

# De tio budorden

## Några principer för ekoturism framtagna i samarbete med Världsnaturfonden.

### **1. Den ekologiska och sociala bärkraften ska vara styrande.**

Ekoturism ska bidra till att bevara natur och kultur.

Reseproduktionen måste därför anpassas till de naturliga begränsningarna, dvs vad natur och kultur tål. Tio besökare kan skada mer än hundra, om arrangemanget är illa genomtänkt och genomfört.

Ekoturism kan i praktiken betyda att avstå från arrangemang till överbesökta eller dåligt skötta områden, där social eller ekologisk bärkraft inte respekterats. Eller att gemensamt med andra intressenter besluta om vad som ska göras för att förhindra ytterligare slitage och exploatering. Målet måste alltid vara att naturmiljön och områdets kultur ska påverkas så litet som möjligt.

Storleken på resegrupperna bestäms av känsligheten hos det område som besöks.

Blir grupperna för stora bör de delas upp och fler ledare sättas in.

Någonstans mellan 8 och 15 deltagare går en viktig gräns, särskilt vid besök hos t ex ursprungsbefolkningar som lever på mer traditionellt vis.

Vid förhållandet en reseledare per 25 deltagare går en övre kvalitetsgräns även för andra slag av ekoturistiska arrangemang.

### **2. Alla reseföretag bör utse en miljöansvarig och upprätta en miljöplan.**

Alla reseföretag bör utse en miljöansvarig och upprätta en genomgripande miljöplan för företaget. Den miljöansvarige gör regelbundet en miljörevision av verksamheten. På varje arbetsplats bör också finnas ett miljöombud. Naturskydd och ekologiskt medvetande måste finnas med i reseföretagens personalutbildningar. Strävan är att påverka attityderna inom företaget i en mer miljömedveten riktning, särskilt hos producenter, marknadsförare, säljare, platschefer och reseledare. I de vanliga enkätformulären till kunderna ska ingå frågor om hur deras resa varit från miljösynpunkt, med utrymme för förslag till förbättringar. Varje enkät bör följas upp av den miljöansvarige och reseproducenten. Målet är att allt inom verksamheten ska bli miljövänligare från kontor och bokningslokaler till hotell, resor, bussar, flyg, campingläger, safarijeepar, etc.

Naturliga åtgärdsområden är återvinning, eliminering av engångsartiklar, användning av miljömärkt papper i kataloger, utskick och kopieringsapparater, källsortering, avfallshantering, latrinhantering, val av bränsle vid eldning och matlagning i fält, val av miljövänliga och energisnåla transportmedel där så är möjligt (t ex tåg hellre än bil och flyg).

### **3. Miljöåtagandena gäller även underleverantörerna på resmålet.**

Reseföretagens miljöåtaganden är viktiga oavsett om man gör helt egna arrangemang eller köper dem genom lokala arrangörer. Vid val av lokala arrangörer bör de gynnas som är mest natur och kulturmedvetna. Alla underleverantörer bör få en konkret lista över vad kunderna och företaget ställer för krav på ekoturistisk anpassning av deras verksamhet.

Underleverantörerna ska meddelas att deltagarna kommer att svara på enkätfrågor om hur dessa krav uppfyllts.

#### **4. Välj miljöanpassade hotellanläggningar.**

Vid val av logi för besökarna ska strävan vara att gynna miljöanpassade anläggningar med lägsta miljöpåverkan (energi, buller, avfall, latrin, kompostering, vattenförbrukning med mera). Helst dessutom anläggningar byggda enligt lokal tradition, med lokala material och med så mycket lokalanställd personal som möjligt.

Turistanläggningar där man håller fångna vilda djur och fåglar bör undvikas. Anläggningar för t ex energianvändning, sophantering, kemikalier i driften, liksom anläggningarnas placering i landskapet, ska vara genomtänkta från miljösynpunkt.

#### **5. Verkligt kunniga guider är avgörande.**

Ekoturism är kunskapsturism och går inte att bedriva utan hög kvalitet på guiderna. Reseföretagen måste satsa på verkligt kunniga guider och reseledare, både när det gäller inhyrda lokala ledare och de egna ledarna. Strävan ska vara att så mycket som möjligt använda sig av lokala guider och ställa krav på dessa, så att kunnande, kvalitet och miljömedvetenhet blir ett konkurrensmedel för dem.

#### **6. Gynna den lokala ekonomin – handla lokalt.**

Strävan ska vara att gynna den lokala ekonomin på besöksmålet, bland annat genom att:

- ✓ upphandla så mycket som möjligt av varor och tjänster lokalt och av lokalt ägda företag, till exempel hotell, restauranger, lokala arrangörer, guider, bärare, marknader, etc.
- ✓ i stor utsträckning ha lokal prägel på mat och dryck och därmed använda färre importvaror,
- ✓ stimulera resenärernas inköp av lokalt tillverkade souvenirer, dock ej där materialet hämtats från utrotningshotade eller sårbara arter.

#### **7. Påverka resenärerna till en respektfull attityd.**

Resenärerna ska informeras utan onödig "exotism", och påverkas i riktning mot en ickestörande, respektfull attityd gentemot lokala folk och sedvänjor, kultur och natur.

Möjligheter bör skapas till värdiga möten mellan resenärer och traktens folk, fjärran från den konventionella turismens regisserade folklöre.

I denna attitydfråga ligger ett viktigt ansvar hos reseledarna ute på fältet, som fortlöpande bör belysa sociala, ekologiska och ekonomiska förhållanden, lokala miljökonflikter och de naturskydds och utvecklingsansträngningar som görs.

Reseledarna ska betona den enskilde resenärens ansvar för att undvika kulturkrockar och miljöförstöring. Alla deltagare ska meddelas de lokala naturskyddsbestämmelserna, ges tips om lämpligt beteende i naturen och i möten med traktens folk, vilda djur och ömtåliga växter. De bör också informeras om skräphantering, klädsel, regler för eldning, latrin etc, gärna förmedlat av lokala naturvårdare eller guider.

Alla deltagare ska fortlöpande meddelas de särskilda kulturella förutsättningarna inför och under resan, särskilt i tredje världen och vid besök hos ursprungsbefolkningar.

Ekoturism innebär att man undviker att besöka folkgrupper som inte vill bli besökta. När det gäller t ex fotografering av människor, dricks, köpsläende, eller hur man ska förhålla sig till tiggeri, bör information spridas till deltagarna genom reseledaren, lokala "Visitor's guidelines" om sådana finns, eller på annat sätt.

## **8. Köp inte deras liv!**

Resenärerna ska uppmanas – i informationen inför resan och genom direktinformation från reseledarna - att inte köpa saker tillverkade av hotade djur eller växter.

Det gäller framför allt:

- ✓ samtliga havssköldpaddprodukter.
- ✓ varor av reptilskinn – särskilt från Sydamerika, Karibien, Kina och Egypten.
- ✓ alla krokodilprodukter, utom om de inhandlas direkt på en välrenommerad krokodilfarm.
- ✓ ödleskinnvaror, särskilt från Brasilien, Paraguay, Indien, Nepal och Pakistan.
- ✓ varor av myrkott och pangolinskinn från Thailand, Indonesien och Malaysia.
- ✓ samtliga elfenbensprodukter, särskilt från elefanter och valar.
- ✓ levande fåglar, särskilt större papegojor från Australien, Sydamerika och Karibien.
- ✓ uppstoppade fåglar och produkter av fågelkinn och fjädrar.
- ✓ samtliga koraller, särskilt från Australien, Karibien och Sydostasien.
- ✓ pälsar från samtliga fläckiga kattdjur, särskilt snöleopard, jaguar och ozelot.
- ✓ alla orkidéer och kaktusar, utom då de köps direkt från en odling.

WWF:s och Naturvårdsverkets informationsfolder "Köp inte deras liv" eller motsvarande bör sändas gratis till alla resenärer tillsammans med resehandlingarna.

## **9. Ekoturism kräver bra information till resenärerna.**

Kunskapssturism innebär också att kunden bör få en utförlig information med litteraturtips, utrustningsråd, resonemang om särskilda förhållningssätt till lokala seder och bruk på just det resmålet. Under gruppresor bör ett litet resebibliotek finnas till hands.

Kunden bör redan vid beställningen få information om reseföretagets hänsynstagande till miljön. Kunden rekommenderas att inte ta med förbrukningsartiklar som bidrar till ökad avfallsmängd i regionen. Reseföretagets miljöprogram bör spridas till resenärerna och användas aktivt i marknadsföringen.

## **10. Ekoturism ska bidra till naturskydd och lokal utveckling.**

Ekoturism ska också innebära ett direkt eller indirekt ekonomiskt stöd åt naturskydd och lokal utveckling. Reseföretaget bör kunna visa på vilka sätt resan bidrar till detta.

Resenärer som vill bidra mer direkt till naturskydd, lokal utveckling eller socialakulturella insatser på plats, bör få hjälp av reseledarna att hitta lämpliga kanaler för att bidragen ska komma till rätt användning (lokala barnhem, skolor, hjälporganisationer, lokala naturskydds och viltvårdsorganisationer, nationalparksförvaltning, WWF, Viskogen, etc).

En viss del av reseintäkterna bör hamna i direkt naturskyddsnytta eller lokal utveckling.