



# SREČANJA

*sréčanje -a s*

prihod določenih ljudi skupaj z določenim **NAMENOM**

[www.fran.si](http://www.fran.si)

Gorazd Čad



TOLERANCA

## NEPOSREDNA POTROŠNJA

se nanaša na potrošnjo v industrijah, ki so direktno povezane s kongresno industrijo (specializirani organizatorji srečanj, kongresni centri, incentive in DMC agencije, kongresni uradi).



## POSREDNJA POTROŠNJA

se navezuje na dobavitelje kongresni industrij (ponudniki namestitve, transporta, tehnične opreme, gostinskih storitev itd.). Inducirana potrošnja pa izhaja iz potrošnje zaposlenih v kongresni industriji in njihovih ponudnikov.

## MULTIPLIKATIVNI UČINKI

so zaposlitve za poln ali skrajšan delovni čas, dohodki od dela ter davki na lokalni in nacionalni ravni (dohodnine, trošarine, DDV, davki od dohodkov pravnih oseb, itn.)

## NEPOSREDNA POTROŠNJA

se nanaša na potrošnjo v industrijah, ki so direktno povezane s kongresno industrijo (specializirani organizatorji srečanj, kongresni centri, incentive in DMC agencije, kongresni uradi).

## REGENERATIVNI UČINKI

so znanstveni (razvoj novih tehnologij in znanj in spodbujanje strokovnega razvoja) turistični (promocija destinacije in desezonalizacija), kulturni (promocija lokalne kulture), trajnostni (podpora lokalni samooskrbi, zaščita lokalnih ekosistemov, trajnostna mobilnost itd.).



## POSREDNJA POTROŠNJA

se navezuje na dobavitelje kongresni industrij (ponudniki namestitve, transporta, tehnične opreme, gostinskih storitev itd.). Inducirana potrošnja pa izhaja iz potrošnje zaposlenih v kongresni industriji in njihovih ponudnikov.

## MULTIPLIKATIVNI UČINKI

so zaposlitve za poln ali skrajšan delovni čas, dohodki od dela ter davki na lokalni in nacionalni ravni (dohodnine, trošarine, DDV, davki od dohodkov pravnih oseb, itn.)

**NOVA REGENERATIVNA PARADIGMA**

# **Na poti v krožno industrijo srečanj**



**LJUBLJANA JE KREATIVNA PRESTOLNICA EVROPE  
ZA USTVARJALNE DOGODKE, ODGOVORNE DO  
UDELEŽENCEV, OKOLJA IN DRUŽBE**

Vsak evro, ustvarjen v industriji srečanj sproži širok spekter medsebojnih ekonomskih, družbenih in okoljskih vplivov s pozitivnimi učinki za ljudi, za planet in za blaginjo Ljubljane.



**PREVZETNOST IN PRISTRANOST**

**Izredne razmere zahtevajo izredne ukrepe**

**KJE SO MEJE uporabe narave za nenehno in neskončno rast turizma in industrije srečanj?**

**COP27 KOT VELIKA POLOMIJA ZA ČLOVEŠTVO?**

povprečen dvig temperature je 1,2 stopinje, vse kaže na dvig za 2,8 stopinje



**EKONOMSKA VREDNOST NARAVNIH VIROV**  
**ki jo BDP ne izmeri**

**125 – 145 biljonov USD**

(125 milijon milijonov)

Vir: R. Constanza, Changes in the global value of ecosystem services

An aerial photograph of a vast lavender field, with rows of purple plants stretching towards the horizon. The sky is a mix of soft pinks, oranges, and blues, indicating a sunset or sunrise. The field is divided into neat, parallel rows by narrow paths.

**EKONOMSKA VREDNOST OPRAŠEVANJA RASTLIN**

**ki ni del bilanc glavnih trgovskih podjetij**

**153 milijard EUR/letno**

(153 tisoč milijonov)

Vir: <https://www.bfn.de/>

# 3. MEDNARODNI FORUM O APITERAPIJI in 2. MEDNARODNI FORUM O APIKVALITETI

28.09. – 02.10.2010



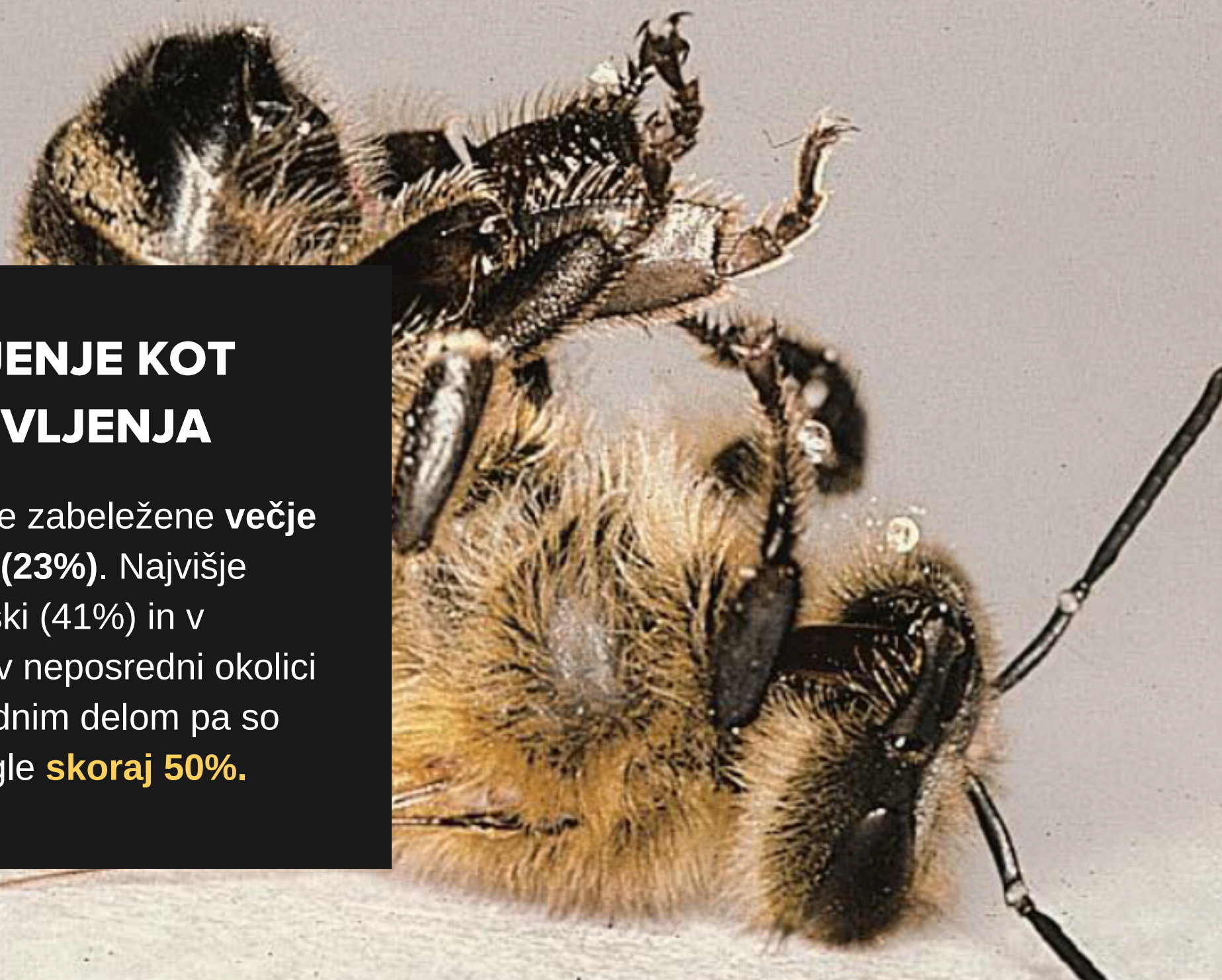


# 3. MEDNARODNI FORUM O APITERAPIJI in 2. MEDNARODNI FORUM O APIKVALITETI

28.09. – 02.10.2010

## Tema: ČEBELARJENJE KOT ZDRAV NAČIN ŽIVLJENJA

V času kongresna so bile zabeležene **večje izgube čebeljih družin (23%)**. Najvišje izgube so v Obalno-kraški (41%) in v Ljubljanski regiji (37%), v neposredni okolici Ljubljane z njenim zahodnim delom pa so povprečne izgube dosegle **skoraj 50%**.



# PROJEKT OHRANIMO ČEBELE 2010

## KLJUČNO SPOROČILO KAMPANJE

**OZAVEŠČANJE** = Čebela je ogrožena. Za ukrepanje je skrajni čas!

**RAZUMEVANJE** = Kaj lahko sam naredim za ohranitev čebel!

**PODPORA** = Kaj lahko skupaj naredimo za ohranitev čebel!



A composite image showing a man in a red shirt on the left, drinking from a glass with a straw. On the right, a large, detailed image of a bee is shown drinking from the same glass. The background is a plain, light color.

# ZAKAJ JE POTREBNO ZAŠČITITI ČEBELO

## VPLIVI ČEBELE NA OKOLJE

- Čebela je glavna opraševalka, saj opraši več kot 80 % rastlin
- Čebela ohranja ravnovesje v naravi in biotsko raznovrstnost

## EKONOMSKI VPLIVI ČEBELE

- Brez čebel ne bo hrane, saj čebele skrbijo za opraševanje 1/3 naše hrane
- Čebelji pridelki so odlična, varna in zdrava prehrana
- Propad čebel pomeni uničevanje naravnega okolja

## Nameni kampanije so bili:

- Razglasiti čebelo za ogroženo v Sloveniji in EU;
- Osveščanje splošne javnosti o pomenu čebel;
- Izobraževanje in usposabljanje mladih čebelarjev;
- Povečati čebelje paše (saditev medonosnih rastlin in dreves, pri kolobarjenju uporabljati medovite rastline);
- Uvrstitev medovitih rastlin v program KOP;
- Povečati število raziskav s področja ohranjanja čebel, s poudarkom na raziskavah o kranjski čebeli;
- Odpraviti škodljive posledice uporabe fitosanitarnih sredstev;
- Skrb za čisto okolje in vode je tudi skrb za čebele;
- Spodbujanje naravi prijaznega gospodarstva (zelene ekonomije);
- Ukrepe podpreti s čebelarskim zakonom.



## **Kampanjo smo izvedli v obliki projektov, navedenih v nadaljevanju:**

1. Ustanovitev Sveta za ohranitev čebele, 22. maj 2010
2. Podpisovanje peticije za ohranitev čebel
3. Medijska kampanja
4. Spletna stran [www.ohranimo-cebele.si](http://www.ohranimo-cebele.si)
5. Promocijske delavnice po Sloveniji
6. Fond za kranjsko sivko
7. Raziskave o izvoru kranjske čebele
8. Projekcija filmov s čebelarsko tematiko v času kongresa
9. Delitev semen medonosnih rastlin obiskovalcem razstave API-EXPO
10. Akcija zasajevanja in kolobarjena z medovitimi rastlinami
11. Vzpostavitev modre številke za prijavo pomorov čebel
12. Postavitev opazovalnega čebelnjaka v Ljubljani in Mariboru
13. Vzpostavitev izobraževalnih otokov medonosnih rastlin
14. Zasajanje in urejanje medonosnih rastlin



## KAMPANJA BE BEE

Čebele so kot indikator okolja odličen primer dobre ali slabe skrbi za okolje. Poleg tega je Temelj ZELENEGA KONGRESNEGA TURIZMA BIOLOŠKA RAZNOVRSTNOST. Sporočilnost čebel je izjemno zanimiva in ponuja v izvedbenem smislu številne zgodbe za uporabo v različnih delih kampanje. Npr. kulinarika z medom, obrt temelječa na medu, .....



## PROJEKT IMEX CHALLENGE 2012

V okviru projekta smo zagotovili donacijo IMEX za šolski čebelnjak v centru CŠUD Draga.





OBLJUBA S KONGRESA

# SADIMO DREVESA!

A close-up photograph of a person's hands holding a small, vibrant green seedling with several leaves and a clump of dark soil. The background is dark and out of focus.

Iskanje legitimnosti za trajnostna prizadevanja pogosto vodi k zelenemu zavajanju, ki se včasih zgodi tudi z dobrimi nameni.

Če njihov podeljevanje in uporaba temelji na nejasnih, nepopolnih in zavajajočih kriterijih hitro pride do zelenega zavajanja.

**PRIMER:** Povprečen avto v ozračje spusti približno **150 gramov CO2 na prevožen kilometer** in če s takšnim avtom prevozimo **10.000 kilometrov na leto**, bi za izničenje v ozračje izpuščenega CO2 enega avtomobila rabili **62 dreves**.



# ZELENO ALI LE POBARVANO V ZELENO?

## Greenwashing

*noun* [ U ]

an attempt to make people believe that your company is doing more to protect the environment than it really is





# ZELENO ZAVAJANJE V INDUSTRIJI SREČANJ

## **1. Selektivno podajanje informacij**

Poudarjanje okolju prijaznih informacij, negativne pa preprosto zamolčimo.

## **2. Neobstoj dokazov za trditve**

Podjetja zatrjuje, da je dogodek okolju prijazen, konkretnih dokazov pa ne priloži.

## **3. Nejasnost trditev**

Uporaba izrazov, ki so zelo široki ali slabo opredeljeni, da jih je mogoče pravilno razumeti.

## **4. Prevarantske in nepomembne oznake**

Sklicevanje na certifikate in oznake, ki v resnici ne obstajajo ali zavajajo.

## **5. Poudarjanje manjšega zla**

Organizacija dogodkov je okolju neprijazna.

Zato je trditev da je nek dogodek bolj zelen od drugih zavajajoča.

# Kaj o zelenem zavajanju pravi Slovenski oglaševalski kodeks:

## Člen 17 OKOLJEVARSTVENA ARGUMENTACIJA

### 17.1

Oglaševanje, ki vsebuje okoljevarstveno argumentacijo, mora biti zasnovano tako, da ne zlorablja potrošnikove zaskrbljenosti zaradi okolja in ne izkorišča njegovega morebitnega pomanjkanja znanja o okoljevarstveni tematiki.

Ne sme vsebovati trditev ali vizualnih prikazov, ki bi utegnili na kakršen koli način zavajati potrošnike glede okoljskih vidikov prednosti izdelkov ali glede okoljevarstvenih dejavnosti, ki jih bo izvajal oglaševalec. Sporočila se lahko nanašajo na konkretne izdelke ali dejavnosti, ne smejo pa neupravičeno namigovati, da pokrivajo celotno dejavnost podjetja, skupine ali panoge.





# incentive

/In'sentiv/

a thing that motivates or encourages someone to do something

A group of ten people are seated around a round table in a vineyard, enjoying a meal and wine. The table is set with various dishes, bread, and wine glasses. A wooden barrel filled with wine bottles stands to the left of the table. The background shows rows of grapevines under a bright sky.

# Incentivi so aristokracija kongresnega turizma.

Rok Klančnik (1966 - 2013)

**“Incentivi so bližnjica do Slovenije petzvezdičnih doživetij”**

Gorazd Čad

# INCENTIVE DOŽIVETJA

Adrenalinska  
Kulinarična  
Kulturna  
Zgodovinska  
Športna  
CSR



## SLOVENIAN INCENTIVE IDEAS BOOK

**HORSEBACK RIDING IN NADIŽA VALLEY**  
Experience the 4th century horse riding trail. The world-famous riding trail for beginners as well as for experienced riders. The magnificent Nadiža valley offers the possibility of trips of different difficulty levels and duration, ranging from relaxing strolls along the river to shorter more demanding ones. You can enjoy a single or multiple day riding trips into the mountains, enjoying the night in mountain huts or in tents.  
**View Factor:** Nadiža valley  
**Company:** ALPINA ACTION, JAVORNA & DOLO  
[www.alpinaction.si](http://www.alpinaction.si)  
**Best time of the year:** All year  
**Duration:** 2-3 hours or all day riding  
**Min./Max. of party:** 2-4  
**Location:** Nadiža, Slovenia

**TIME TRAVEL ELECTRIC BIKE ADVENTURE**  
Group historical adventure and an elegant way to experience the challenging Bled hills without major effort. 12 different cycling routes over the entire hill, full of viewpoints and orchards where you can reach 1000m, 1500m and all the way to the sea. Groups will be able to visit different historical places.  
**View Factor:** View in the embrace of the Bled region  
**Company:** BLUE, Nadiža Fish-Cut, or in the electric Scooters, blue vehicles, metal fish or saddle-shaped  
**Best time of the year:** All year  
**Duration:** 1 - 8 hours  
**Min./Max. of party:** 1 - 10  
**Location:** Goranovo Brdo, Slovenia

**OUTDOOR & INDOOR ADVENTURES IN THE HEART OF SLOVENIA**  
Outdoor and indoor adventures offer wonderful opportunities of bringing team members closer together. The exciting team-building program is featuring photo-touring on the Bled hunting grounds, an entertaining outdoor show-down, a fun-making course in Bled big caves, sports program, and a wine tasting dinner in the spirit of the famous Žilja family.  
**View Factor:** Experience Bled (Lake) in the light of a fun, innovative and interactive way while bringing participants closer together.  
**Company:** Blue Estate, Prebuda 30, 4000 Bled, Slovenia & Longobardica, in winter Bled  
**Best time of the year:** All year  
**Duration:** 1 - 10 hours  
**Min./Max. of party:** 10 - 50 persons  
**Location:** Bled Estate, Prebuda 30, 4000 Bled, Slovenia

**WALK OF PEACE ORIENTEERING ADVENTURE**  
In every corner of the upper Triglav National Park and neighboring Bled is waiting an incredible memory of the First World War. Through active living orientation program, you will learn the stories told by the caves, forts, trenches and other trails.  
**View Factor:** The program passes the values of peace and cooperation within the walk.  
**Company:** BLUE, Nadiža Fish-Cut, or in the blue vehicles, metal fish or saddle-shaped  
**Best time of the year:** All year  
**Duration:** 1 - 10 hours  
**Min./Max. of party:** 10 - 50  
**Location:** Goranovo Brdo, Slovenia

ISBN 978-961-6161-10-0  
SLOVENIAN INCENTIVE BUREAU  
KONGRES  
Tinko Slovenija

Organizatorji poslovne borze Conventa se zavezujejo k trajnostni izvedbi skozi model:

# CONVENTA 5R

**1. RETHINK**

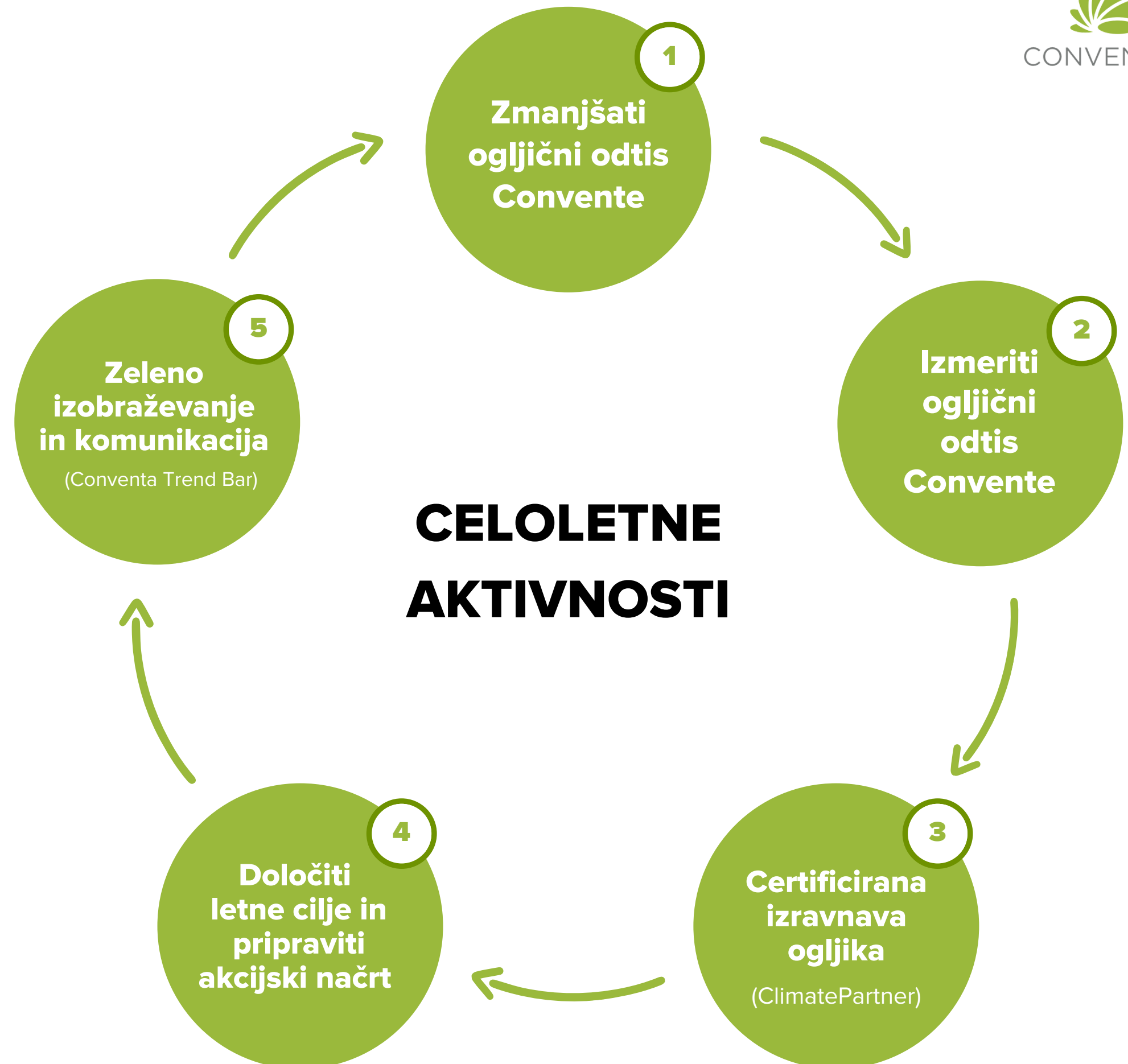
**2. REDUCE**

**3. REUSE**

**4. RECYCLE**

**5. REFUSE**

Vse se začne z dolgoročnim načrtovanjem in celostnim pristopom. Potem zelena preobrazba ni več tako težka.



# CONVENTA 5R

## Pregled kriterijev za varovanje naravnega okolja

| Naravno okolje              |   |   |
|-----------------------------|---|---|
| Naravno okolje > menedžment | <b>Kemično, zvočno in svetlobno onesnaževanje ter onesnaževanje zraka</b> | Organizator je v fazi načrtovanja Convente identificiral vire kemičnega, zvočnega in svetlobnega onesnaževanja ter onesnaževanja zraka v zvezi s pripravo in izvedbo dogodka. Ukrepe za njihovo zmanjšanje je vključil v akcijski načrt Convente.   |
| Naravno okolje > menedžment | <b>Vplivi na vrste in ekosisteme</b>                                      | Organizator je identificiral vplive na živalske in rastlinske vrste in ekosisteme ter je ukrepe za minimiziranje in saniranje motenj vključil v akcijski načrt dogodka.   |
| Naravno okolje > menedžment | <b>Upoštevanje načrta upravljanja zavarovanih območij</b>                 | Če je dogodek ali ogledni obiski (fam trips) potekal v zavarovanem naravnem območju (narodni, regijski in krajinski parki) ali v posebnih varstvenih območjih, kot je Natura 2000, je organizator upošteval načrt upravljanja zavarovanega območja in po potrebi sodeloval z njegovim upraviteljem. |
| Naravno okolje > izvedba    | <b>Ozaveščanje o naravnem okolju in odgovornem obnašanju</b>              | Organizator je udeležence dogodka ozaveščal o naravnem okolju prizorišča in jim dal navodila za odgovorno obnašanje (varovanje habitatov in živalskih ter rastlinskih vrst).  |
| Naravno okolje > izvedba    | <b>Kemične snovi</b>  | Pri pripravi in izvedbi Convente so bila uporabljena čistila, barve, gnojila, pesticidi, maziva, razkužila, pralna sredstva in drugi kemični proizvodi s certifikatom za okolju manj škodljive proizvode, če so ti na voljo.  |
| Naravno okolje > izvedba    | <b>Spoštovanje mejnih vrednosti</b>                                       | Zakonsko določene mejne vrednosti zvočnega, kemičnega in svetlobnega onesnaženja pri izvedbi Convente niso bile presežene.  |
| Naravno okolje > izvedba    | <b>Svetlobno onesnaževanje</b>  | Organizator ni po nepotrebem (izven časa dogodka) osvetljeval objektov, prizorišča, oglasnih površin ipd.   |
| Naravno okolje > izvedba    | <b>Renaturacija</b>   | Organizator je v okviru dogodka poskrbel za sanacijo predhodno degradiranega območja.   |



Dogodki v Ljubljani so **POSPEŠEVALCI** in **OJAČEVALCI** razvoja na področju znanosti, športa, gospodarstva in kulture.

Delujejo kot **GONILNIKI SPREMEMB**, ki jih moramo nagovarjati krožno, z vidika širših učinkov ali skupne blaginje.



TOLERANCA

[www.toleranca.eu](http://www.toleranca.eu)