

## Parallellt spår - Regenerativitet/Legacy

Linda, Woods & Water / Emma, Stockholmsmässan

Definition av begreppen:

- Status/läget blir bättre efter besöket än det var innan.
- Att ge tillbaka. Fokusera på det som man som person/organisation kan bidra bäst med.
- Att ge mer än man tar, dvs positivt avtryck.
- Termen kräver viss vaksamhet – men vi ska samtidigt sträva efter den.
- Noll ekologiska avtryck + stärka platsen.
- Ett avtryck som helst stannar kvar efter evenemanget, t ex prova på handboll för en bättre folkhälsa. Ha lopp i samband med evenemang och kongresser.

En skala från väldigt enkla insatser till "all-in legacy".

Det är inte möjligt att få all turism att bli regenerativ.

Bra att få goda exempel. Ofta får destinationen frågor om vilken Legacy de kan ha i staden.

Exempel: European Congress of Cardiology i London:

- Allmänheten kunde kolla blodtrycket på olika platser runtom i staden
- Medicinstudenter bjöds in till att vara värdinnor och ta del av vetenskapen
- Forskare besökte skolor för att engagera barn och ungdomar / informera

Krävs för att påverka till förändring: Guida, bjuda in till debatt, utöva lobbying.

Den nyfikna resenären som vill bidra till platsen är den besökaren som vi vill marknadsföra oss mot och få till våra destinationer runtom i Sverige. Samma gäller evenemang och kongresser – vilka vill vi ha hit? Vilka kommer att ge tillbaka något, öka kompetensen, bidra till utveckling och forskning?

Vem definierar vad **hållbarhet** ska innefatta?

Tillbaka till fråga VARFÖR gör jag detta.

VARFÖR ska man välja en anläggning före en annan. Ge kunder mervärde.

Inom idrotten finns det många konkreta exempel, t ex FC Rosengård. Hälsa, jämlikhet.

Östersund U18 Hockey, aktiviteter t ex föreläsningar om kvinnor i idrott.

Undersökning husbilsturism Hornborgasjön – hur kan den bli regenerativ?

Steg 1 är att få dem att stå på ställplatser.

Vilka projekt kan besökarna bidra till? Vision: att alla ska kunna se att turismen BIDRAR med något.

Linköping har Fenixfonden = söka pengar förutsätter att man kan visa vad man kan ge tillbaka.

Swedish Cottage Dalsland har kommit långt. Annat exempel är Abandoned village i Dalarna där besökarna bidrar till att återuppbygga byn.

Prata med gäster om platsen och hållbarhet är SÅ viktigt. Att dela sin passion för platsen.

Förslag: Kräva 10 minuter på kundens möten för att prata om platsen, engagemang.

*Sekreterare: Emma*