współpracy z lokalnymi społecznościami, a zyski dzielone sprawiedliwie.

Walka z **greenwashingiem** jest równie ważna – wiele firm używa sformułowań „eko” i „zrównoważony” w celach marketingowych. Organizacje takie jak Luxiders podkreślają, że turystyka odpowiada za **8 % globalnych emisji CO₂** i ostrzegają przed pseudo-ekologicznymi kampaniami. Uczciwy operator turystyczny powinien posiadać niezależne certyfikaty, zatrudniać lokalnych mieszkańców, reinwestować zyski w ochronę przyrody i przejrzystie komunikować swoje działania¹⁴.

Edukacja ekologiczna i interpretacja przyrodnicza

Ważnym elementem ekoturystyki jest **edukacja**. Wycieczki powinny dostarczać informacji o ekosystemach, historii regionu i znaczeniu ochrony przyrody. Przykładem są warsztaty chlebowe organizowane w Bieszczadach w gospodarstwie „U Flika”, gdzie turyści uczą się tradycyjnego wypieku chleba. Takie doświadczenia łączą turystów z lokalną kulturą i budują ich świadomość ekologiczną¹⁵.

Podsumowanie modułu 1 – najważniejsze myśli

Ekoturystyka to nie moda, lecz złożony system odpowiedzialności. Definiują ją międzynarodowe standardy (TIES, UNWTO, GSTC), które kładą nacisk na ochronę środowiska, udział społeczności i edukację. Przynosi korzyści ekonomiczne i społeczne, ale tylko wtedy, gdy jest zarządzana etycznie i unika greenwashingu. Wymaga świadomego projektowania i zaangażowania mieszkańców.

Pytania do refleksji

1. Jak w mojej działalności turystycznej mogę wprowadzić zasady minimalizowania wpływu na środowisko?
2. W jaki sposób mogę zagwarantować uczciwy podział korzyści między siebie, a społeczność lokalną?
3. Jakie działania edukacyjne mogę zaproponować turystom, aby zwiększyć ich świadomość ekologiczną i zakorzenienie w lokalnej kulturze?

Moduł 2. Ekologiczne zarządzanie i praktyczne rozwiązania

Wprowadzenie

Ekoturystyka wymaga nie tylko dobrych intencji, ale przede wszystkim **systemowego zarządzania** środowiskiem w działalności turystycznej. Obejmuje to odpowiedzialne gospodarowanie energią, wodą, odpadami, transportem oraz spełnianie standardów i certyfikacji.

Zielone standardy: energia, woda, odpady, mobilność

Wdrażanie zielonych standardów zaczyna się od **redukcji zużycia energii** i korzystania z odnawialnych źródeł (np. panele słoneczne, pompy ciepła). Kluczowa jest również oszczędność wody poprzez zbieranie deszczówki, stosowanie perlatorów i systemów szarej wody. **Gospodarka odpadami** powinna opierać się na zasadach 3R "reduce–reuse–recycle", obejmuje to kompostowanie odpadów organicznych, unikanie jednorazowego plastiku i współpracę z lokalnymi firmami recyklingowymi. Należy też pamiętać, że w ekoturystyce **żywność i napoje generują aż 63 % całkowitego śladu ekologicznego pakietów turystycznych**, a ślad podróży do destynacji jest **43 % większy** niż ślad pobytu na miejscu¹⁶.

Dlatego ważne są: korzystanie z lokalnych produktów sezonowych, ograniczanie wykorzystania mięsa, wprowadzanie diety roślinnej oraz promocja **niskoemisyjnych środków transportu** (pociąg, rower, transport publiczny).

Certyfikacja (GSTC, EarthCheck, Green Key, PCE, POT)

Certyfikacja pomaga odróżnić prawdziwie ekologiczne obiekty i oferty od marketingowych imitacji. Poniżej kilka przykładów systemów certyfikacyjnych:

Global Sustainable Tourism Council (GSTC) – międzynarodowe kryteria w czterech filarach (zarządzanie, społeczno-ekonomiczne, kulturowe, środowiskowe). Certyfikat GSTC jest uznawany globalnie i może być podstawą do ubiegania się o inne certyfikacje.

EarthCheck, Green Key, BCorp – renomowane programy certyfikacji, które weryfikują hotele, obiekty konferencyjne i destynacje pod kątem zrównoważonego zarządzania, oszczędności zasobów, polityki społecznej i przejrzystości finansowej¹⁷.

Polski Certyfikat Ekoturystyczny (PCE) powstał jako pierwszy system ekocertyfikacji dla gospodarstw wiejskich. Jego celem było wdrażanie standardów ekoturystycznych w agroturystyce i turystyce wiejskiej. Był pionierskim, branżowym wyróżnieniem, ale obecnie nie funkcjonuje jako aktywny, powszechnie nadawany certyfikat w branży ekoturystyki w Polsce.

Certyfikaty Polskiej Organizacji Turystycznej (POT) – Certyfikat POT, Złoty Certyfikat POT, Certyfikat Internautów i Turystyczne Odkrycie Roku to najważniejsze branżowe nagrody dla atrakcji turystycznych, również tych prowadzących działalność ekologiczną lub ekoturystyczną. Produkty spełniające kryteria zrównoważonego rozwoju otrzymują dodatkowe punkty w procesie

konkursowym. POT w tym roku rozpoczął prace nad koncepcją Krajowego Programu Certyfikacji Zrównoważonych Destynacji Turystycznych¹⁸.

Systemy certyfikacji muszą być wiarygodne, przejrzyste i szeroko rozpoznawalne, a kryteria powinny wykraczać poza minimalne wymogi prawne. Konsumenci często mają trudność w odróżnieniu „zielonych” marketingowych znaków od rzetelnych certyfikatów, dlatego operatorzy turystyczni powinni jasno informować o kryteriach i instytucjach wydających certyfikaty.

Włączenie społeczne i dostępność

Ekoturystyka powinna być dostępna dla wszystkich, niezależnie od wieku, sprawności czy pochodzenia. Programy takie jak „**Turystyka bez barier**” (Ministerstwo Sportu i Turystyki), czy inicjatywy PFRON („Dostępność ponad barierami”) wspierają dostosowanie infrastruktury i usług do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Włączenie społeczne oznacza także zatrudnianie i szkolenie mieszkańców, w tym kobiet, młodzieży i osób z grup mniejszościowych. Edukacyjne projekty interpretacyjne pomagają odwiedzającym zrozumieć kulturowe i przyrodnicze znaczenie miejsca oraz budują szacunek dla lokalnych tradycji.

Podsumowanie modułu 2 – najważniejsze myśli

Ekologiczne zarządzanie wymaga całościowego podejścia: ograniczania zużycia zasobów, minimalizowania odpadów, promowania lokalnej żywności i zrównoważonej mobilności. Rzetelna certyfikacja odróżnia prawdziwie ekologiczne obiekty od „marketingowych imitacji”, a włączenie społeczne oraz dostępność są podstawą odpowiedzialnej turystyki.

Pytania do refleksji

1. Jakie działania mogę podjąć, aby zmniejszyć ślad węglowy mojego obiektu lub oferty?
2. Jaką certyfikację (krajową lub międzynarodową) chciałbym uzyskać i jakie kryteria muszę spełnić?
3. Czy moja oferta jest dostępna dla osób z niepełnosprawnościami i czy angażuje społeczność lokalną?

Moduł 3. Eko-produkty i doświadczenia turystyczne

Wprowadzenie

Ekoturystyka „sprzedaje” **doświadczenie - relację z przyrodą**, a nie tylko nocleg czy usługę. Projektowanie eko-produktów wymaga kreatywności, autentyczności i zrozumienia potrzeb różnych grup odbiorców. W tym module opisano proces tworzenia produktów opartych na lokalnych zasobach, przykładowe modele biznesowe i inspirujące przykłady z Polski i świata.

Projektowanie eko-produktów opartych na lokalnych zasobach

Tworzenie eko-produktu zaczyna się od identyfikacji walorów przyrodniczych i kulturowych danego miejsca, regionu. Należy określić **segment odbiorców** (rodziny, seniorzy, osoby aktywne, eko-nomadzi), a następnie zaprojektować ofertę odpowiadającą ich potrzebom. Kluczowe elementy to:

1. **Autentyczność i lokalność** – produkty bazujące na tradycjach, rękodziele, lokalnej kuchni oraz unikalnych cechach krajobrazu.
2. **Małe grupy i spersonalizowana obsługa** – zgodnie z definicją UNWTO ekoturystyka preferuje małe grupy i element edukacji¹⁹.
3. **Minimalny wpływ oraz edukacja** – produkty powinny zachęcać do odpowiedzialnych zachowań (np. „Nie pozostawiaj śladów”) oraz zawierać element interpretacji przyrodniczej lub kulturowej.
4. **Współpraca z lokalnymi partnerami** – łączenie kilku usług w pakiet (np. nocleg, warsztaty, przewodnictwo) tworzy wartościową propozycję dla turysty i zwiększa korzyści dla społeczności.

Rysunek 2 Cykl życia eko-produktu



Lokalne inspiracje – Region Jeziora Zegrzyńskiego

W regionie Jeziora Zegrzyńskiego możliwości tworzenia autentycznych eko-produktów jest wiele:

- **Pakiety wodne i rowerowe:** Pętla rowerowa wokół Jeziora Zegrzyńskiego (ok. 50 km) łączy wyznaczone trasy rowerowe z portami i plażami. Turyści mogą wypożyczyć rower bezpłatnie w DPD Arena Legionowo, objechać jezioro zatrzymując się w lokalnych przystaniach i korzystając z oferty gastronomicznej na plażach w Nieporęcie, Serocku i Wieliszewie.
- **Rejsy i szlaki wodne:** Porty i przystanie (m.in. Nieporęt-Pilawa, Jadwisin, Zegrze Południowe) oferują wypożyczalnie łodzi, szkółki żeglarskie i rejsy wycieczkowe. Można je połączyć z edukacyjnymi opowieściami o przyrodzie i historii regionu (np. przepłynięcie rzeki Narew z przystankiem na rezerwacie „Ławice Kiełpińskie” lub rejs katamaranem połączony z obserwacją ptaków).
- **Ścieżki edukacyjne i warsztaty:** W Serocku, Chotomowie i Jabłonie powstały ścieżki przyrodnicze z tablicami edukacyjnymi, tworzone przy wsparciu lokalnych społeczności. Można je włączyć do pakietów, łącząc spacer po rezerwatach z warsztatami plenerowymi (np. przyrodniczymi, rękodzielniczymi) lub wizytą w Izbie Pamięci i Tradycji Rybackich w Serocku.
- **Kulinarne doświadczenia:** Koła gospodyń wiejskich i Stowarzyszenie „Nasze Pszczoły” w Chotomowie organizują warsztaty kulinarne, degustacje miodów i pokazują tradycje pszczelarskie. Włączenie takich atrakcji do pakietu (np. po rejsie czy wycieczce rowerowej) wzbogaca ofertę i wzmacnia lokalny łańcuch wartości.

Te przykłady pokazują, jak łączyć walory przyrodnicze, rekreacyjne i kulturowe z infrastrukturą i usługami dostępnymi na miejscu, tworząc spójne, odpowiedzialne produkty, które zachęcą turystów do dłuższego pobytu i powrotu.

Agroturystyka ekologiczna jako model eko-biznesu

Agroturystyka jest jednym z filarów ekoturystyki w Polsce. Program **ECEAT Polska „Urlop u ekoroelnika”** certyfikuje gospodarstwa prowadzące ekologiczne praktyki rolnicze i oferujące zakwaterowanie. Ważnym przykładem jest **gospodarstwo „U Flika”** w Bieszczadach, gdzie gospodarze pielęgnują tradycję wypieku chleba i organizują warsztaty „Od ziarenka do bochenka”. Turyści mogą uczestniczyć w pracach polowych, poznać lokalną kuchnię i rzemiosło, a część dochodów przeznaczana jest na utrzymanie gospodarstwa i ochronę krajobrazu. Inny model stanowi Podlaski Szlak Bociani, łączący obserwację bocianów z turystyką rowerową i kajakową na terenie czterech parków narodowych. Szlak generuje dochody dla okolicznych wsi dzięki wypożyczalniom sprzętu, noclegom i sprzedaży produktów lokalnych.

Region Jeziora Zegrzyńskiego – choć nie jest typowym obszarem rolniczym, posiada liczne gospodarstwa i pasieki prowadzące edukację ekologiczną. Przykładem są działania Stowarzyszenia „Nasze Pszczoły” w Chotomowie, które organizuje warsztaty pszczelarskie i oferuje lokalne miody. W wielu miejscowościach działają koła gospodyń wiejskich, które łączą rolnictwo z działalnością społeczną i animują lokalne festyny oraz warsztaty kulinarne. Włączenie takich gospodarstw do pakietów turystycznych (np. wycieczka rowerowa połączona z warsztatami pszczelarskimi i degustacją regionalnych potraw) stanowi atrakcyjny model eko-biznesu.

Przykłady dobrych praktyk z Polski i świata

- **„Zielona Dolina”**: gospodarstwo agroturystyczne stworzone w otoczeniu lasów i łąk, stawiające na lokalną żywność i aktywny kontakt z naturą.
- **Chatka siedmiu Pustelników w Beskidach**: domki z drewna, korzystające ze zrównoważonych technologii, warsztaty ekologiczne i edukacja lokalna.
- **Eco Camping w Mikołajkach**: pole kempingowe z odnawialną energią i systemem zarządzania wodą.
- **Kaszubska agroturystyka**: drewniane chaty, rowery, ekoprodukty i warsztaty kulinarne.
- **Eko-Tourist (Kraków)**: biuro z ofertą wyjazdów w duchu ekoturystyki, zwracające uwagę na transport współdzielony, slow travel i lokalne atrakcje.
- **Pakiety „Eko-wakacje”**: promowane na Kaszubach, w Bieszczadach i Beskidzie Niskim, obejmujące piesze wycieczki, spływy kajakowe i edukację ekologiczną
- **Polska**: Oprócz wymienionych przykładów powstają innowacyjne produkty, jak gospodarstwa edukacyjne w Bieszczadach i warsztaty rękodzielnicze na Lubelszczyźnie. Popularnością cieszą się też rowerowe Green Ways i spływy kajakowe na rzekach nieuregulowanych²⁰.
- **Costa Rica – Monteverde i Tortuguero**: kraj posiada 5 % światowej bioróżnorodności, choć zajmuje tylko 0,035 % powierzchni Ziemi. Dochody z ekoturystyki w rezerwacie Monteverde finansują projekty zalesiania i edukacji, a w Parku Tortuguero zyski z obserwacji żółwi morskich wspierają lokalne ośrodki zdrowia i czystą wodę²¹.
- **Kenia – Ol Pejeta Conservancy**: Luksusowe obiekty turystyczne łączą wygodę z ochroną przyrody, przychody są przeznaczane na walkę z kłusownictwem, ochronę nosorożców i projekty społeczne, takie jak szkoły i dostęp do wody.
- **Szkocja – Alladale Wilderness Reserve**: Dochody z turystyki wykorzystano do posadzenia niemal miliona rodzimych drzew i reintrodukcji gatunków (np. szkockiego żbika).
- **Namibia – program CBNRM**: W 2022 r. wspólnoty zarządzające rezerwatami wygenerowały ok. 6 mln USD, inwestując w infrastrukturę, edukację i ochronę, co przyczyniło się do wzrostu populacji lwów pustynnych i nosorożców.
- **Uganda – Park Narodowy Bwindi**: Dochody z pozwoleń na trekking goryli wspierają ochronę przyrody oraz lokalne kliniki, m.in. Bwindi Community Hospital²².

Podsumowanie modułu 3 – najważniejsze myśli

Skuteczne eko-produkty opierają się na autentycznych zasobach przyrody i kultury, współpracy z mieszkańcami i zrównoważonym zarządzaniu. Agroturystyka ekologiczna, eko-szlaki tematyczne oraz projekty wspólnotowe pokazują, jak łączyć turystykę z ochroną przyrody i lokalnym rozwojem.

Pytania do refleksji

1. Jakie unikalne zasoby naturalne / kulturowe mojego miasta, regionu mogą stać się podstawą produktu ekoturystycznego?
2. W jaki sposób mogę włączyć lokalnych mieszkańców i partnerów w projektowanie i realizację oferty?
3. Czy mój produkt zawiera element edukacyjny i promuje odpowiedzialne zachowania turystów?

Moduł 4. Promocja i komunikacja ekoturystyczna

Wprowadzenie

Nawet najlepiej zaprojektowany produkt ekoturystyczny wymaga skutecznej komunikacji, aby dotrzeć do odbiorców i zbudować zaufanie. W czasach cyfrowego nadmiaru informacji oraz promocji pseudo-eko haseł - to autentyczność i przejrzystość są kluczowe.

Storytelling i marka ekologiczna

Storytelling to opowiadanie historii o miejscu, ludziach i ich relacji z naturą. W ekoturystyce marka powinna być autentyczna: opowiadać o drodze do zrównoważonego rozwoju, wyzwaniach i sukcesach. W Polsce budowanie marki ekologicznej polega najczęściej na podkreślaniu lokalności, wiarygodnej certyfikacji (np. EarthCheck, czy Green Key) oraz transparentności działań.

W przypadku regionu Jeziora Zegrzyńskiego storytelling powinien wydobywać lokalną tożsamość. Można opowiadać o największym w północnej i wschodniej Polsce zimowisku nietoperzy w formie w Janówku, o dawnej tradycji rybackiej prezentowanej w **Izbie Pamięci i Tradycji Rybackich w Serocku**, o pszczelarskich korzeniach gminy Jabłonna i pasiece edukacyjnej Stowarzyszenia „Nasze Pszczoły”, czy o ścieżkach edukacyjnych tworzonych przez mieszkańców Chotomowa i Serocka. Historie o ludziach dbających o jezioro, lasy i tradycje kulinarne budują emocjonalną więź z miejscem i zachęcają turystów do odpowiedzialnego odkrywania regionu.

Kanały komunikacji i sposoby promocji

- **Media społecznościowe** – umożliwiają pokazanie kulis działania (np. prace przy wypieku chleba, ochrona bocianich gniazd) i budują społeczność wokół produktu/oferty czy miejsca.
- **Platformy rezerwacyjne z filtrem ekologicznym** (np. Booking.com Sustainable Travel, Airbnb Green Stay). Warto zadbać, by obiekt posiadał certyfikaty, które można zaprezentować na tych platformach.
- **Partnerstwa z organizacjami certyfikującymi i ochrony przyrody** – wspólne kampanie zwiększają wiarygodność.
- **Lokalne i branżowe media** – artykuły, podcasty i reportaże mogą ukazywać pozytywne przykłady i edukować społeczeństwo.

W promocji regionu Jeziora Zegrzyńskiego warto wykorzystywać portale i narzędzia przygotowane przez samorządy z regionu i Lokalną Organizację Turystyczną. Oficjalny portal jezioro.zegrzynskie.pl oraz mobilna aplikacja turystyczna Powiatu Legionowskiego prezentują trasy, porty, plaże i kalendarz wydarzeń. W mediach społecznościowych dobrze sprawdzają się hasztagi #PrzystańWSercuMazowsza, #MazowieckaPrzystań, #JezioroZegrzyńskie, #Serock, #Wieliszew, #Nieporęt, #Jabłonna, #Dąbrówka, #Pułtusk, #Pokrzywnica, #Somianka, #Wyszków i #Legionowo, które łączą wpisy różnych podmiotów. Lokalne festiwale, rajdy rowerowe i wydarzenia kulturalne to okazja do zaproszenia mediów i influencerów, pokazania kulis pracy oraz promocji ekologicznych praktyk.

Zarządzanie reputacją, transparentność i walka z greenwashingiem

Zarządzanie reputacją to stałe monitorowanie opinii i reagowanie na komentarze gości. Transparentność oznacza publikowanie raportów z działań proekologicznych, przedstawianie danych o zużyciu energii i wody oraz informowanie, jak wykorzystywane są przychody (np. procent przeznaczony na ochronę przyrody). Ekspertki podkreślają znaczenie certyfikacji i reinwestowania zysków w lokalne projekty²³. Firmy, które bezpodstawnie deklarują „neutralność klimatyczną” czy inne praktyki ekologiczne, narażają się na krytykę i utratę zaufania.

Podsumowanie modułu 4 – najważniejsze myśli

Skuteczna promocja ekoturystyki opiera się na autentycznym opowiadaniu historii, wybraniu odpowiednich kanałów komunikacji i pełnej transparentności działań. W świecie przesyconym hasłami „eko” tylko wiarygodne inicjatywy budują zaufanie i długofalową reputację.

Pytania do refleksji

1. Jaką historię o swojej ofercie/miejscu chcę opowiedzieć i jakie wartości są dla mnie kluczowe?
2. Które kanały komunikacji najlepiej trafią do mojej grupy docelowej?
3. Jak mogę udokumentować i przekazać działania proekologiczne w sposób przejrzysty i wiarygodny?

Tabela 1 Mapa drogowa: „Jak wdrożyć ekoturystykę – 5 kroków od diagnozy do certyfikacji

Krok	Działanie	Kluczowy rezultat
1. Diagnoza	Analiza zasobów i wpływu na środowisko (audyt eko)	Raport startowy i priorytety działań
2. Plan działania	Wybór standardów, partnerów, harmonogramu	Zespół wdrożeniowy, plan zadań
3. Wdrożenie	Praktyczne zmiany: energia, woda, odpady, transport	Zmniejszenie śladu środowiskowego
4. Komunikacja	Informowanie turystów i społeczności o postępach	Wzrost zaufania i rozpoznawalności
5. Certyfikacja	Audyt wg standardów (GSTC, Green Key, POT)	Potwierdzenie jakości i wiarygodności

Rekomendacje końcowe

Dlaczego warto inwestować w ekoturystykę?

Ekoturystyka jest odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie turystów na podróże odpowiedzialne. Zapewnia długoterminowe korzyści ekonomiczne, wzmacnia wizerunek destynacji, promuje dziedzictwo kulturowe i chroni środowisko. Inwestycje w ekoturystykę przekładają się na rozwój lokalnej infrastruktury, poprawę jakości życia mieszkańców i wzrost atrakcyjności turystycznej.

Główne rekomendacje dla przedsiębiorców i samorządów

1. **Myśl globalnie – działaj lokalnie:** opieraj ofertę na unikalnych zasobach miejsca i współpracuj z lokalnymi partnerami.
2. **Certyfikuj i raportuj:** uzyskaj wiarygodne certyfikaty (np. GSTC, Green Key) i regularnie publikuj raporty z działań proekologicznych.
3. **Edukacja i interpretacja:** włączaj do oferty elementy edukacyjne i interpretacyjne – warsztaty, wycieczki z przewodnikiem, tablice informacyjne.
4. **Włączenie społeczne:** zatrudniaj mieszkańców, wspieraj lokalne przedsiębiorstwa, dbaj o dostępność dla osób z niepełnosprawnościami.
5. **Transparentność i anty-greenwashing:** komunikuj swoje działania w sposób jasny, unikaj ogólnikowych haseł i stosuj sprawdzone oznakowania.
6. **Partnerskie działania:** współpracuj z organizacjami ochrony przyrody, szkołami, samorządami i innymi przedsiębiorcami w celu tworzenia kompleksowych ofert (np. pakietów pobytowych łączących nocleg, warsztaty i nieinwazyjne aktywności).
7. **Korzyść z lokalnej sieci i programów:** korzystaj z inicjatyw wspieranych przez LOT „Przystań w sercu Mazowsza”. Uczestnictwo w szkoleniach i sieci kontaktów lokalnych ułatwia wymianę doświadczeń, budowanie wspólnych projektów i zdobywanie wsparcia promocyjnego.

Checklista wdrożeniowa

- Czy oferta spełnia definicję ekoturystyki i zasady minimalnego wpływu?
- Czy posiadamy plan gospodarowania energią, wodą i odpadami?
- Czy korzystamy z lokalnych produktów i usług, wspierając gospodarkę lokalną?
- Czy uzyskaliśmy lub planujemy uzyskać certyfikat (GSTC, Green Key, EarthCheck)?
- Czy oferta jest dostępna dla osób z niepełnosprawnościami i angażuje społeczność lokalną?
- Czy komunikacja jest transparentna i zawiera rzetelne informacje o wpływie ekologicznym?
- Czy oferujemy elementy edukacyjne i interpretacyjne, które budują świadomość ekologiczno-kulturową?
- Czy prowadzimy regularny monitoring i raportowanie działań oraz wprowadzamy usprawnienia na podstawie otrzymanych danych?

Źródła

- Akty prawne i dokumenty krajowe: Ustawa o ochronie przyrody (Dz.U. 2023 poz. 1336), Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce 2030 (projekt), programy Ministerstwa Sportu i Turystyki.
- Międzynarodowe organizacje i standardy: The International Ecotourism Society (TIES), Global Sustainable Tourism Council (GSTC), United Nations World Tourism Organization (UNWTO).
- Systemy certyfikacji: Polski Certyfikat Ekoturystyczny (Społeczny Instytut Ekologiczny), EarthCheck, Green Key, Green Globe, BCorp.
- Publikacje i raporty: Raport Europarc/MEET o metodologii pomiaru śladu ekoturystyki; artykuły o greenwashingu w turystyce; dane o rynku ekoturystyki z raportu Fortune Business Insights, statystyki dotyczące preferencji podróżnych z raportu World Tourism.
- Studia przypadków: Monteverde i Tortuguero (Kostaryka), Ol Pejeta (Kenia), Alladale Wilderness Reserve (Szkocja), Program CBNRM w Namibii, Bwindi (Uganda), Podlaski Szlak Bociani, gospodarstwo „U Flika” (Polska).

Przypisy

- ¹ WTO, Sustainability and Travel 16 Key Facts, <https://www.world-tourism.org/sustainable/>
- ² Ecotourism Market Size, Share, Growth | Various Trends [2032], <https://www.fortunebusinessinsights.com/ecotourism-market-108700>
- ³ What Is Ecotourism - The International Ecotourism Societ, <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- ⁴ Ecotourism and Sustainable Tourism | GSTC, <https://www.gstc.org/ecotourism/>
- ⁵ Ekoturystyka w Polsce by Dominika Zareba <https://www.funduszpartnerstwa.pl/wp-content/uploads/2024/01/ekoturystyka-w-polsce-dominika-zareba-4.pdf>
- ⁶ <https://www.world-tourism.org/sustainable/>
- ⁷ <https://www.europarc.org/news/2023/09/measuring-the-environmental-impact-of-ecotourism-learnings-and-tools-for-a-greener-future/>
- ⁸ <https://zegrze.org/dla-turystow/rezerwaty-i-pomniki-przyrody/>
- ⁹ <https://zegrze.org/dla-turystow/trasy-i-szlaki-rowerowe/>
- ¹⁰ ¹⁰ <https://powiat-legionowski.pl/aktualnosci/jak-ozywic-turystyke-w-regionie-jeziora-zegrzynskiego>
- ¹¹ Ecotourism and Sustainable Tourism | GSTC, <https://www.gstc.org/ecotourism/>
- ¹² Ecotourism Market Size, Share, Growth | Various Trends [2032], <https://www.fortunebusinessinsights.com/ecotourism-market-108700>
- ¹³ The Dark Side of Ecotourism - CounterPunch.org <https://www.counterpunch.org/2025/07/10/the-dark-side-of-ecotourism/>
- ¹⁴ Eco-Tourism | Greenwashing In The Travel Industry <https://luxiders.com/eco-tourism-greenwashing-in-the-travel-industry/>
- ¹⁵ Ekoturystyka w Polsce by Dominika Zareba <https://www.funduszpartnerstwa.pl/wp-content/uploads/2024/01/ekoturystyka-w-polsce-dominika-zareba-4.pdf>
- ¹⁶ Measuring the Environmental Impact of EcoTourism: Learnings and Tools for a Greener Future - EUROPARC Federation <https://www.europarc.org/news/2023/09/measuring-the-environmental-impact-of-ecotourism-learnings-and-tools-for-a-greener-future/>
- ¹⁷ <https://www.gstc.org/ecotourism/>
- ¹⁸ www.pot.gov.pl
- ¹⁹ <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- ²⁰ Ekoturystyka w Polsce by Dominika Zareba <https://www.funduszpartnerstwa.pl/wp-content/uploads/2024/01/ekoturystyka-w-polsce-dominika-zareba-4.pdf>
- ²¹ Preserving Paradise: How Ecotourism Links Luxury with Conservation <https://www.forbes.com/sites/ashleemariepreston/2025/01/09/preserving-paradise-how-ecotourism-links-luxury-with-conservation/>
- ²² <https://www.counterpunch.org/2025/07/10/the-dark-side-of-ecotourism/>