

destinations : wellbeing tourism

detour 

Gradivo št. 1

Trend turizma dobrega počutja – priložnost za razvoj regij

Momentum, Ireland



Projekt je bil financiran s strani Evropske Komisije. Vsebina te publikacije [to sporočilo] odraža samo stališča avtorja. Komisija ne more biti odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih vsebuje 2019-1-UK01-KA202-061904

Vsebina

1. del: Uvod v projekt DETOUR

2. del: Uvod v turizem dobrega počutja – megatrend

Turizem dobrega počutja -

3. del: Turizem dobrega počutja & opredelitev pojma

- Turizem dobrega počutja – Znanstvene opredelitve
- Razlike med turizmom dobrega počutja in medicinskim turizmom
- Kdo so turisti na področju turizma dobrega počutja?

4. del: Turizem dobrega počutja - megatrend

- Svetovna velnes revolucija in ekonomija
- Megatrend, ki spreminja turizem

5. del: Megatrend turizma dobrega počutja – razvojna priložnost za regije

Priložnost 1 Postati konkurenčna destinacija/regija

1. **Študija primera:** Islandija kot svojo konkurenčno prednost izpostavlja in izkorišča edinstveno lokacijo in naravne vire

Priložnost 2 Koristi in priložnosti lokalnih skupnosti in ostalih sektorjev

2. **Študija primera:** Slovenija in nova kampanija promocije turizma dobrega počutja povezuje ostale sektorje s področja velneškega turizma in megatrende

Priložnost 3 Indirektne koristi za MSP in storitveno dejavnost

Priložnost 4 Odgovoren in trajnostni turizem

Priložnost 5 Gradimo na dosedanjih izkušnjah

3. **Študija primera:** Irska je s sodelovanjem v tekmovanju EDEN identificirala svoje regije turizma dobrega počutja

4. **Študija primera:** Irsko avanturistično mesto Sligo &



Severozahodni del Irske se pozicionira kot velneška regija

Priložnost 6 Diferenciacija destinacij

5. **Študija primera:** Škotska integrira kampanje 'Slow Adventure' and 'velnes telesa, duha in duše' v kontekst destinacij in regij dobrega počutja

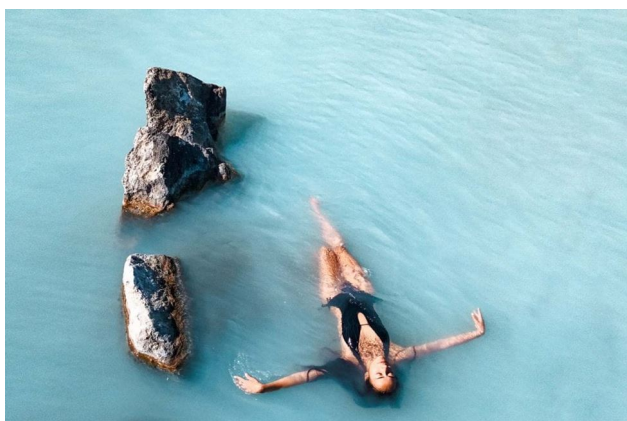
Priložnost 7 Diverzifikacija izkušenj

6. **Študija primera:** Slovenija diverzificira svojo dobro razvito SPA industrijo in industrijo razvajanja v nepozabno izkušnjo dobrega počutja

Priložnost 8 Izkoriščanje novega nišnega popotništva

Priložnost 9 Turizem dobrega počutja ponuja nove vrste in tipe festivalov in dogodkov

6. del: Zaključek



1.del: Uvod v projekt
DETOUR



2. del: Uvod v turizem dobrega počutja
– megatrend



3. del: Turizem dobrega počutja &
4. del: Turizem dobrega počutja -
megatrend
opredelitev pojma





5.del: Megatrend turizma dobrega

6.del: Zaključek

počutja – razvojna priložnost za regije

1. del: Uvod v projekt DETOUR

Turizem dobrega počutja je megatrend in v kolikor se z njim smotrno upravlja, lahko regija izboljša svojo gospodarsko in socialno blaginjo, zmanjša javni in zasebni dolg ter izboljša svojo okoljsko in trajnostno naravnost. Regija lahko z navezovanjem na turizem dobrega počutja poveča svoje socialne in gospodarske priložnosti in izboljša upravljanje infrastrukture in naravnih virov, saj je masovni turizem še vedno izziv za številne priljubljene destinacije. Da bi ohranili trende dobrega počutja, evropska podjetja, regije in vlade vse bolj težijo k implementaciji turizma dobrega počutja, da bi na ta način diverzificirali svoj turistični sektor, oblikovali edinstveno nišo, zmanjšali problem sezonskosti in prinesli več koristi svojim lokalnim skupnostim in malim podjetjem. Poglavje najprej predstavi pregled turizma dobrega počutja, ga opredeli kot sektor, nato opredeli turista na področju turizma dobrega počutja, razloži, kako se zdravstveni turizem in turizem dobrega počutja razlikujeta, razloži, kako je turizem dobrega počutja del rastočega gospodarstva dobrega počutja, in lahko kot megatrend preoblikuje turistično dejavnost.

Megatrende je potrebno spremljati in upoštevati, saj lahko pogosto predstavljajo nove in nepredvidene izzive, grožnje in priložnosti, ki imajo vpliv na gospodarstvo, regije in celotni turistični sektor. Osrednje poglavje (5. del) preučuje različne priložnosti, kako lahko evropska podjetja, regije in vlade inovativno razmislijo, načrtujejo, razvijejo in uspešno izkoristijo ta trajnostni megatrend. Študije primerov, vključene v ta vir, se osredotočajo na različne okoliščine, na primer na to, kako se regije lahko prilagajajo, diverzificirajo in razlikujejo, razvijajo svoje regionalne priložnosti in plujejo med različnimi turističnimi izzivi na področju dobrega počutja v svojih regijah.





Velneški turizem je najhitreje rastoč turistični sektor
Lonely Planet Januar 2018

2. del: Uvod v turizem dobrega počutja – *Megatrend prihodnosti*

Turizem dobrega počutja – Predstavitev izhodišč

Turizem dobrega počutja, globalni fenomen 21. stoletja, je postal temeljni dejavnik uspešnega razvoja destinacij, usmerjenih v zdravstveni turizem. Milijoni turistov potujejo po svetu vsak dan z enim skupnim ciljem – da ohranijo in izboljšajo svoje mentalno in fizično zdravje.

Turistični trg je zaznamovan z intenzivnimi spremembami, zato je glavna naloga turističnih destinacij, da aktivno in pozorno sledijo intenzivnim spremembam in da so se jim sposobne prilagoditi. Vzpostavitev integralnega proizvoda s področja zdravstvenega turizma je dosežena in na tak način doseže potrebe sodobnega kupca – turista, ki postaja vse bolj zahteven in sofisticiran. Turizem dobrega počutja je tako pomemben dejavnik sodobne turistične ponudbe destinacij zdravstvenega turizma ([*Wellness Tourism – Competitive Basis of European Health Tourism Destination*](#)).

Sledenje trendu dobrega počutja je postalo način življenja za sodobnega človeka, ki si tak način razmišljanja želi živeti v svojem vsakdanjiku, kot tudi na počitnicah in tudi tam raziskovati in uživati nove načine s katerimi si izboljša svoje zdravje in dobro



počutje; vključno z mentalnim zdravjem in sproščanjem, iskanjem notranjega miru, teženju k iskanju notranjega miru, imeti zdrav duh v zdravem telesu . V skladu s tem splošnim trendom zdravja in dobrega počutja, narašča zanimanje za destinacije dobrega počutja in priložnosti.

Velnes turizem je rastoč turistični sektor svetovnih razsežnosti, z daljnosežnimi gospodarskimi vplivi. Pomembno je dejstvo, da se je ozaveščenost in povpraševanje po velnes turizmu v zadnjih letih močno povečala, zlasti pa se je povečala po zadnjih dogodkih Covid-19. „Velnes turizem, ki je bil komajda omenjen kot turistična kategorija pred petimi leti, je danes prepoznan kot ena najhitreje rastočih turističnih niš z dobrimi obeti za prihodnost. Posebej obetavna niša postaja v sklopu celotnega turističnega „kolača“, saj pomeni uspešno ublažitev nekaterih izzivov, s katerimi se spopadajo številne destinacije v boju proti množičnemu turizmu in sezonskim nihanjem '*(Global Wellness Institute Report)*



Globalna industrija velnes turizma je danes ocenjena na 639,4 milijarde dolarjev, ta napoved pa se bo do leta 2022 povečala na 919 milijard dolarjev. Vedno več turistov v svoja potovanja vključuje velneške proizvode in tudi samo potovanje opredeljujejo kot aktivnost, namenjeno izboljšanju počutja. Ljudje se vedno bolj osredotočajo na svoje fizično in duševno zdravje in se pogosto vrnejo s počitnic z občutkom, da potrebujejo še en dopust. Po tednu počitnic, ki ga turisti preživijo v gneči, zamudah, ob nezdravi hrani in alkoholu, slabem spanju, neprestanem delu, izpostavljenosti soncu ... bi se spet prilegel počitek! Vse več turistov se obrača k storitvam pomlajevanja in zdravljenja, ker se ne želijo več počutiti utrujenih, pod stresom in izčrpanih, ko se vračajo s počitnic. Slišimo, kako se naši prijatelji in družina z velnes počitnic domov vračajo 'pomlajeni',



'sproščeni' in 'osveženi'. Pri tem sta edinstvenost destinacije in maksimiranje ponujenih priložnosti ključna!

Počitnice dobrega počutja pozitivno vplivajo na zdravje

Unwell Travel	Wellness Travel
 Unhealthy & over-eating	 Rest & rejuvenation
 Travel stress	 Disease prevention & management
 Excessive drinking	 Extend & discover healthy lifestyles
 Poor sleeping	 Authentic & transformative experiences
 Disruption of fitness routine	 Meaning, connection, & joy

Source: Global Wellness Institute

3. del: Turizem dobrega počutja & opredelitev pojma

Turizem dobrega počutja poleg velneških doživetij obsega tudi življenjski slog in vrednote, med katerimi je posebnega pomena trajnostna naravnost. S svojimi vrednotami in preferencami o organski prehrani lokalnega izvora, jogo in meditacijo, recikliranjem ter teženjem za svežim čistim zrakom, so vrednote turizma dobrega počutja prerastle lastne okove in zašle v ostale sektorje. Naraščajoči in prevladujoči trend sedečega dela in načina življenja, ki vključuje nezdravo prehranjevanje, digitalizacijo, stres in mentalno zdravje pripomorejo k različnim bolezenskim stanjem. Po drugi strani pa ljudje v svoja življenja vedno pogosteje vključujejo elemente zdravega načina življenja, samouresničevanja, čuječnosti, preventive ter gibanja. Vedno več ljudi se želi razbremeniti stresa, sprostiti, gibati na prostem, oditi iz svojih vsakdanjih delovnih okolij, se sprostiti in se dobro počutiti. Omenjene občutke, ki nam predstavljajo življenjski slog, pa želimo začutiti tudi na potovanjih.

V kolikor lahko turistu ponudite naravno okolje, obnovljeno zavedanje o okoljski osveščenosti, ponovno odkritje lokalne identitete in bližino fizičnega in psihičnega dobrega počutja, potem se boste najverjetneje lahko pridružili megatrendu turizma



dobrega počutja. Turizem dobrega počutja je v pomoč turistom, da si odpočijejo, se sprostijo, pomladijo, najdejo mir in veselje in samo-uresničenje – vse elemente kakovostnega življenja. Pomembno je zavedanje, da je turizem dobrega počutja presega zgolj zdraviliško ponudbo, joga, razkošna letovišča, ampak je kot celota vključen v poslovanje podjetij in destinacij, ki lahko ponudijo omenjene elemente dobrega počutja.

V kolikor vas (tako, kot mnoge) zanima skrb zase in razmišljate o tem, da bi velnes na nek način vključili v svoje naslednje počitnice, je turizem dobrega počutja pravšnji za vas. Slednji je prava odločitev, če razmišljate o jogi ob sončnem vzhodu, vegetarijanskih obrokih, miru in tišini, kulturi, hrani in vinu, jutranjih pohodih, razstrupljajoči masaži, dihalnih vajah, meditaciji ob bazenu, z dih jemajočimi razgledi na pokrajino, o surfanju, duhovnih počitnicah, idiličnih lokacijah, panoramskih razgledih, celovitih tretmajih, bosonogih sprehodih po plaži, supanju po jezeru, razstrupljanju, tečajih kuhanja, športu in fitnesu... seznam je neskončen.



*Zdravje je v svoji osnovi, **stanje popolnega fizičnega, mentalnega in socialnega dobrega počutja in ne pomeni zgolj odsotnost bolezni in pomanjkanja.** Dobro počutje je večplastno stanje, ki opisuje zdravje telesa, duha in duše. Zdravje in dobro počutje vključuje fizično, mentalno, socialno, seksualno, emocionalno, kulturno, spiritualno, izobraževalno, poklicno, finančno, etično in eksistencialno dimenzijo.*

Svetovna zdravstvena organizacija

Velneški turizem je multidimenzionalen ter kompleksen pojem, ki vključuje fizičen, mentalen, socialni, emocionalen, spiritualen in okoljski vidik. Zajema velik in širok



spekter aktivnosti, vključno s preventivnimi dejavnostmi, SPA, lepotilnimi storitvami, gibanjem, osebnostno rastjo, naravo in veliko več. Turisti s področja turizma dobrega počutja imajo poseben nabor potreb in celovitih vrednot in jih vključujejo v svoj nabor aktivnosti na dopustu [*Global Wellness Tourism Economy \(2018\)*](#)



Holistic Values Drive Activities and Choices of Wellness Travelers





*Velneški turizem vključuje **potovanja, vezana za zasledovanje in vzdrževanje dobrega počutja**. Glede na zasičenost današnjih potovanj z nezdravimi in netrajnostnimi elementi, velneški turizem prinaša obljubo uspešnega kljubovanja omenjenim nevšečnostim in potovalno izkušnjo prežema z priložnostjo po vzdrževanju in izboljšanju celostnega počutja.*

Global Wellness Institute

Turizem dobrega počutja – Definicije pojma

V splošnem ne obstaja enotna definicija turizma dobrega počutja. Poglavje predstavlja nekatere definicije z vidika turističnih delavcev in akademikov, aktivnih na tem področju.

Dobro počutje ni sestavljeno zgolj iz kognitivnih komponent, kot na primer zadovoljstvo, ampak se navezuje tudi na osebno izkušnjo. Iz omenjenega razloga, kot tudi zaradi novih trendov na tržišču in na področju zdravega življenja, turizem dobrega počutja predstavlja izjemen potencial ter nove podjetniške priložnosti. *(Grénman & Räikkönen, 2015; Smith & Diekmann, 2017) (Grénman & Räikkönen, 2015). Holm et al. (2017), Diener (1994)*



Turizem dobrega počutja se nanaša na ravnovesje med fizičnim, mentalnim in socialnim dobrim počutjem ter se osredotoča na pospeševanje in vzdrževanje zdravja in dobrega počutja. Ne glede na to, pa je pojem dobrega počutja širši in se pogosto nanaša tako na objektivne, zunanje, materialne in ekonomske faktorje kot so življenjski standard in pogoji za življenje ter izobrazba, kot tudi na subjektivne in osebne faktorje, kot so kakovost življenja ter osebna sreča in zadovoljstvo. Pojem dobrega počutja pa je sicer bolj osebne narave in se nanaša na odgovornost posameznika za lastno zdravje in zdrav način življenja. Iz vsega omenjenega izhaja, da je posebej na področju raziskav v turizmu, velnes razumljen v kontekstu osebne aktivnosti in dejavnosti, kot je fizična aktivnost in usposabljanje, dobro počutje pa je v svoji naravi pasivnejše in se nanaša na skrb za svoje telo, kot npr. SPA in lepotni tretmaji. *(Grénman and Räikkönen (2015))*

Dobro počutje razumemo v kontekstu lastne izkušnje sledenja svojim interesom in samouresničevanju v življenju, med tem ko hedonistično dobro počutje razumemo v kontekstu zasledovanja lastne sreče in trenutnega zadovoljstva. Iz omenjenega sledi, da tudi turisti, ki potujejo iz razlogov dobrega počutja, ne iščejo trenutnega zadovoljstva, ampak stremijo k dolgotrajnejšim učinkom. Novejše raziskave pa kažejo, da je dobro počutje tudi globoko povezano z idejo trajnosti *(Smith & Diekmann, 2017), Pyke et al. (2016).*



Velnes je opredeljen kot mešanica terminologije in pojmov s področja dobrega počutja in fitnesa in je pogosto opredeljen kot elitni produkt, med tem, ko dobro počutje, razen fizične aktivnosti, zajema tako učenje nove kulture zdravega življenja, razvoja novih spretnosti, občutek pripadnosti destinaciji in povezovanja z ljudmi.

(Pyke et al., 2016)



Turizem dobrega počutja je povezan s subjektivno izkušnjo na individualni ravni, kjer se ljudem približa počasnejši in bolj umirjen način življenja, vpetost v življenjsko okolje ter dejavnost (*Smith & Diekmann, 2017*)

Subjektivna izkušnja je v kontekstu izstopajoči dejavnik, saj je osebna izkušnja dobrega počutja ključna pri lastnem osebnostnem razvoju in dobrem počutju. Slednje je posebnega pomena dandanes, ko postaja zdrav način življenja vedno pomembnejši (*Global Wellness Institute, 2018; Grénman & Räikkönen, 2015; Pyke et al., 2016*) ter v post-covidnem obdobju, kjer je kakovost življenja in osebno zadovoljstvo posebnega pomena (*Yeung & Johnston, 2020*).

Velneški turizem se navezuje na potrošnike, ki potujejo z namenom, da vzdržujejo lastno zdravje in dobro počutje skozi izkušnjo zdravstvenih tretmajev. V tem kontekstu se velnes navezuje na kakovost življenja. Gre za celosten vidik do zdravja (Kitajska Ayurveda in integrativna medicina, ki sočasno povezuje tako Vzhodno kot Zahodno medicino), velneške tretmaje in terapije, ki vzpostavljajo temeljno ravnovesje med telesom, duhom in dušo, ki teži k harmoniji zdravja. Omenjena harmonija vzpostavlja tok energije in vzpostavlja splošno dobro počutje (www.medicaltourism.com).



Turizem dobrega počutja je najhitreje rastoč sektor

Zdravstveni turizem (ki vključuje wellness turizem/turizem dobrega počutja) danes predstavlja približno 5% turistične industrije v EU28 in ima večji domači delež kot tradicionalni turizem. Turizem dobrega počutja predstavlja 66-75% zdravstvenega turizma EU

Lonely Planet



Razlika med medicinskim in velneškim turizmom

Velneški turizem se razlikuje od medicinskega turizma

Turisti s področja medicinskega turizma potujejo iz raznovrstnih motivov – da bi bili deležni cenejših operacij, sledijo višjim standardom operacij in boljšemu dostopu do storitev in oskrbe, v primerjavi z oskrbo, ki so je deležni doma. Turisti, ki potujejo zaradi velnesa pa si na drugi strani želijo aktivnosti, ki preventivno pozitivno vplivajo na njihovo zdravje. V tem primeru so njihovi motivi po navadi specifični, vezani na posamezno doživetje terapij, ki niso dosegljive v domačem okolju.

Na primer, medicinski turizem se navezuje na ljudi, ki potujejo z namenom operativnih posegov in zobozdravstva, med tem ko se velneški turizem navezuje na popotnike, ki si želijo izkusiti SPA tretmajev in ritualov, seminarjev na temo zdrave prehrane ter fitnesa.



Source: Global Wellness Institute

Glede na [Global Wellness Institute](https://www.globalwellnessinstitute.com/) se velneški in medicinski turizem pogosto prepletata, ne samo z vidika potrošnika, ampak tudi na nivoju marketinga destinacij. Do zmede prihaja zaradi pomanjkljivega razumevanja tržišč in nekonsistentne rabe terminologije s strani destinacij, vladnih organizacij in promocijskih agencij. Včasih je termin 'zdravstveni turizem' uporabljen, kot vseobsegajoč termin, ki opisuje vse tipe medicinskih in velneških storitev in aktivnosti – od operacije na odprtem srcu in zdravstvene nege do SPA na destinaciji in joga sprostitvenih delavnic – kar povzroča



dodatno zmedo. Pravzaprav oba sektorja delujeta na ločenih področjih in na ta način oba zadovoljujeta različne potrebe gostov. .

Način, na katerega lahko razlikujemo zdravstveni in velneški turizem:

- **Na levi strani so slabo zdravstveno stanje, poškodbe in bolezni** – zdravstvena stanja, ki jih je potrebno zdraviti. Medicinski turizem spada v ta kontekst – na primer potovanje na neko destinacijo za namen operacije ali zobozdravstvenega posega, ker je cenovno dostopen, kakovostnejši in ni na voljo v domačem kraju/državi.
- **Na desni strani kontinuuma je velnes** in dobro počutje in ostale dejavnosti, ki so namenjene izboljšanju zdravja, zmanjšanju stresa, preventivi in dejavnostih, ki prispevajo k boljšemu počutju. Ta del spektra opredeljuje velneški turizem.

Medicinski turizem in velneški turizem pa se do neke mere prekrivata – na primer, v primeru DNA testov in zdravniških pregledov. V splošnem se obe vrsti turizma razlikujeta gleda na tipe obiskovalcev, aktivnosti in storitev, podjetništvo in zakonodajo, kljub temu, pa si še vedno delita navezavo na osnovno turistično infrastrukturo.

Slednje pa ne pomeni, da se destinacije in regije dobrega počutja ne vključujejo in razvijajo priložnosti, ki hkrati zagotavljajo 'velneški' in 'medicinski turizem' za obe skupini turistov. Zaradi prekrivanja interesov, obe skupini iščeta obe vrsti storitev, kar da regijam tržno prednost in edinstveno prodajno izhodišče. Sicer pa velnes in medicinski tretmaji pogosto gredo z roko v roki. Tabela spodaj prikazuje presečno množico, kjer lahko turistični sektor in regije tržijo svoje storitve obema segmentoma gostov.



Medicinski turizem	Aktivnosti & Izkušnje	Primeri za podjetja
Zdravstvena nega in telesno počutje	• Preventiva in personalizirana medicina, javno zdravje in zdravstveni pregledi • Komplementarna in alternativna medicina, integrativna medicina, diagnostika, naravni in alternativni proizvodi • Zdravljenje in rehabilitacija, akupunktura, operacije/kirurgija, zobozdravstvo, mineralne kopeli, menedžment kroničnih stanj • Kozmetični posegi, pregled prsi, tretmaji obraza, lifting obraza, liposukcija	• Celoviti zdravstveni centri za namen sproščanja • Komplementarna in alternativna medicina (CAM) in centri za sproščanje • Velneški centri in centri sproščanja • Bolnišnice in centri za operacije • Lagune, geotermalne kopeli, savne, slane kopeli, specifične za zdravljenje, stanja kože kot je luskavica
Velneški turizem	Aktivnosti & Izkušnje	Primeri za podjetja
Prehrana in alternativno prehranjevanje	• Zdrav način prehranjevanja, nutricionistika • Izguba teže, program razstrupljanja • Kulinarična doživetja, veganstvo in vegetarijanstvo • Program, npr. sokovi, veganstvo in presnojedstvo	• Organske restavracije • Trgovine z zdravo prehrano • Kulinarika za dobro počutje in resorti zdrave prehrane • Organsko in lokalno kmetijstvo prodaja kmetijskih proizvodov direktno na kmetiji (od vil do vilic)



Ekološke in prostočasne aktivnosti	• Preživetje v naravi, gozdu, na plaži, obalna območja, jezera itd. • Fitnes telesa in duha • Velnes in življenjski slog v naravi • Šport, fitnes centri in pilates • Zdravljenje z naravno energijo • Gornišтво, pohodništvo, kajak, surfanje, supanje, kanu, • Slow turizem in avanturistični turizem ter nanju vezane aktivnosti	• Telovadnice in fitnes centri • Avanturistični festivali in festivali prostega časa • Nacionalni parki, lokalni parki, zavetišča za divje živali • Pohodne poti, naravni rezervati, naravni viri, naravne znamenitosti • Avanturistični in doživljajski turizem: kajak, pohodništvo, kolesarjenje • Nočitve v naravi: glamping, hišice na drevesu, jurte, koče
Lepota, sprostitvev, pomlajevanje, revitalizacija	• Alternativni lepotni in sprostivni tretmaji • SPA, lepotni tretmaji, razvajanje, masaže, kopeli, nega obraza, las in nohtov • Neinvazivni kozmetični tretmaji, kot npr. botox, pilingi, laserski tretmaji • lepotilni, sprostivni in anti-ageing tretmaji in storitve	• Hoteli, SPA, saloni, kopeli, ki promovirajo zdrav • • lagune, mineralni vrelci, geotermalne kopeli, savne, slane jame, povezane z lepoto, pomlajevanjem in sproščanjem (<i>razlika od medicinske obravnave je v tem, da tukaj ne gre za zdravstvene primere in kurativo, ampak za dobro počutje/preventivo</i>)
Celostno dobro počutje in velnes • Osebna rast • Duhovnost	• Duhovnost, joga, meditacija, Qigong, biofeedback, molitev, prostovoljstvo, čas zase, osebnostna rast, tehnike zmanjševanja stresa,	• Tai Chi, studii za jogo, studii za Quigong • Vadbe joge, duhovne vaje, velnes vaje, strokovne velnes



• Povezanost duha in telesa • Duševno dobro počutje • Ravnovesje med delom in prostim časom • Druženje, zabava in dobro počutje	glasba in umetnost....	delavnice, holistični centri • Romanja, ašrami (duhovna središča za jogo), • Življenje in delo na oddaljenih mestih • Festivali in dogodki
--	------------------------	--

PRIMER DOBRE PRAKSE Zdravstveni turizem v Litvi

[Health Tourism Lithuania](#) ponuja storitve tako za skupine turistov kot za tiste, ki iščejo kombinacijo zdravljenja in dobrega počutja

Medicinski turisti v [Kaunasu](#) pogosto izberejo klinike za plastično kirurgijo z odličnimi razmerjem med ceno in kakovostjo, tisti, ki iščejo dobro počutje, pa uživajo v tretmajih z mineralno vodo in naravnim blatom v mestu Birštonas. Obe mesti sta oddaljeni le 50 km, zato je po operaciji v Kaunasu še posebej priročno iti na rehabilitacijo v Birštonas.




Health Tourism Guide

[General information](#)
[Why choose Lithuania?](#)
[Getting to Lithuania](#)
[Natural remedies](#)
[Facilitators](#)
[Find a Health Service](#)






Why Lithuania

Medical and wellness tourism in Lithuania combines deeply-rooted traditions, the best of natural remedies and swiftness in embracing the latest trends in healthcare. That's what makes Lithuania the preferred choice for people seeking an internationally-certified LASIK operation, as well as balneotherapy aficionados. As of 2019, international visitors make up more than 10% of clients for Lithuanian health and wellness service providers, with the number growing every year.



*Medicinski turizem in velneški turizem v Litvi **združuje globoko zakoreninjeno tradicijo**, najboljše domače načine zdravljenja ter domača zdravila z najnovejšimi trendi na področju zdravja in dobrega počutja. Gre za zmagovalno kombinacijo, zaradi katere je Litva mednarodno certificirana na področju LASIK ter balneoterapije in zaradi česar se ljudje odločajo za obisk. Od leta **2019** naprej mednarodni obiskovalci predstavljajo več kot **10% obiskovalcev** za litovske ponudnike zdravstvenih storitev in storitev dobrega počutja, njihovo število pa vsako leto narašča.*

Health Tourism Lithuania

Kdo so turisti ali popotniki na področju velneškega turizma?

Pogosto velja napačno prepričanje, da so velneški popotniki majhna, elitna in premožna skupina turistov, ki obiščejo zelena zdravilišča ali centre za vadbo joge in meditacije.

Popotniki na področju velnesa sestavljajo dosti širšo in zelo raznoliko skupino potrošnikov, ki so visoko motivirani in imajo različne interese in vrednote.

GWI razlikuje med dvema tipoma popotnikov s področja turizma dobrega počutja:

- 1. Primarni popotnik** Popotnik katerega glavni motiv pri izbiri destinacije je dobro počutje.
- 2. Sekundarni popotnik** Popotnik, ki želi ohranjati dobro počutje med potovanjem, vendar mu slednje ni glavni motiv pri izbiri destinacije.

je razumeti, da je popotnik lahko hkrati primarni in sekundarni, saj se oba tipa med seboj ne razlikujeta. Včasih se bodo nekateri sekundarni popotniki na področju dobrega počutja odločili za primarni velnes izlet, saj njihovo zanimanje in izkušnje z velnesom naraščajo. Nekateri sekundarni popotniki na družinskih počitnicah (sekundarni popotniki), ki opravijo celodnevni izlet v SPA in se čez nekaj tednov odločijo za vikend paket v SPA (primarni popotnik), prelevijo v primarnega popotnika [Global Wellness Institute](#)





Muller in Kaufmann (2000) razlikujeta med zdravjem in dobrim počutjem. Turizem dobrega počutja razumeta **kot podsektor zdravstvenega turizma**. Dunn (1959) pravi, da je dobro počutje **‘zdravstveno stanje’**, ki zajema splošno dobro počutje in človeka razume kot celoto **telesa, duha in duše**. Življenjski slog in odgovornost do samega sebe in lastno zdravje sta ključnega pomena v iskanju boljše kakovosti življenja. V nekaterih državah, kot so Nemčija, Avstrija in Švica je **‘zdravstveni turizem’ bolj izpostavljen in večjega pomena**.

4. del: Turizem dobrega počutja kot megatrend

Globalna revolucija na področju dobrega počutja in njen vpliv na ekonomijo

Do revolucije na področju velnesa in dobrega počutja je prišlo zaradi vpliva uporabnikov/potrošnikov in njihovih prizadevanj za bolj zdrav življenjski slog in navad, ki so se razvile pod vplivom njihove lastne negotovosti glede fizične in tudi duševne samopodobe. Toda revolucija je privedla tudi do vala novih kategorij in inovacij izdelkov, novih podjetij - startupov, ki se osredotočajo na trg dobrega počutja, ki so prisilili blagovne znamke, da preusmerijo svoje vrednote, da odražajo vrednote kupcev. Slednje pa je zelo koristno za blagovne znamke in potrošnike.

Globalna ekonomija dobrega počutja je ovrednotena na \$4.5 bilijona (podatki iz leta 2018).

Po poročanju *Global Wellness Institute (GWI)* je bilo svetovno velnes gospodarstvo v letu 2017 ovrednoteno na osupljivih \$4.22 bilijona. V oceno vrednosti je zajetih 10



sektorjev s področja dobrega počutja. Na vrhu seznama je trg osebne nege, lepote in proti staranju, vreden 999 milijard dolarjev. Sledil je trg zdrave prehrane in prehrane, vreden še 647 milijard dolarjev. Rastoči trg velnes turizma je bil vreden še 563 milijard dolarjev, trg fitnesa pa 542 milijard dolarjev.



GWI *Global Wellness Economy Monitor* (izdan oktobra 2018, s podatki za leto 2017).

- Trenutno je svetovna ekonomija dobrega počutja ocenjena na \$4,5 milijard (podatki za leto 2018).
- Izdatki za dobro počutje (\$4,5 bilijona) dosegajo polovico svetovnih izdatkov za zdravje (\$7,8 bilijona, podatki WHO).
- Industrija je v letih 2015 – 2017 letno narasla za 6,4%, iz \$3,7 bilijona na \$4,2 bilijona, skoraj dvakrat toliko, kot je zrasla svetovna ekonomija (3,6% letna rast, IMF podatki).
- Izdatki za dobro počutje predstavljajo 5,3% svetovne gospodarske proizvodnje.
- Med desetimi analiziranimi segmenti s področja dobrega počutja, so vodilni v prihodkih v obdobju 2015–2017 (na leto) zdraviliški sektor (9,8%), turizem dobrega počutja (6,5%) in nepremičnine s področja dobrega počutja (6,4%).



Drugi sektorji vključujejo preventivno in osebno medicino (\$543 milijard), tradicionalno in komplementarno medicino (\$199 milijard), velnes na delovnem mestu (\$43,3 milijarde) ter sektorji zdravilišč in termalnih vrelcev (\$1,4 milijarde USD). (Celoten članek [tukaj](#))

Irska ekonomija dobrega počutja

Ekonomija dobrega počutja na Irskem je izjemno prepoznavna. Glede na nedavno poročilo podjetja *Euromonitor*, je vredna približno 2 milijardi EUR letno, številke pa se bodo do leta 2020 povzpele na približno 2,3 milijarde EUR. Največji del tega - 700 milijonov EUR - pripada naravnim in zdravim izdelkom, medtem ko je bilo 685 milijonov EUR porabljenih za funkcionalna in obogatena živila.

Medtem ko je svetovni trg avanturističnih potovanj ocenjen na 80 milijard EUR, vrednost sektorja za irsko gospodarstvo ocenjuje na 850 milijonov EUR in narašča.



‘Sposobnost, biti prisoten v sedanjem trenutku, je pomembna sestavina dobrega duševnega počutja’

Abraham Maslow

Kako megatrendi spreminjajo turizem

Megatrend pomeni spremembo vedenja ali odnosa, ima globalni vpliv in je ključnega pomena za podjetja, ki želijo spodbujati trajnostno rast in ostati pomembna, ko se konkurenca povečuje in nove ideje vplivajo na celotno industrijo. V okviru turizma je ta trend najbolj povezan z naraščajočim povpraševanjem obiskovalcev, ki se nanaša na



trende, kot sta staranje prebivalstva in rast svetovnega srednjega razreda.

Na prihodnost turizma bodo vplivale obsežne družbene, gospodarske, politične, okoljske in tehnološke spremembe, ki bodo prinesle nove in pogosto nevidne izzive, grožnje in priložnosti.

Turistični »megatrendi« se oblikujejo počasi, a ko se enkrat ukoreninijo, močno in trajno vplivajo na človekove dejavnosti, procese in zaznavanje.

Štirje megatrendi bodo imeli pomemben vpliv in pomen na turizem: i) spreminjajoče se povpraševanje obiskovalcev; ii) trajnostna rast turizma; iii) tehnologija in iv) potovalna mobilnost. Raziskovanje večdimenzionalnih posledic teh megatrendov do leta 2040 je pomembno za oblikovanje politike in oblikovanje prihodnosti turizma. ([OECDLibrary.org](https://oecdlibrary.org))

Odzivi na megatrende

Za pomoč pri odzivanju na megatrende je [OECD razvil pristop](#), ki se osredotoča na štiri ključne kategorije:

1. **Ljudje:** spreminjajoči se demografski podatki ter trendi, povezani z zdravjem, delom in socialno kohezijo.
Na področju turizma slednje pomeni: spreminjajoče se povpraševanje obiskovalcev, staranje prebivalstva, dohodek in stopnja izobrazbe se povečujejo, pojavljajo se nove skupine potrošnikov.
2. **Zemlja** stanje okolja in vplivi na podnebne spremembe ter dostop do virov, kot so hrana, energija in voda.
Na področju turizma slednje pomeni: trajnostna rast turizma, razvoj z majhnimi vplivi in upravljanje naravnih virov.
3. **Produktivnost** viri rasti, kot so tehnologija, inovacije in podjetništvo.
Na področju turizma slednje pomeni: tehnologije in inovacije so omogočile porast tehnologij, ki so vplivale na način potovanja po vsem svetu, na primer preko platform in delitvene ekonomije.



Napredek v avtomatizaciji bo verjetno spremenil sektor, npr. platforme za izmenjavo podatkov in ustvarjanje novih prostorov in poslovnih modelov na turističnem trgu

4. **Politika** Nanaša se na stanje upravljanja, zaupanja in odgovornosti v javni sferi.

Na področju turizma slednje pomeni: politične odločitve bodo imele vpliv na več področij, predvsem na mobilnost in potovanja. Na primer, možnost mobilnosti je v veliki meri odvisna od tega, kako so posamezne vlade naklonjene mednarodnim potovanjem in kako jih vzpodbujajo. Vlade bodo morale nadzorovati rast, ki spremlja megatrende; število obiskovalcev, varnostni problemi, spremembe v politikah potovanj, prometne inovacije, dostopna infrastruktura, letalski predpisi in nadzor vizumov

Tako vlade kot industrija bodo morale imeti sposobnost učinkovitega odzivanja in prilagajanja na te megatrende in na vsa morebitna nepredvidljiva in nova vprašanja. Morale bodo imeti sposobnost razvijanja novih scenarijev in političnih odzivov ter bolje pomagati javnim in zasebnim akterjem ter izkoristiti priložnosti in izzive, ko se pojavijo.





‘Čuvajte svoje telo. Vaše telo je edino, v katerem morate živeti’

Jim Rohn

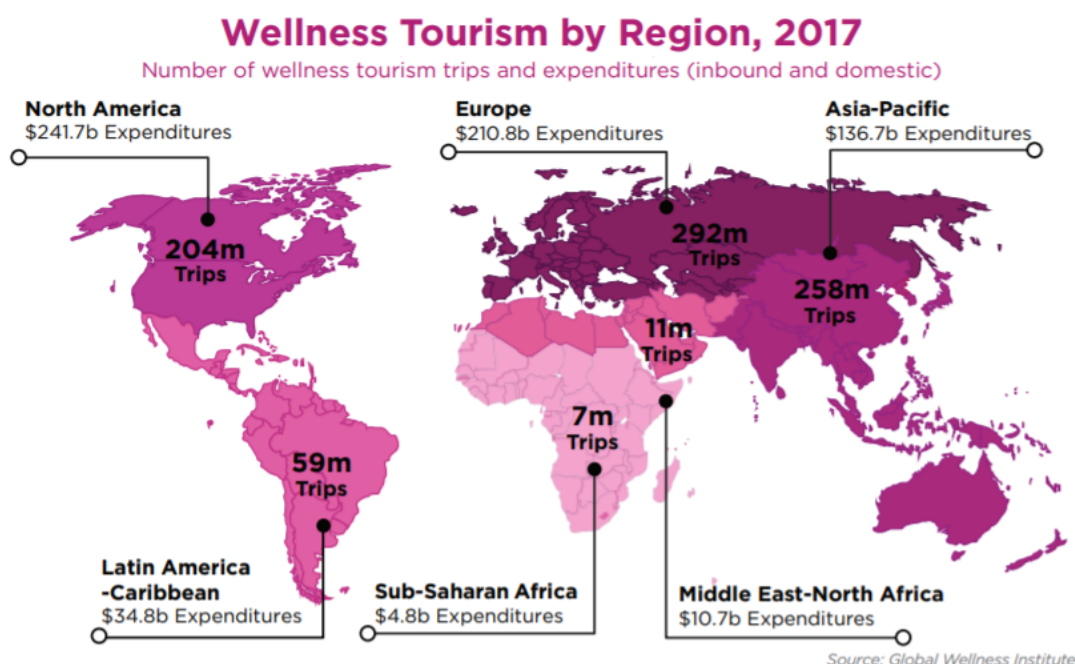
Zakaj je torej vključevanje turizma dobrega počutja temeljnega pomena za razvoj vaše destinacije? Sklicujoč se na [the Global Wellness Institute](#) je svetovno gospodarstvo, vezano na dobro počutje leta 2018, znašalo 4,5 bilijona dolarjev. Rast so spodbujali naraščajoči srednji razred, naraščajoče zanimanje in trend rasti kakovostnejšega življenjskega sloga, naraščajoče zanimanje za izkustvena potovanja ter večja dostopnost letov in potovalnih možnosti. Med svetovnimi regijami prednjači Evropa z največjo ponudbo izletov za dobro počutje, medtem ko Severna Amerika vodi pri izdatkih za turizem dobrega počutja. Azija je najbolj razširila ponudbo svojih potovanj dobrega počutja in izdatkov za turizem dobrega počutja, povpraševanje pa spodbuja močno gospodarstvo in naraščajoči srednji razred.

- Turizem dobrega počutja je leta 2017 **trg** s 639 milijard USD, ki naj bi do leta 2022 dosegel 919 milijard USD.
- Turizem dobrega počutja se je v obdobju 2015–2017 letno **povečal** za 6,5%, kar je več kot dvakrat hitreje kot celotni turizem (3,2% letno na podlagi podatkov Euromonitorja).



- Svetovni popotniki so v letu 2017 opravili 830 milijonov **mednarodnih in domačih potovanj** dobrega počutja, kar predstavlja 17% vseh turističnih izdatkov.
- Mednarodni turisti dobrega počutja so v **povprečju zapravili 1.528 USD** na potovanje, 53% več kot običajni mednarodni turisti. Domači turisti dobrega počutja so na potovanje zapravili 609 USD, kar je 178% več od povprečnega domačega turista.
- **Sekundarni potniki** predstavljajo 89% potovanj dobrega počutja in 86% izdatkov.

Med 10 analiziranimi trgi dobrega počutja, so bili vodilni v prihodkih v obdobju 2015–2017 (letno) **zdravilišča** (9.8%), **turizem dobrega počutja** (6.5%), in **nepremičnine dobrega počutja** (6.4%). *Global Wellness Institute*



Turizem dobrega počutja je visoko rastoče in visoko donosno turistično tržišče.

Popotniki na tržišču dobrega počutja na potovanje porabijo več kot povprečni turisti, kar velja tako za domače kot mednarodne potnike. Leta 2017 so mednarodni turisti dobrega počutja v povprečju zapravili 1.528 USD na potovanje, kar je 53% več kot običajni mednarodni turisti. Potrošnja pri domačih turistih dobrega počutja je še višja. Z 609 USD na potovanje zapravijo 178% več kot običajni domači turisti. *Global Wellness Institute*

‘Turist dobrega počutja potroši 130% več kot običajen turist’
(SRI International)

Wellness Tourism Growth Projections, 2017-2022

	Projected Expenditures (US\$ billions)		Projected Average Annual Growth Rate
	2017	2022	2017-2022
North America	\$241.7	\$311.3	5.2%
Europe	\$210.8	\$275.0	5.5%
Asia-Pacific	\$136.7	\$251.6	13.0%
Latin America-Caribbean	\$34.8	\$54.7	9.5%
Middle East-North Africa	\$10.7	\$18.7	11.8%
Africa	\$4.8	\$8.1	11.1%
Total Wellness Tourism Industry	\$639.4	\$919.4	7.5%

Source: Global Wellness Institute estimates, based upon tourism industry data from Euromonitor International, economic data from the IMF, and GWI's data and projection model

Sekundarni popotniki dobrega počutja

Trg turizma dobrega počutja: obsega dva glavna tipa turistov, primarnega in sekundarnega.

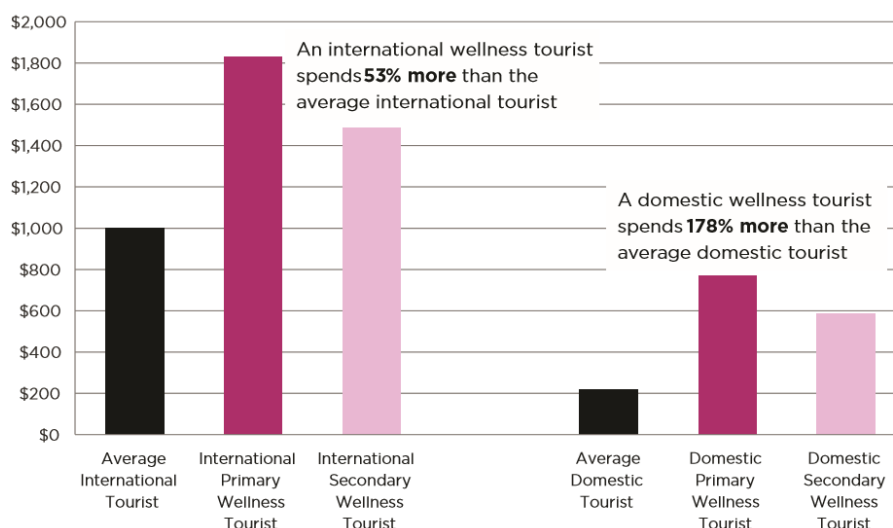
Večino turizma opravijo sekundarni popotniki dobrega počutja, ki so v letu 2017 opravili 89% potovanj dobrega počutja in opravili 86% izdatkov.

Sekundarni turizem dobrega počutja tudi v obdobju 2015–2017 še naprej raste hitreje kot primarni turizem dobrega počutja, in sicer 10% letno (S) v primerjavi z 8% letno (P).

Global Wellness Institute



Wellness Tourism Spending Premiums, 2017

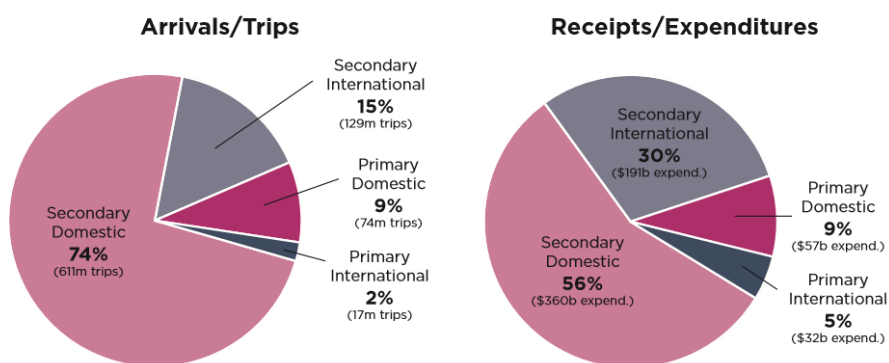


Source: Estimates by the Global Wellness Institute, based upon tourism industry data from Euromonitor International

Domača potovanja dobrega počutja Zaostajajo za mednarodnimi potovanji dobrega počutja. Globalno gledano, domača potovanja dobrega počutja nanesejo 82% vseh potovanj dobrega počutja in 65% izdatkov za dobro počutje. Mednarodna potovanja dobrega počutja predstavljajo proporcionalno gledano večje izdatke, ker je tudi sicer delež izdatkov na mednarodnih potovanjih večji. Mednarodni turizem dobrega počutja raste hitreje (12% letno) kot domači turizem dobrega počutja (9% letno) med letoma 2015-2017. *Global Wellness Institute*

Wellness Tourism Trips and Expenditures by Region, 2015 and 2017

Secondary and Domestic Wellness Travel Lead In Trips and Expenditures



Note: Figures may not sum to total due to rounding.
Source: Global Wellness Institute

Note: These figures combine both international/inbound and domestic wellness tourism spending, and also include both primary and secondary wellness trips. Figures may not sum to total due to rounding.



‘Približno 17 milijonov popotnikov sebe označi, da so osredotočeni na ‘zdravje in dobro počutje’, od tega jih 40% potuje redno’

HVS, 2014

Dobro počutje kot motiv turističnih potovanj Evropejcev

Raziskava *Eurobarometer survey*, ki je zajela 30,000 Evropejcev iz 33 držav, je pokazala, da se jih je 13% izreklo, da so bile primarni ali sekundarni motiv njihovih potovanj v letu 2015 bodisi wellness/spa/zdravstveni tretmaji (delež potovanj, za katera je bila glavna motivacija velnes, pa se je podvojil s 3% v letu 2010 na 6% v letu 2015). V številnih državah je nagnjenost k primarnim potovanjem dobrega počutja zelo velika, med njimi tudi na Islandiji (19% vprašanih), na Švedskem (17%), Madžarskem (16%), Portugalskem in Slovaški (15%), in na Češkem (10%).



Izraz **velnes** je poslovenjena različica angleškega izraza wellness, ki ga je Svetovna zdravstvena organizacija začela uporabljati v povezavi z izrazom **‘dobro počutje’ in fitness**. V državah centralne in JV Evrope se kontekst izraza 'velnes' pogosto nanaša na **sonce, morski zrak in thalasoterapijo. Tudi fitness in redno gibanje se pogosto navezuje na velnes**. V azijskih državah se izraz navezuje tudi na **duhovne prakse in rituale kot so joga, meditacija in tudi masaže**¹.

¹ Slovar slovenskega knjižnega jezika (2014) opredeljuje besedo velnes, kot: dejavnost, ki s ponudbo različnih sprostitvenih tehnik, zdrave prehrane človeku omogoča dobro počutje; zdravilišče ponuja velnes: kopanje v bazenih s termalno vodo, masaže, lepotilne kure; oprema, prostor za velnes



5.del: Turizem dobrega počutja: Megatrend, kot priložnost za razvoj regij

Evropske regije megatrend turizma dobrega počutja že s pridom izkoriščajo

Vsaka destinacija ima neko posebnost, ki jo lahko ponudi turistom dobrega počutja. Podobno ostalim oblikam turizma in potovanj, ima tudi turizem dobrega počutja svoje prednosti in slabosti. Vsaka destinacija ima svoje posebnosti in značilne karakteristike, ki se navezujejo na velnes in dobro počutje in vključujejo lokalno kulturo, naravne danosti, prehrano itd. Nekateri popotniki se bodo tako zadovoljili z enostavno masažo, tečajem gibanja ali smoothijem. Drugi pa si bodo želeli izkusiti nekaj enkratnega in neponovljivega na destinaciji.

Vsaka destinacija lahko ponudi edinstveno izkušnjo, na katerih je mogoče graditi. Na primer, nekatere destinacije imajo edinstvene naravne danosti, vremenske pojave, naravne metode zdravljenja in lokalnega zdravilstva, specifične duhovne/verske tradicije, rastlinstvo, otoke in gozdove, blato, lagune, vode s posebnimi zdravilnimi lastnostmi, kulturne in arhitekturne značilnosti, lokalne proizvode in kulinariko itd.

Every Destination Has Something Unique to Offer



Source: Global Wellness Institute



Vsaka destinacija je drugačna in lahko posebnosti trži kot turistični proizvod.

Turisti dobrega počutja se radi vračajo na destinacijo, posebej takrat, ko slednja ponuja specifičen proizvod, ki ga drugod ni mogoče izkusiti.

Pohodništvo je v porastu in se lahko ponuja kot celovito zaokrožen proizvod, ki je vezan na geološke specifikke in karakteristike destinacije. Pohodniki so vedno na preži za novimi izzivi in izkušnjami, sami načrtujejo potovanje in na destinaciji pričakujejo storitve vezane na transport prtljage, karte za prevoze in krožne vožnje. Camino de Santiago v Španiji je na primer pot dolga 800 km in teče skozi 15 regij v Španiji, ponuja 12 različic poti, ki trajajo tudi po 30 dni, nekateri popotniki pa se na pot vračajo vsako leto in prehodijo zgolj dele poti in pot dokončajo po etapah.

Zdravstvena ponudba je po navadi vezana na specifične naravne danosti destinacije in medicinske storitve. Turisti koristijo tretmaje in storitve, ki jih potrebujejo za zdravljenje bolezni kot so ekcem ali luskavica in jih v domačem okolju ne morejo koristiti. The Blue Lagoon na Islandiji ponuja posebne tretmaje za zdravljenje luskavice v geotermalni morski vodi.

Priložnost 1 Postati konkurenčna destinacija ali regija

Podjetja, destinacije ali regije so konkurenčne in priljubljene zaradi njihove lege v Evropi

Lega in lokacija v Evropi pomeni takojšnjo konkurenčno prednost, ko se na destinaciji razvija turizem dobrega počutja. Evropa je s svojimi izrazito edinstvenimi destinacijami in naravnimi danostmi izjemno privlačna za turiste dobrega počutja. Evropa tako postaja vedno bolj priljubljena in konkurenčna destinacija v primerjavi z ostalimi državami in regijami.

Turizem dobrega počutja predstavlja drugačno in edinstveno ponudbo vsake destinacije. Ko je govora o različnih destinacijah, se hitro začnemo zavedati edinstvenih značilnosti vsake destinacije, kot so njene naravne danosti, vreme, kultura, ljudje in hrana. Centralna in vzhodna Evropa je znana po svojih termalnih vrelih in mineralni vodi. Za Mediteran je značilno sonce in morje, terapija z valovi in mediteranska dieta. Za severne države je značilen svež zrak, nordijska hoja, smučanje,



plavanje in savne. Azijski velnes je značilen po svojih duhovnih komponentah, kot so joga, meditacija, zelišča, masaže in zdravljenje z energijo (*Smith, Puczko, 2009*).

Turizem dobrega počutja ima v Evropi stoletno tradicijo. Ljudje so znotraj regij od nekdaj potovali z namenom obiska zdravilišča, vrelcev termalne vode, alpskega zraka, morske sapice, dobre hrane in idiličnih razgledov na pokrajino, ter z namenom rekreacije in zdravega načina življenja. Nekatere evropske države iz zdravstvene blagajne v celoti ali deloma financirajo terapije po operacijah v zdraviliščih. Evropejci so, s kulturnega in zgodovinskega vidika, prefinjeni potrošniki storitev dobrega počutja, kar vpliva na njihovo nagnjenost k velnes potovanjem.

Danes koncept dobrega počutja v Evropi dosega svoj maksimum, predvsem v kombinaciji z stoletnimi praksami Ayurvede, akupunkture, joge, meditacije itd. Na primer, 'zdravilišča danes niso zgolj rehabilitacijski centri, ampak moderne destinacije zdravstvenega turizma, ki jih obiskujejo zdravi ljudje z namenom preventive in koristijo storitve sproščanja, razstrupljanja, rekreacije, izgube teže, odvajanja od kajenja in športnih aktivnosti, kulturnih dogodkov, dobre kulinarike in specialitet' (*Vesenjak, 2010*)

Evropske destinacije dobrega počutja so dobro obiskane in dobro integrirane v drugo turistično ponudbo, kot je lokalna hrana, naravne danosti, kultura itd. Lokalno prebivalstvo in popotniki lahko izkoristijo storitve masaže, telovadbe, edinstvenih nastanitev, kulinarčne izkušnje ali dejavnosti na prostem. Ostala edinstvena in avtentična izkustva dobrega počutja so dobro razvita in integrirana (lokalne prakse zdravilstva, duhovne tradicije; avtohtone rastline in gozdovi; posebna blata, minerali in vode; ljudska arhitektura; lokalne sestavine in kulinarčna tradicija; zgodovina in kultura; itd). Turisti dobrega počutja lahko torej obišejo Evropo za kratek pobeg in uživajo v sproščanju in izkustvu dobrega počutja.

Večina evropskih držav že promovira katero od oblik dobrega počutja na svojih nacionalnih turističnih spletnih straneh. Nekatere države se osredotočajo na razvoj sektorja kot dela svojih nacionalnih strategij turističnega razvoja / trženja. Večina držav še naprej razvija in diverzificira svoja izkustva, izdelke in storitve na področju dobrega počutja, da destinacije ostanejo priljubljene in konkurenčne. V naslednjem poglavju si bomo ogledali različne destinacije in njihove ključne vire turističnih proizvodov za dobro počutje, nato pa se bomo poglobili v primer Islandije, kako se je razvila kot zgledna turistična država.



Slovenija in njeni viri dobrega počutja in izkustev

Slovenija se promovira kot '[World's Hottest New Wellness Destination](#)' (najbolj vroča destinacija dobrega počutja na svetu) in je znana kot ena najbolj zelenih držav na svetu, pokrita z gozdovi, alpskimi gorami, travniki, jezери, jamami, Sredozemskim morjem, Unescovimi kraji svetovne dediščine, obalnimi mesti, beneškimi gotskimi mesti, kletmi, medarstvom, kulturnimi festivali, kulturno dediščino in lokalno kuhinjo.

Zdravje in dobro počutje sta pomembna dejavnika turizma dobrega počutja v Sloveniji, ki ponuja od gora do Sredozemskega morja, od zdraviliških terapij, SUPanja in joge na Blejskem jezeru, gozdnih kopališč za pomiritev duha, pohodništva po Triglavskem narodnem parku, zdravilišč in zdraviliških tretmajev, wellness rekreacij, letovišč, medicinskih centrov, savn, čebelarstva (apiturizem), ekološke ozaveščenosti, apiterapije in hidroterapije v Panonski kotlini ali Termah Zreče. Detox razstrupljanje se izvaja z uporabo lokalno nabrane gorske šote in vulkanskega blata.

Azori in tamkajšnji viri dobrega počutja in izkustev

Otočje z devetimi majhnimi vulkanskimi otoki se nahaja ob obali Portugalske 1000 milj od morja. Azori imajo blago subtropsko podnebje, ki je ustvarilo bujno zeleno pokrajino s čudovitimi razgledi, izvrstnimi skalnimi formacijami, čudovitimi kraterskimi jezeri, osupljivimi temnimi peščenimi plažami s kristalno morsko vodo.

Zaradi bogatega naravnega okolja azorski turizem temelji na ponudbi aktivnih počitnic v naravi in pustolovskega turizma. [Global Sustainable Tourism Council](#) je Azore prepoznal za trajnostno destinacijo. Oddaljenost otokov od celine je ustvarila poseben počasen način življenja z urejenimi srednjeveškimi tradicijami, okusno hrano, zelo prijaznimi ljudmi in očarljivimi majhnimi vasicami. Kriminala je malo, zato je destinacija varna. Vulkanske dejavnosti so ustvarile neverjetne vroče vrelece, tako na kopnem kot v morju, in so ključni v ponudbi izkustva dobrega počutja. Azori so bili s strani [World Travel Awards](#) proglašeni za evropsko '[Leading Adventure Tourism Destination 2020](#)'.





Azores, Portugal

PRIMER DOBRE PRAKSE Islandija

Islandija izkorišča svojo edinstveno lokacijo in naravne vire, zaradi česar je zelo konkurenčna destinacija dobrega počutja.

**Predstavitev
edinstvenih izkustev
islandskega turizma z
uporabo obstoječih
znamenitih destinacij in
atrakcij**

**Edinstvena lege in izkustva,
ki jih Islandija ponuja, so
njena konkurenčna prednost**

Edinstveni naravni viri (npr. vroči izviri, lagune, geotermalni bazeni) in naravni viri (slapovi, polja lave, ledene jame), obstoječa izkustva dobrega počutja, pustolovščine, zdravilišča, dobro telesno počutje in zdravilišča

**Razvoj edinstvene
turistične regije dobrega
počutja**

Uporaba nacionalnega parka iz regije Vatnajökull kot primer dobre prakse, kako je Islandija razvila turistično regijo dobrega počutja, vključno z mreženjem, blagovno znamko, embalažo, pozicioniranjem, itd



Pristop

Islandija izkorišča svojo edinstvenost, lokacijo in naravne vire, ki ponujajo izkustva dobrega počutja po celotni državi in vseh njenih regijah

Opis Ta študija primera opisuje, kako Islandija izkorišča svojo edinstveno lokacijo in naravne vire za razvoj turističnih izkustev dobrega počutja. Študija primera proučuje, kako so se podjetja v nacionalnem parku Vatnajökull prilagodila turizmu dobrega počutja v svoji regiji. Primer opisuje, kako je regija vzpostavila 7-dnevno turnejo dobrega počutja po znameniti islandski regiji Reykjanes.

Edinstveni naravni viri Islandija leži na dveh tektonskih ploščah, ki razdeljujeta državo. Plošči se nenehno premikata, ustvarjata zelo aktivno geološko in geotermalno dejavnost. Ti viri tople vode so povsod, Islandci pa so se v njih kopali že od naselitve. Neskončna zaloga vode prihaja iz tal in vsebuje zdravilne minerale.

Velnes turizem ima na Islandiji svoje korenine v preteklosti in v tem smislu ni nov pojav, v zadnjem času pa se razvija okoli islandskih storitev za zdravljenje, kot tudi prostorov za prosti čas in sprostitev. Naravni viri in prednosti islandskega turizma za dobro počutje so čist zrak, neokrnjena narava, čista in dobra voda ter vroči izviri. Enako pomembni s visoka splošna raven izobrazbe v državi, dobro izobraženi in usposobljeni zdravstveni poklici in dober zdravstveni sistem.

Rezultat Islandija je izkoristila svoje obstoječe naravne vire, znamenitosti in izkušnje, ki ustrezajo konceptu dobrega počutja, in oblikovala svojo izredno konkurenčno destinacijo za dobro počutje. Islandija je prepoznala svoje turistične dejavnosti, storitve in izkušnje, vezana na dobro počutje ter jih začela komunicirati z uporabo blagovnih znamk in sporočil na temo dobrega počutja. Posledično so turistična MSP, regije in destinacije lahko izkoristile turizem dobrega počutja kot megatrend, ki trži njihove lastne regionalne posebnosti v okviru ponudbe dobrega počutja. Nato je G Adventures, priljubljeni svetovni organizator potovanj, opredelil in oblikoval priljubljeni paket "Iceland Wellness" in načrt poti, ki ga promovirajo glede na potrebe in potrebe svojih strank.





Seljalandsfoss Waterfall Iceland

Predstavitev edinstvene turistične izkušnje dobrega počutja na Islandiji z vključevanjem obstoječih znamenitih destinacij in atrakcij

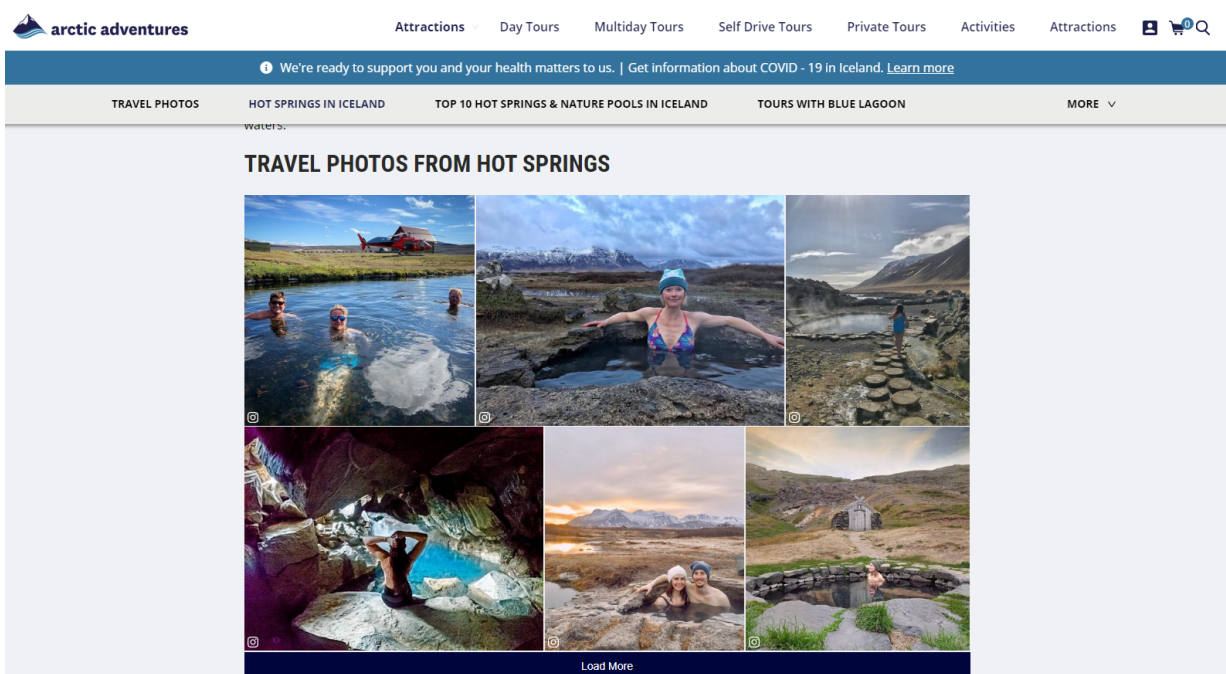
Izkušnje dobrega počutja z Islandije se dogajajo predvsem na prostem; so edinstvene, zdravilne, osvežilne in poživljajoče.

Islandija še naprej gradi in vključuje izkušnje dobrega počutja v svoje obstoječe ponudbe; narava, aktivnosti na prostem, družabno življenje, svež zrak, vroči izviri, domači konji in pivo, pohodništvo ali hoja po ledenikih, zimski športi, jamske ture, plezanje, ogledi na štirih kolesih, opazovanje ptic, igranje golfa, ribolov, jahanje, izleti z ladjo, izleti s kajaki, gornišтво, pohodništvo, plezanje po ledu, izleti z motornimi sanmi, super džipi, eko-ogledi, kulturne in tematske ture, zasebni safari z ladjo, izleti s helikopterjem...

1. **Dihanje na svežem polarnem zraku;** prva stvar, ki jo opazite, ko stopite iz letala, je nizka stopnja onesnaženosti zraka! Opazili in občutili tudi geotermalno toploto otoka.
2. **Pitje islandske vode;** znana kot najčistejša voda na svetu. Sneg se filtrira skozi polja lave, ki prehaja skozi izvir Olfus.



3. **Organska prehrana;** Skyr je islandski jogurt, Íslensk súpa (islandska juha), narejena iz zelenjave, pridelane v posebnih rastlinjaki, ki jih poganja bogata energija, ki vre tik pod islandsko površino.
4. **Snežna izkušnja;** vozite se z motornimi sanmi ali se premikajte s sankami po zasneženih površinah. Treking čez ledenik na Mýrdalsjökull. Osedlajte islandskega konja in doživite njihovo edinstveno hojo. Ali pa preprosto drsajte na ribniku Tjörnin v središču Reykjavíka.
5. **Raziskujte svojo duhovnost;** Islandija ima veliko odprtih prostorov, če želite biti sami s svojimi mislimi. Sedite ob vznožju vulkana, meditirajte na vrhu ogromnega kamna na južni obali blizu Dyrhólaeyja.
6. **Vroči izviri;** Islandija ima več kot 100 vročih izvirov in bazenov, razporejenih po vsej državi, predstavljajo pravo nacionalno institucijo. Voda se segreva s paro, ki prihaja iz tal, zato so islandski geotermalni bazeni, parne kopeli, savne, kopeli in masažne kadi edinstveni in priljubljeni kraji za sprostitev in pomlajevanje duha in telesa. Izkušstvo dobrega počutja na Islandiji zagotovo vključujejo njene tople in zdravilne vode.
7. **Pohodništvo** skozi ledenike, gore, vulkane in čudovito pokrajino, ki naredi vsak pohod nepozaben



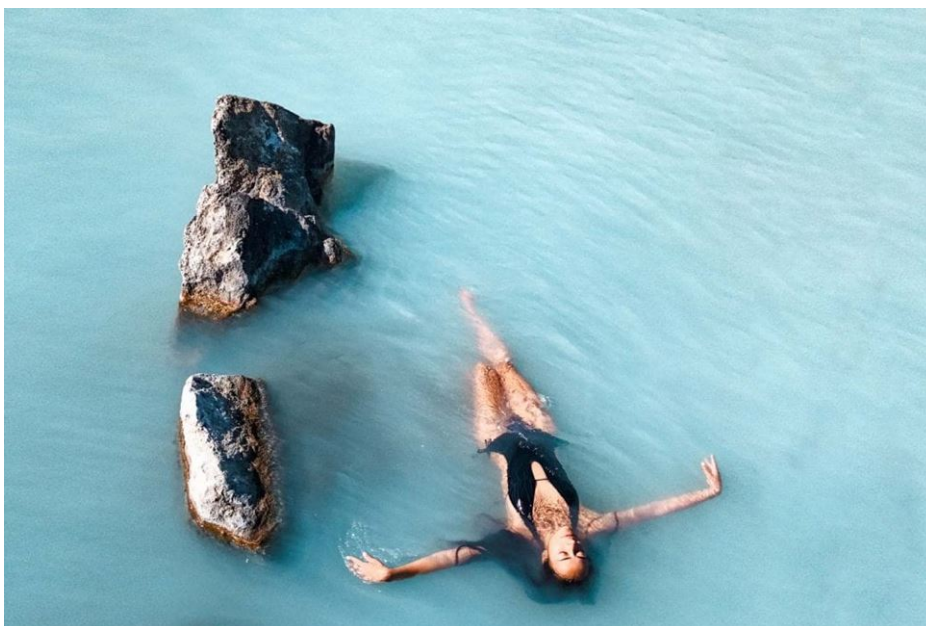
V formi na poti

po



Landmannalaugar, photo by Arctic Adventures

8. **Zdravilne lagune** [The Blue Lagoon](#) je svetovno znano zdravilišče vročih vrelcev in najbolj znano islandsko geotermalno zdravilišče. Znan je po svoji čarobni modri barvi in zdravilnih močeh. Voda je zelo bogata s silicijevim dioksidom in drugimi minerali, ki negujejo kožo, tako da islandski zdravniki bolnikom z luskavico predpisujejo obisk modre lagune. Modra laguna ponuja storitve v različnih cenovnih razredih; V The Blue Lagoon je možno bivati v dveh tipih nastanitev (Silica Hotel, The Retreat Hotel), dodatna je ponudba SPA in restavracije; lava in lišaj kot oblika gurmne večerje je priporočena v 2019 Michelin Guide



Lagoons, Let Your Troubles Drift Away! photo by Arctic Adventures



9. **Počasen kajak (ali rafting)** za večje avanturiste!) ima številne koristi za zdravje, vključno z zmerno kardiovaskularno vadbo in možnostjo uživanja na svežem zraku in soncu.



Kayaking at Solheimajokull Glacier *photo by Arctic Adventures*

10. **Ježa konjev** Naveza z živalmi, posebno konji, blagodejno vpliva na dobro počutje ([raziskave na to temo](#)). Jahanje zahteva svoj mir, pozornost in dober odnos z živaljo. [Black beach horse riding tour](#) poteka na očarljivi plaži Víkurfjara. Obala je pokrita s črnim peskom in obdana z vulkanskimi kamnitimi formacijami (kot večina Islandije!), edinstvena na Zemlji.





Ježa s konji na Lupin Fields pod Mt. Kirkjufell



Severni sij (Aurora Borealis, Iceland)

Program 7- dnevnega vodenega ogleda islandske regije Reykjanes



Organizator potovanj G Adventures je pripravil 7-dnevni voden ogled [‘Wellness Iceland’](#).

Potovanje po južni obali države se začne s pohodom na hrib Öskjuhlíð s pogledom na mozaično arhitekturo Reykjavika. Med zasebnim prevozom si lahko ogledate znamenitosti Zlatega kroga in narodnega parka Thingvellir, preden se odpeljete na čudovite črno-peščene plaže Reynisfjara, da doživite edinstveno meditacijo. Seveda obisk Islandije ne bi bil popoln brez postanka v Modri laguni, naravni ogrevani vroči točki za popotnike, ki so jo radi obiskali na pol poti okoli sveta. ([G Adventures](#))

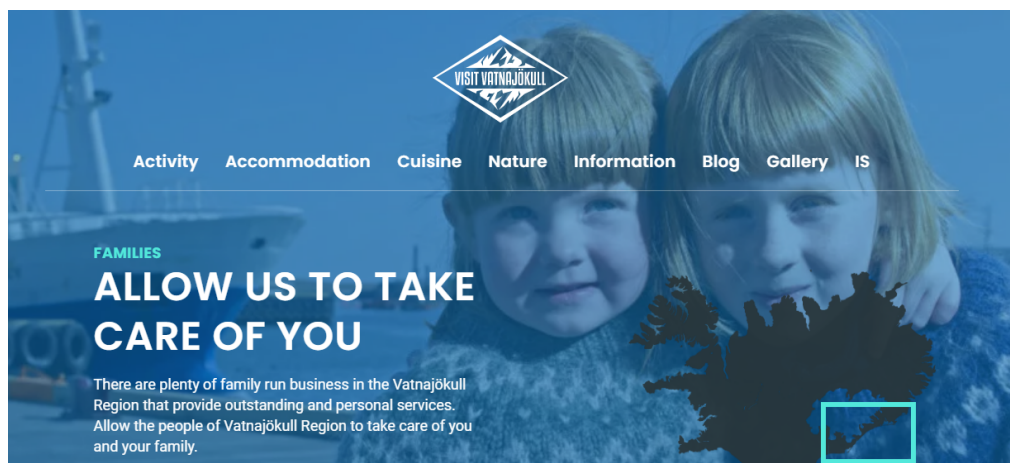
Islandija razvije edinstveno regijo dobrega počutja v okolici nacionalnega parka Vatnajökull

Nacionalni park Vatnajökull, Islandija

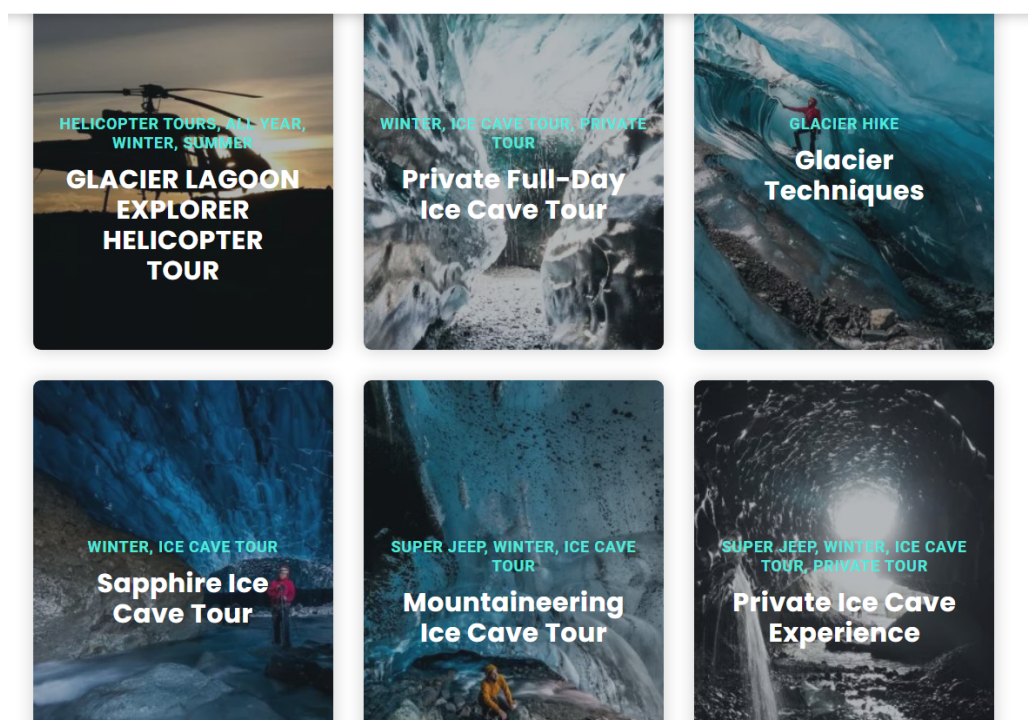
Opis Narodni park Vatnajökull je v vseh pogledih dežela ledu in ognja s svojimi visokimi ledeniki in aktivnimi vulkani. Naravne sile že tisočletja oblikujejo zemljo, zadnji primeri tega pa so močni izbruhi v Eyjafjallajökull 2010 in Grímsvötn 2011. Območje pokriva izjemna pokrajina - gore, jezera, črne peščene plaže, zeleni pašniki in travniki, močne ledeniške reke, čudoviti slapovi in prostrana polja lave, nekatera prekrita z gostim in občutljivim mahom. Nacionalni park Vatnajökull je največji nacionalni park na Islandiji (14.700km²). Divje zaščiteno območje je bilo ustanovljeno leta 2008 okoli mogočnega ledenika Vatnajökull, ki pokriva približno dvanajstino Islandije.

Vatnajökull je največji ledenik v Evropi, približno 8.100 km² z najvišjo goro v državi, Hvannadalshnjukur (2010m). Debelina ledu na ledeniku Vatnajökull je približno 400-600 m, ponekod doseže debelino 950 m. Območje vključuje Jökulsárlón, ledeniško laguno z ledenimi gorami ter slapove Svartifoss in Dettifosis. Skaftafell je na prehodu v park s centrom za obiskovalce, kampom in pohodniškimi potmi. Turizem dobrega počutja je razviden že na spletni strani **‘Allow Us to Take Care Of You’ (Dovolite, da poskrbimo za vas)**.





Izkustvo turizma dobrega počutja Glede na različne trženjske poudarke, ločimo različne skupine destinacij: tiste, ki poudarjajo dobro počutje v naravi, počasne pustolovščine, telesno aktivnost in čuječnost na potovanju. Turistični podjetniki na Islandiji se osredotočajo in poudarjajo naravne dejavnosti na prostem, nekateri tudi dobro počutje. Izkoriščajo naravne danosti regije, kot so: masivni ledeniki, ledene jame, zasneženi gorski vrhovi, slikoviti razgledi in pokrajine, ugodno vreme na prostem, izbor pohodniških poti, zgodovinske znamenitosti, severni sij, aktivna geotermalna območja in reke. Njihov glavni namen je zaščititi naravo in prosto živeče živali, zagotoviti javni dostop do narave, raziskovati in izobraževati ter krepiti poselitev in gospodarsko trajnostno dejavnost.





Priložnost 2 Koristi za skupnost in druge sektorje

Da bi lahko drugi sektorji in skupnosti izkoristili priložnosti, ki jih ponuja turizem dobrega počutja, se morajo prilagoditi strategije in iniciative, ki morajo vzpodbujati in razvijati politike za turizem dobrega počutja, vzpodbujati se morajo naložbe in partnerstva z drugimi sektorji dobrega počutja

Turizem dobrega počutja, integriran v nacionalni in regionalni razvoj skupnosti, prinaša številne možnosti, priložnosti in koristi destinacijam in ljudem, ki tam živijo, trajnostni razvoj, ustvarjanje delovnih mest, ohranjanje lokalne narave in virov itd.

S tem, ko se več razumevanje vlad in turistične industrije o turizmu dobrega počutja, ga tudi regije ne dojemajo več kot izolirano nišno ponudbo turizma za majhen del bogatih turistov, temveč kot širšo priložnost, za lokalno gospodarstvo, prebivalstvo in druge sektorje. Turizem dobrega počutja lahko vpliva na razvoj podjetništva, trajnostni razvoj ter socialno in ekonomski napredek, vključen v širši politični program in razvoj (*Deloitte, 2013*). Ponekod so ga regije dobrega počutja, vlade in razvojne agencije integrirale v lokalne in regionalne urbanistične načrte, gospodarski razvoj in lokalne razvojne iniciative.



Primeri

- **Slovenija** je v svoje strategije razvoja vključila spodbujanje investicij v velneški sektor in sektor dobrega počutja ([Annual Tourism Report 2017](#))
- **Finska** spodbuja javno-zasebna partnerstva za izboljšanje ponudbe turizma dobrega počutja. ([Finland as a Competitive Wellbeing Tourism Destination Report](#))
- **Italija** je pred kratkim ustanovila Terme d'Italia, projekt, ki je namenjen spodbujanju povpraševanja po SPA resortih in resortih dobrega počutja v osmih regijah. Projekt je zasnovan za regije: Calabria, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardy, Puglia, Sicily, Veneto, and the Autonomous Province of Bolzano.

Veliko je zainteresiranih deležnikov, ki lahko sodelujejo pri razvoju in izboljšanju pobud s področja dobrega počutja, vključno s številnimi vladnimi akterji, ki se ukvarjajo s turizmom, gospodarskim, socialnim, zdravstvenim in okoljskim razvojem. Sodelovanje skupnosti, zasebnih podjetij in zainteresiranih skupin javnega sektorja je ključnega pomena za uspešen razvoj turizma dobrega počutja v destinacijah in regijah in za povečanje pozitivnih ekonomskih in socialnih učinkov. Za razvoj področja turizma dobrega počutja se morajo angažirati deležniki s področja gostinstva in turizma, zdravega načina življenja, preventive in vlade. Politika mora priti naproti in spodbujati sodelovanje med zainteresiranimi stranmi z modernejšo in fleksibilnejšo zakonodajo in zakonodajnimi okviri ter spodbujanjem partnerstev za nastanek novih regij dobrega počutja

Many Stakeholders Can Collaborate and Benefit from Wellness Tourism



Source: Global Wellness Institute



Nekaj regij že povezuje velnes turizem s širšim razvojem grozda industrije dobrega počutja, ki lahko doprinese k rasti lokalnih podjetij in zaposlitvenih možnosti. Tak primer je **Tirolska v Avstriji**, kjer grozd “Cluster Wellness Tirol” predstavlja širšo iniciativo, ki omogoča ekonomski razvoj in priložnosti in inovacij znotraj industrije dobrega počutja. Mreža dobrega počutja vključuje več kot 100 podjetij s področij telemedicine, zdrave prehrane, spa opreme in tehnologije, dobrega počutja na delovnem mestu, gorskega kolesarjenja, plavanja, cestnega kolesarjenja, hoje in drugih z velnesom in dobrim počutjem povezanih področij.



Austria's Tyrol Region; successtours.com

Partnerstva med več državami in regijami tvorijo Rimske terme Evrope: partnerstvo za razvoj in promocijo paketov termalnega turizma vključujejo zdravilišča z rimskim poreklom (Grčija, Nemčija, Madžarska, Portugalska, Francija in Bolgarija).

Turizem dobrega počutja destinacijam omogoča, da zmanjšajo sezonsko odvisnost in sezonski pritok gostov. Na primer, smučarske destinacije lahko turiste dobrega počutja, zainteresirane za pohodništvo in preživljanje časa v naravi, privabljajo tudi poleti, med tem, ko lahko plaže in tipične poletne destinacije pozimi privabljajo turiste, ki si želijo počitnic v mirnem okolju, sprostitve in regeneracije.

Velik potencial predstavljajo tudi priložnosti za razvoj destinacij in regij za integracijo z ostalim velneškim sektorjem.

Številke govorijo same zase; sektor zdrave prehrane je vreden 702 milijard dolarjev,



gibanje in delavnice za povezanost duha, telesa in duše 595 milijard dolarjev, tehnologija bo z 8,6 odstotki letos najhitreje rastoči trg, za sektor **Mindful Movement** (Čuječe gibanje) pa se v letih od 2018–2023 napoveduje letna 12% rast.

Primer dobre prakse: Nova slovenska promocija turizma dobrega počutja je povezana z ostalimi sektorji dobrega počutja in megatrendi



Pristop

Slovenija v svojo strategijo **'Dobro počutje in selfness'** že vključuje elemente čuječega gibanja

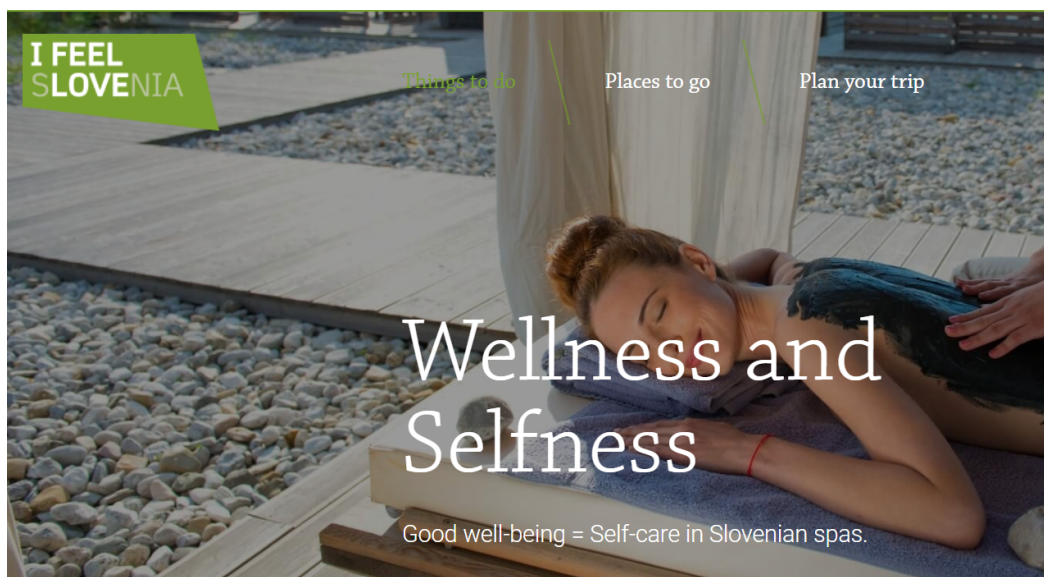
Opis Slovenija je primer nastajajoče turistične regije dobrega počutja, ki razvija avtentičen turistični proizvod in blagovno znamko. V teku sta kampanji **'Mind Movement'** in nova kampanja turističnega znamčenja **'Wellness and Selfness'**



Selfness je nov trend v velneški ponudbi in ponudbi dobrega počutja, ki v ospredje postavlja MIND (UM) kot najpomembnejši element nas samih. Vključuje telesno aktivnost, sprostitvev, razstrupljanje, samozdravljenje in večje zadovoljstvo s samim seboj. Ponuja dolgoročne učinke namesto trenutnega užitka.

Slovenija je koncept čuječega gibanja (Mind Movement) vključila v svojo strategijo dobrega počutja z zasnovo **‘Wellness and Selfness’** kampanje, ki dopolnjuje krovno znamko **‘I Feel Slovenia’**, ki uspešno gradi znamko turizma dobrega počutja višje vrednosti, proti množičnemu turizmu in zmanjševanju sezonske odvisnosti od turistov. **‘Wellness and Selfness’** turistična kampanja je ozavestila turizem dobrega počutja in se navezuje na edinstvenih regijske naravne in kulturne posebnosti.

Obstoječo ponudbo velnesa in dobrega počutja povezuje z novo ponudbo "selfness" proizvodov, ki na novo vzpostavljajo razumevanje turističnega izkustva in turistom ponujajo dodatno izbiro proizvodov dobrega počutja, destinacijo pa promovirajo tudi v kontekstu zdravja, zadovoljstva in sreče.

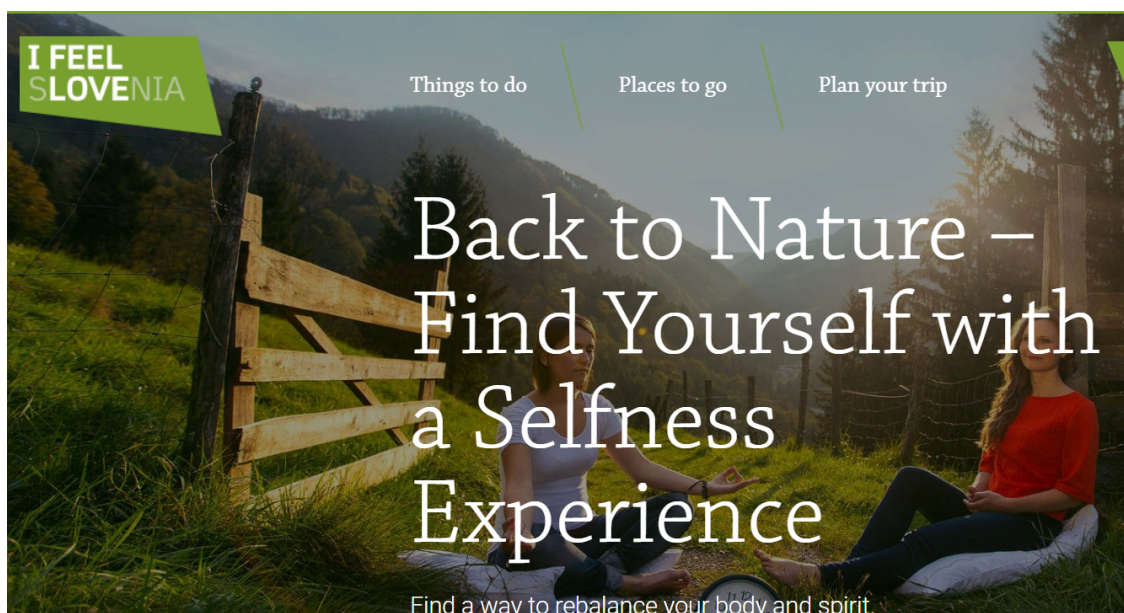


Slovenska kompanija je v tem kontekstu edinstvena, saj je vpeta v zdravo in neokrnjeno naravno okolje, ki ima terapevtske učinke zaradi pomirjujočih naravnih barv, pomirjujočih tonov in zdravilnega naravnega zraka. Velnes z razvajanjem, sprostitvijo in tretmajev dopolnjujejo 'selfness' kampanje - velnes in selfness pa sta skupaj zasnovana tako, da ustvarjata celovit življenjski slog, ki v središče postavlja fizično in duševno zdravje ter dobro energijo.

Sprostite se s pomočjo izkustva velnesa, poživate duha na selfness delavnicah.



- **Duh & um** pozitivne energijske točke, narava
- **Zdravstvene storitve** s področja dobrega počutja
- **Vitalna kuhinja** vegetarijanska in makrobiotična prehrana
- **Lepota in kozmetika** kozmetični tretmaji
- **Sprostitev, ugodje** joga, pilates in tai chi



Kampanja je razdeljena na več podkampanj „**Poiščite način, kako najti ravnovesje med telesom in duhom**“, slednje se odraža v kampanji „**Nazaj k naravi - poiščite sebe s selfness izkustvom**“. Oglaševalska akcija in primeri vrst izkustev „samopodobe“, so vključeni v vsako tematiko. Na primer, v okviru kampanje "Selfness. Živeti svoje življenje" se obiskovalci učijo, 'kako preusmeriti pozornost nazaj k sebi in se znova povezati s seboj, obvladovati stres, spoznati tehnike samozdravljenja in se sproščati'.

- **Biti zvest samemu sebi** Dožiti edinstveno izkustvo [gozdnega selfnessa](#) in povezanosti s samim seboj, v osrčju cerkniških gozdov; pomirjujočih naravno zelenih barv, pomirjujočih zvokov in zdravilnega zraka. Za boljšo prekrvavitev se bosi sprehodite po travi, pokriti z roso.
- **Pozitivna energija energetskih točk** V Slovenija se nahaja mnogo energetskih točk in centrov, kjer je možno občutiti pozitivne učinke obnovljene življenjske energije. Pozitivne učinke energetskih točk lahko začutite v [Dolini Soče](#).



Pohorske gozdove lahko raziskujete po [Energijski poti Bolfenk](#), moči pa si lahko naberete tudi v čudoviti **Sveti Trojici v Slovenskih Goricah**.



Priložnost 3 MSP in indirektne koristi

Turizem dobrega počutja ustvarja indirektne priložnosti in koristi za MSP in storitveni sektor

Posredno, MSP in storitve znotraj področja turizma dobrega počutja zajemajo izdatke tako, da sodelujejo in se povezujejo z neposrednimi podjetji dobrega počutja, se prilagajajo trendu dobrega počutja v turizmu in dobro počutje vključujejo v svojo ponudbo.

Ocenjuje se, da „velnes in dobro počutje“ z 4,5 bilijona svetovne industrije, vključuje več kot 10 sektorjev. Rastoči trg turizma dobrega počutja je vreden še 639,4 milijarde dolarjev, pri čemer so velnes popotniki razdeljeni med številne segmente, vključno s podjetji, ki so posredno in neposredno povezana s turistično industrijo dobrega počutja. Potrošniki so na vprašanje, kaj bi storili, da bi izboljšali ali ohranili svoje dobro počutje, navedli, da je „iti na počitnice, počitnikovati ali se umakniti“ na četrtem mestu, za vadbo, boljšo prehrano in obiskom zdravilišča (*Stanford Research Institute 2012*). To kaže, kako pomembno je za turiste dobro počutje in njeno izkustvo. Popotniki na področju dobrega počutja (zlasti sekundarni velnes potniki) želijo med potovanjem nadaljevati s svojim velnes življenjskim slogom.

V vsakem segmentu turizma dobrega počutja ti izdatki, v dejavnostih, osredotočenih na dobro počutje (kot so zdravilišča, termalni/mineralni izviri, in boot kampi, joga studii, telovadnice, fitnes centri) in ta življenjski slog, zajemajo zdravo prehrano,



vadbo/fitnes, trgovine/tržnice zdrave hrane, dogodke, umetnost in obrt, muzeje, prakse duha in telesa, izkušnje z naravo, povezave z lokalnimi ljudje in kultura itd.,

Poleg tega, vsi turisti dobrega počutja potrebujejo tudi posredne storitve in izkustva ali opravijo „splošne“ izdatke za prevoz, hrano in prenočišče, nakup spominkov, dejavnosti, izlete, druge storitve; verjetno se bodo zanimali za nakupovanje ali zabavo – posredno imajo podjetja koristi turizma dobrega počutja in so del gospodarstva in turizma dobrega počutja.

Wellness Tourism Industry in 2017



Data combine both inbound/international and domestic wellness tourism spending, and also include both primary and secondary wellness trips.

Source: Estimates by the Global Wellness Institute, based on tourism industry data from Euromonitor International.

Ker vse več potrošnikov v svoj življenjski slog vključuje elemente dobrega počutja, slednje ustvarja vse več priložnosti za obstoječa turistična podjetja, da se prilagodijo trendu in izdatke zajamejo z vključevanjem dobrega počutja v svojo ponudbo; pakiranje ponudbe, popestritev ponudbe, partnerstvo z blagovnimi znamkami, mreženje na destinaciji ali v regiji, združevanje virov in skupno načrtovanje vaše turistične regije blaginje, ki bo postala konkurenčna. DETOUR Resource 2 pokaže, kako dodatno razviti svojo turistično destinacijo dobrega počutja, digitalno oblikovanje mest, blagovno znamko in še veliko več.

Z vključevanjem elementov dobrega počutja v vse vrste dobrin in storitev, se lahko



podjetja razlikujejo v svoji ponudbi, zagotovijo večjo vrednost in nagovorijo popotnike, ki več trošijo. Nekatera enostavnejša in prilagodljivejša izkustva podjetja lahko prilagodijo z zagotavljanjem inštruktorja joge; nudenjem vodenih sprehodov, velnes ogledi ali zdravljenjem v lokalnem zdravilišču, vključitvijo zdravih jedi v menije, vključitvijo trajnostnih ekoloških pristopov, zagotavljanjem koles za brezplačno ali izposajo in ponudbo drugih lokalnih doživetij s področja dobrega počutja.

V naslednjem razdelku bomo pogledali, kako so podjetja to storila; kako promet, hoteli, hrana, trgovina na drobno in drugi sektorji to že počnejo. Letališča ponujajo zdravilišča, ki so namenjena zdravstvenim potnikom v tranzitu; hoteli postajajo osredotočeni na velnes za tiste, ki si želijo boljšega spanca in redne fitnes rutine; posebne restavracije strežejo zdravo, ekološko ali lokalno kuhinjo; prevozna podjetja se odločajo za uporabo čistih goriv ali vozil z nizkimi/ničnimi emisijami, trgovine s spominki pa prodajajo izdelke, ki so povezani z edinstveno lokalno tradicijo dobrega počutja. (*Global Wellness Institute*)

Primeri

Transportni sektor Upošteva, da je potovanje z letalom lahko nezdravo in stresno, letališča in letalske družbe svojim strankam promovirajo programe zdravja in dobrega počutja. Sodelovanje med letališči, letalskimi prevozniki in podjetji dobrega počutja ima različne oblike: vrhunska zdravilišča, fitnes centre in velnes razrede v terminalih in letalskih salonih; meditacija med letom, programi za dobro počutje in pomoč pri spanju; možnosti bolj zdrave hrane; in še bolj zdravo/biofilčno oblikovanje letališča.

- **Zurich** na letališču nudi kolesarjenje in drsanje na prostem, ponuja izposajo drsalk, koles
- **Singapore**, potniki na letališču Changi se lahko sprostijo v salonih za fitnes, vrhunskih zdraviliščih ter bazenu na strehi in jacuzziu; obišejo cvetlične vrtove na prostem ali celo poskusijo meditativno umetnost rezbarjenja po lesu.
- **Lufthansa** svojim potnikom ponuja posebej oblikovane maske za spanje, ki jim pomagajo pri spremljanju spanja, slušalke za spanje, aplikacija pa pomaga blokirati zvok, da se izognejo zamudi zaradi jet laga
- **Qantas, Hawaiian Airlines, Cathay Pacific**, in drugi letalski prevozniki ponujajo meditacijo med letom in velnes programe kot del svojih paketov sprostitve in zabave med letom.

Nastanitveni sektor Ker potovanja dobrega počutja postajajo vse bolj priljubljena,



mnogi hoteli vključujejo dobro počutje v svojo idejno zasnovo, storitve in programe. Funkcije dobrega počutja lahko vključujejo posteljnino in razsvetljavo, ki spodbuja boljši spanec, okna in senčila, ki blokirajo svetlobo in hrup, fitnes opremo in videoposnetke v sobi, zdrave prigrizke in menije v restavracijah ali zdraviliščih in telovadnicah na kraju samem. Partnerstva in sodelovanje med gostinskimi podjetji ter blagovnimi znamkami fitnesov, zdravilišč in drugih velnesov so vse pogostejše. Nastajajoči trend je sprejetje arhitektura dobrega počutja, biofilne zasnove in trajnostni elementi v celotni zasnovi nepremičnin.

- **Marriott** je ustvaril vrsto novih ponudb za zdravje in dobro počutje, vključno s programi za fitnes v sobi, poglobljenimi velnes umiki, zdravo hrano in možnostmi fitnesa na prostem.
- **Westin** je razširil popolnoma integrirano strategijo zdravja in dobrega počutja, ki obravnava **šest stebrov dobrega počutja** gostov (jesti, spati, se gibati, čutiti, delati in se igrati)
- **Hilton** je predstavil svoj program "**Pet korakov do fitnesa**", ki v sobah za goste ponuja več kot 11 različnih kosov fitnes opreme. Six Senses poudarja "**Eat and Sleep with Six Senses**", ki gostom omogoča, da se osredotočijo na kakovost spanja in zdravo prehrano.

Tehnologija, prodaja, izdelki in blagovne znamke Ker rutine s področja dobrega počutja postajajo vsakodnevni življenjski slog za mnoge potrošnike, izdelki in blagovne znamke spremljajo svoje stranke na njihovih potovanjih, da jim pomagajo nadaljevati te rutine, kamor koli gredo.

- **Westin Hotels** sodelujejo s podjetjem **Peloton**, ki je podjetje za vadbeno opremo in ponuja vadbe v živo ali na zahtevo.
- **Maloprodajna in produktna podjetja** kot **Lululemon** (atletska oblačila) in **Free People** (ženska boho oblačila) razširjajo svoje blagovne znamke, ki se osredotočajo na dobro počutje, v celovita izkustva in ponujajo velnes umike za svoje stranke.
- **ClassPass** omogoča dostop do različnih vadb, kot so joga, borilne veščine, pilates, ponuja pa tudi naročninske pakete za fitnes, ki strankam omogočajo različne tečaje v studiu. Trenutno se povezuje s turističnimi destinacijami kot nov način vključevanja v svet potovanja, dela in dobrega počutja.





Priložnost 4 Odgovoren in trajnostni turizem

Turizem dobrega počutja je odgovorna in trajnostna oblika razvoja v turizmu

Turizem dobrega počutja je okoljsko in družbeno odgovoren način trajnostnega razvoja turizma. Slednje je za turiste vse pomembnejši dejavnik, saj ne koristi le njim, ampak prebivalcem destinacij in preostalega sveta

Turisti dobrega počutja se želijo povezovati in sodelovati pri trajnostnem razvoju regij, ki jih obiščejo. Odgovorni turizem se je v zadnjih letih uveljavil, zlasti zaradi vedno večje zavesti javnosti, ki poudarja vpliv obiskovalcev na lokalne skupnosti in okolje.

Popotniki dobrega počutja bodo še naprej iskali in pričakovali zdrave sobe, hrano, dobrine in programe, vse bolj pa jih zanima tudi, kakšen vpliv imajo na okolje, ki ga obiskujejo in v katerem sodelujejo, kako ljudje v njem živijo in ali je za njih dobro poskrbljeno. Ob spoznanju, da je dobro počutje kraja DNK njegove pristne velnes ponudbe, več destinacij, regij, kot je Wellness Valley in Romagna, v Italiji **‘Prva svetovna regija dobrega počutja in kakovosti na svetu’** daje prednost dobremu počutju svojih prebivalcev in njihovem okolju, da ustvarijo svojo edinstveno ponudbo



in blagovno znamko dobrega počutja.

40% turistov je razkrilo, da je zaupanje v trajnostno poslovanje ponudnika potovanj pomemben dejavnik pri rezervaciji počitnic - v primerjavi s 24% v letu 2014
ABTA Report

Turizem dobrega počutja lahko destinacijam pomaga ublažiti negativne vplive množičnega ali prekomernega turizma. Ker popotniki turizma dobrega počutja pogosto dajejo prednost pristnim in edinstvenim doživetjem, je s strani destinacije manj pritiskov, da implementira strategijo, ki temelji na količini in ne na kakovosti in ceni. Če želimo vzpostaviti destinacijo dobrega počutja, morajo biti skupnosti in okolja, s katerimi sodelujemo, tudi "**dobro**". Gospodarstvo dobrega počutja v celoti vključuje potrošniško miselnost. Prihodnji velnes popotniki bodo osebno preobrazbo vse bolj povezovali s povezavami, ki jih izkušajo med potovanjem, in njihovim vplivom na ljudi in kraje, tako da bo velnes potovanje postalo dejanska dvosmerna izmenjava med popotniki in destinacijo, namesto enostranska potrošniška in poslovna transakcija. Ta razvoj potrošnikov, skupaj z razvojem turizma dobrega počutja, lahko igra pomembno vlogo pri blaženju negativnih vplivov prekomernega turizma v nekaterih priljubljenih destinacijah in regijah.

Primeri

Globalno Westin Hotels & Resorts so organizirali in sponzorirali aktivnosti, ki gostu omogočijo, da vrne destinaciji, kar je od nje prejel. Tukaj se izpostavlja primer **plogginga** (Švedska različica fitnesa, ki združuje pobiranje stelje in tek) ali povezovanje čiščenja plaž z aktivnostmi deskanja na deski. Westin je svoj osnovni koncept dobrega počutja nadalje razvil in predstavil ThreadForward program z namenom, da predela rabljeno hotelsko posteljnino v pižamo za otroke v stiski.

Irski Strandhill, Sligo je osupljivo obalno območje, obkroženo s čudovito pokrajino. Prejel je naziv **Wellbeing Destination via the EDEN Awards 2019**. Strandhill integrira trajnostna načela in načela podnebnih sprememb v vse svoje strategije, kot na primer trg hrane lokalnih ponudnikov, restavracije, deskanje, joga, uspešna kulturna scena in znamenita območja dediščine.





GO STRANDHILL
COUNTY SLIGO



Fáilte Ireland

Azori arhipelaški otoki so majhni in zelo predani trajnostnemu turizmu. Ljudje živijo zelo sproščen način življenja, ki vključuje dobro počutje in pustolovske izkušnje ter široko paleto akcijskih aktivnosti. Pred kratkim so postali prvi arhipelag na svetu z uradnim certifikatom za [trajnostno destinacijo](#) s strani *Earth Check/Global Sustainable Tourism Council* kot trajnostna destinacija za počitnikovanje, sklepanje poslov in življenjski slog. Azorske Terceira kolesarske počitnice (*Self-Guided*) se ponašajo s široko paleto možnosti za okolju prijazno preživljanje prostega časa in rekreacijo. Voda velja za dragocen vir, zato se goste in turistične vodnike spodbuja, da upoštevajo določena pravila, npr. pomivanje posode v posodi, namesto da pod tekočo vodo, za pohodništvo ali kolesarjenje naj se vedno uporablja biorazgradljivo milo, nikoli v bližini jezera ali reke, nikoli naj se ne vliva vode z oljem ali ostanki hrane v vodotok itd. Izleti spodbujajo tudi spoštovanje in zaščito favne in flore obiskanih krajev: živali naj se ne hrani in dotika, listja in cvetja naj se ne nabira.





Priložnost 5 Nadgradnja izkustva

Da bi izkoristile trend dobrega počutja, morajo regije najprej raziskati in razvijati obstoječe in potencialne izkušnje dobrega počutja v turizmu

Turizem dobrega počutja bo do leta 2022 rasel s povprečno letno stopnjo 7,5%, kar je precej hitreje od 6,4% letne rasti, predvidene za celoten svetovni turizem. Ta napoved rasti je dobro usklajena s pričakovano rastjo v mnogih sektorjih, ki se osredotočajo na dobro počutje in celostno zdravje (npr. Fitnes/um-telo, zdrava prehrana, organska hrana itd.). Vedno več potrošnikov povzema dobro počutje kot prevladujočo vrednoto življenjskega sloga.

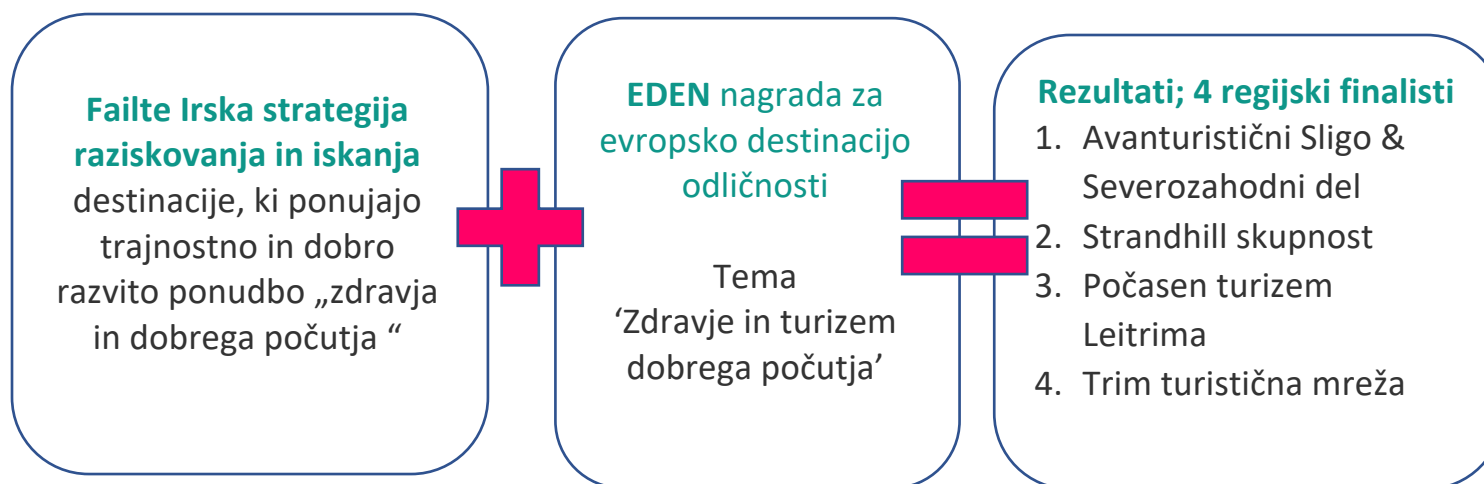
Sektorji in regije dobrega počutja sprejemajo dobro počutje za ključen dejavnik odločitev potrošnikov. Države si prizadevajo za to ključno gonilo obstoječih naravnih in umetnih virov blaginje ter turističnih virov. V fazi preiskave se pogosto spozna, kako lahko edinstvene destinacije ponujajo konkurenčno prednost in edinstvena prodajna mesta. Naslednje študije primerov dokazujejo, kako regije raziskujejo svoj sektor dobrega počutja in potencialne razvojne destinacije.





ŠTUDIJA PRIMERA Irska

Kako je Irska identificirala svoje destinacije dobrega počutja EDEN in usvojila nagrado odličnosti?



Pristop

Failte Ireland podeljuje 9. nagrado evropske destinacije odličnosti EDEN na temo Zdravje in Turizem dobrega počutja

Pristop Failte Ireland (Irska nacionalna turistična razvojna agencija) je uvedla tekmovanje za 9. evropsko destinacijo odličnosti EDEN, z namenom, da bi identificirali



in raziskali irske destinacije, ki ponujajo razvite trajnostne proizvode in izkustva s področja „zdravja in dobrega počutja“ kot potencial za povečanje števila obiskovalcev.

Regije in podjetja na **Wild Atlantic Way, Irelands Ancient East, Ireland's Hidden Heartlands in v Dublinu**, ponujajo različne aktivnosti in storitve s področja zdravja in dobrega počutja, vključno z jogo in meditacijo, športom in fitnesom ter prehranskimi programi.

Rezultat Failte Ireland je identificirala regije dobrega počutja z visokim tržnim potencialom in namenom nadaljnjega razvoja. Dve od teh regij dobrega počutja sta v County Sligo (ena regija se fokusira na avanturistični turizem, druga na turizem dobrega počutja), sledita Meath (avanturistični festivali in dogodki) in Leitrim (doživljajski avanturizem).

Primerne destinacije so bile destinacije z nizkim številom obiskovalcev; destinacije, kjer glavni turistični proizvod temelji na lokalnih in regionalnih komponentah zdravja in dobrega počutja, hkrati pa varuje okolje in zadovoljuje potrebe obiskovalcev in prebivalcev; in destinacije, kjer se turistična ponudba upravlja tako, da se zagotovi njena družbena, kulturna in okoljska trajnost.

Fiona Monaghan, koordinator aktivnosti pri Fáilte Ireland:

“Vedno več obiskovalcev si želi povezovanja z destinacijo in skupnostmi, ki ponujajo avtentično izkušnjo narave in lokalnih običajev. Turistične organizacije po vsej Irski sodelujejo z namenom, da bi skozi turizem svojim lokalnim območjem nudili družbene in gospodarske koristi.

Letošnja glavna tema zdravje in dobro počutje, bo dala destinacijam priložnost, da svoja prizadevanja na omenjenem področju pokažejo na evropskem podiju, zato jih intenzivno pozivamo, da se odzovejo vabilu”

Cilj pobude EDEN ni le povečati prepoznavnost manj znanih, a odličnih turističnih destinacij, temveč pomagati tudi drugim krajem, da čim bolj izkoristijo svoj potencial in razvijejo turistične storitve v skladu z načeli trajnostnega razvoja.

Upravičene destinacije:

1. Destinacija, ki je “majhna” ali “razvijajoča”, “izvirna” in “netradicionalna” (številk o prihodih obiskovalcev so nizke, v primerjavi z nacionalnim



povprečjem). Nacionalno povprečje je ocenjeno na 16,000 nočitev prekomorskih turistov letno.

2. Posebno ponudbo bi bilo treba izvajati vsaj od leta 2017.
3. Ponuja pristne turistične izkušnje.
4. Destinacijo predstavlja organizacija, ki ima zmogljivosti za trajnostno upravljanje turizma.
5. That has local authorities with a capacity in managing their own destination in a way to ensure social, cultural, and environmental sustainability.
6. Ima lokalne oblasti, ki so sposobne upravljati destinacijo na način, da zagotovijo družbeno, kulturno in okoljsko trajnost.
7. Destinacija ima agencije, nevladne organizacije ali organe, pristojne za varovanje in spodbujanje naravne in kulturne dediščine, ki bodo lahko implementirale trajnostne turistične prakse.
8. Destinacije, ki imajo dobro razvito ponudbo proizvodov s področja zdravja in dobrega počutja, ki je značilna za regijo.

Štiri destinacije – finalistke na Irskem so bile:

1. Adventure Sligo & Northwest Wellness (Sligo)
2. Strandhill Community Development Association (Sligo) (končni zmagovalec)
3. Slow Adventure Leitrim (Leitrim)
4. Trim Tourism Network (Meath)



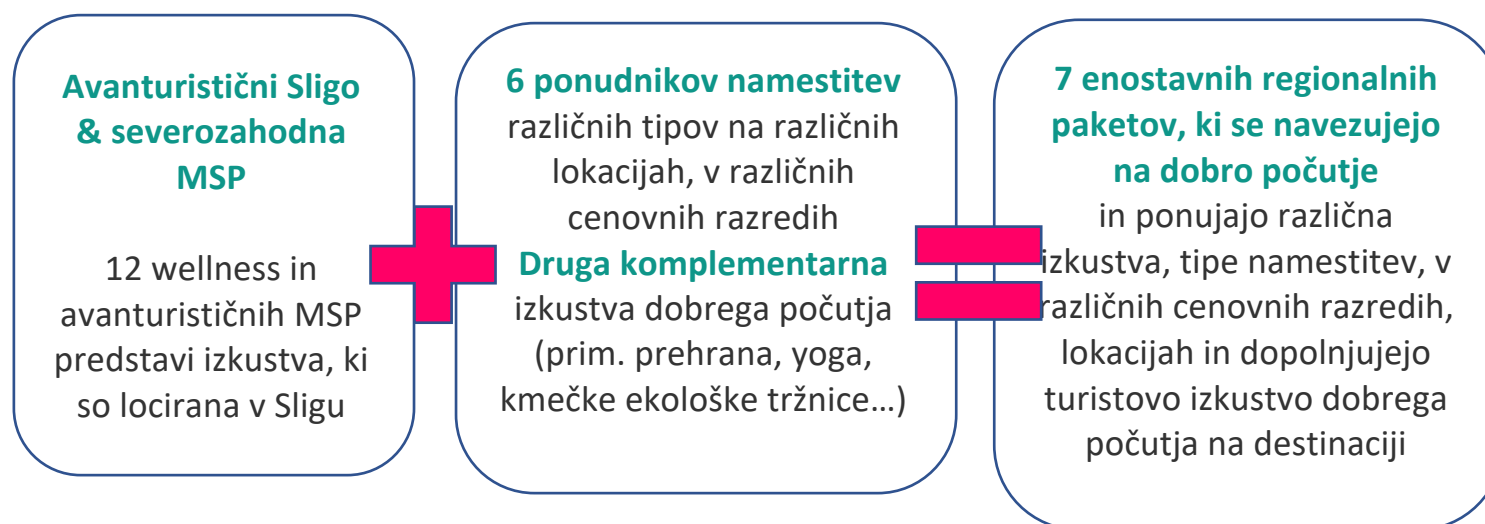
Fiona Monaghan, koordinator aktivnosti pri Fáilte Ireland:

“Veseli smo, da lahko naznamino štiri irske finalistke, ki so se uvrstili v tokratni EDEN izbor. Vsaka od prijavljenih destinacij v Sligo, Leitrim, in Meath je pokazala najboljše primere, kako lahko turizem zdravja in dobrega počutja prispeva k boljšemu počutju turistov in lokalnih skupnosti. Vse destinacije ponujajo različne aktivnosti s področja dobrega počutja, vključno z jogo in meditacijo, športom in fitnesom ter program prehranjevanja.

“EDEN tekmovanje je hkrati odlična priložnost za promocijo destinacij, ki se želijo uveljaviti na turističnem zemljevidu Irske, kot tudi odlična priložnost za promocijo trajnostnih podjetij, katerih ponudba presega sezonske okvire – slednej pa se odlično sklada z vizijo Fáilte Ireland’.



Pozicioniranje Sliga kot regije dobrega počutja

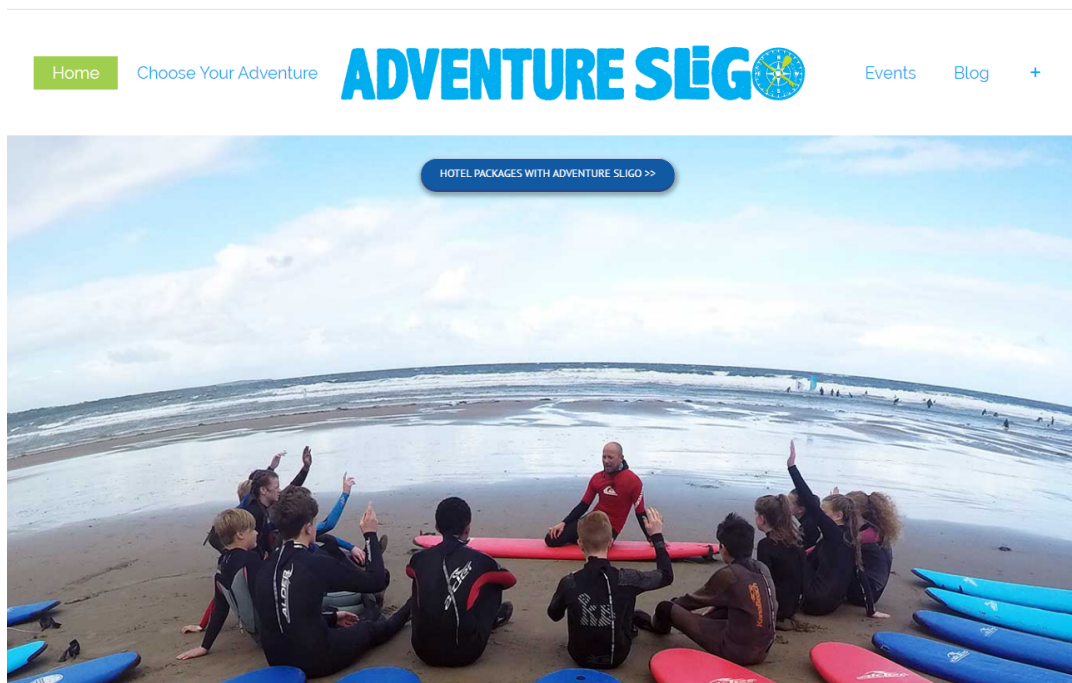


Pristop

V središču pozornosti je avanturistični Sligo & severozahodni Wellness (Sligo) kot Failte Ireland, udeleženka EDEN, kjer se združi 12 MSP za dobro počutje in avanturo

Opis Izkušnja dobrega počutja na destinaciji Sligo se osredotočajo na avanturistično ponudbo in njene blagodejne učinke, ki jih prinašajo takšne dejavnosti na prostem in v naravi. Podeželska pokrajina Sligo je polna naravnih lepot, dediščine in megalitskih najdišč, starejših od piramid in turiste navdihuje z vodenimi sprehodi ali kajakom s pustolovskimi izleti po severozahodu, podmornicami, kajakaškimi izleti ali dogodivščinami na vodi. Obiskovalci lahko izberejo irsko Table Mountain Benbulbin, megalitska najdišča v Carrowkeelu, prazgodovinske jame Keash, divjino gore Ox in še veliko več. Plezanje pa je v Carraigu prav tako izjemno zanimivo.

Osupljive plaže, ki se nahajajo na deskarski obali Wild Atlantic Way, so kot nalašč za deskanje, bodyboarding ali stoječe veslanje s pristaniščem SUP N Sail, Sligo Bay SUP, Sligo Surf Experience ali Strandhill Surf Experience. Svetovno znane plaže so Mullaghmore, Strandhill, Easkey do Enniscrone.



Pristop takoj, ko vstopite na spletno stran, ste pozvani, da izberete svojo avanturo dobrega počutja. Izbirate med številnimi izkustvi, ki so edinstvena zaradi destinacij, v katerih se nahajajo.

Dvanajst MSP s področja dobrega počutja je oblikovalo preproste dvodnevne pakete



dobrega počutja, kjer so lokalne hotelske nastanitve, vključno s hrano in drugimi dopolnilnimi izkušnjami ponujene po nižji ceni, ki ustreza potrebam na trgu.

1. [Carraig plezanje](#); plezanje, pohodniške ture, vodeni sprehodi po gorah, družine/skupine, izobraževalne izkušnje, hoja izven uhojenih poti, gore in skale
2. [Sligo izkustvo surfanja](#); deskanje, Wild Atlantic Way, 2,5 ure vodene izkušnje, oprema za deskanje, objekti na plaži Strandhill
3. [Strandhill surfanje](#); poletni surf kampi, varnost na oceanu, igre na plaži, eko sprehodi, lekcije deskanja/skupine/posamezniki, joga za deskanje in paketi.
4. [Dobro počutje v Warrior](#); joga, zabavni in vznemirljivi izleti, pustolovščine, pustolovske dejavnosti (pohodništvo, SUP, deskanje) in meditacija
5. [Wild West jadranje](#); Wild Atlantic Way, poldnevno/dnevno/večdnevno potovanje, Mullaghmore, Rosses Point, Lough Gill, Slieve League Cliffs, Tory Island, Broadhaven, Inisboffin, France and Scotland, trening navigacije.
6. [Sligo kajak tura](#); kajakaški izleti po obalnih ustjih, celinskih jezerih, nedotaknjeni naravi in svetovnih znamenitostih.
7. [Divja mokra avantura](#); vožnja s kajakom, vožnja s kanujem, SUP, sprehajanje po hribih, hoja, krmarjenje, lokostrelstvo, orientacija, tek na stezi, team building, pouk na vodi in vodeni sprehodi.
8. [SUP in jadranje v zalivu](#); Enniscrone, Quay Ballina, SUP trening.
9. [Severovzhodne ture avanture](#); vodeno kolesarjenje, pohodništvo, sprehodi po SUP, kolesarjenje in potapljanje
10. [Jahanje konjev](#); slikovite vožnje po plaži, pot 5 ur na dan ali 30 minut za otroke
11. [Ribarjenje](#); čarterski čolni, ulov rib, ekoturistična tura
12. [Poti ob morju](#); vodeni sprehodi po dediščini





Hall (1992, 151) analizira zdravstveni turizem v kontekstu pustolovskega in športnega turizma. Zdravstveni turizem je glede na svojo ponudbo primerljiv z pustolovskim in športnim turizmom.

Sligo avanturistični paketi

- **Jahanje po otoku Hlevi**, 2-dnevni paket/namestitev/5 ur jahanja
- **Izkustvo surfanja v Sligu**, 2-dnevni paket/namestitev /two uri surfanja
- **Divja mokra pustolovščina**, 2-dnevni paket/namestitev /večerni obrok, aktivnost po izbiri
- **Bojevnik dobrega počutja**, 2-dnevni paket/namestitev /yoga in izkustvo dobrega počutja
- **Sligo SUP po zalivu**, 2-dnevni paket /SUP učna ura
- **Avanturistični paketi**, 2-dnevni paket/namestitev /vodeno pohodništvo in kmečka tržnica

Oris 2 -dnevnega paketa z namestitvijo in pustolovskim izletom

- 2-dnevni paket/namestitev (B&B) hotel ob reki
- Vodeni pohodniški oddih, vzpon na tri ikonične vrhove Sligo Peaks (Benbulbin, Ox Mountains, in Knocknarea)
- obalna pot do kmečke tržnice Strandhill v hangerju za letala, nato sledi kosilo

Podrobnosti glej [paket](#)



Priložnost 6 Diferenciacija destinacije

Regije se lahko med seboj razlikujejo po razvoju svoje ponudbe izkustev, ki ustrezajo željam turista dobrega počutja

Prizadevanje, da bi se regije med seboj ločile pri oblikovanju ponudbe, ustvarjanju izkušenj gostov in ohranjanju pristnosti, za destinacije predstavlja nenehen boj. Od gospodarske krize naprej se ljudje vse bolj obračajo k zdravstvenim in velnes dejavnostim. Ponudniki so že izkoristili priložnost in v svojih destinacijah in regijah ponujajo privlačne pakete dobrega počutja. Ponudniki turističnih storitev, zlasti luksuzni hoteli, so hitro unovčili ta dejstva in trend in ustvarili paleto storitev dobrega počutja, kot so zdraviliške in zdravstvene nege, terapija pri delu, lepotni tretmaji, športni objekti, duhovne dejavnosti, masaže in rehabilitacijski programi itd.

Nova MSP, destinacije in ponudniki storitev svoje proizvode prav tako diverzificirajo v izkustva dobrega počutja. Kar zadeva raznolikost obstoječe ponudbe MSP, številne turistične izkušnje dobrega počutja niso vezane na specifično lokacijo, zato se je mnogim regijam enostavneje, da se prilagodijo človeškim virom in veščinam, dobrim praksam s področja dobrega počutja, tehniki in ponudbi.

Primeri: boot campi, meditacije in sproščanje v tišini, dejavnosti v naravi (na primer pohod na slikovito lokacijo za meditacijo) ali joga in tai chi na prostem. Takšnih veščin dobrega počutja se je mogoče naučiti, jih razviti in uporabiti za obstoječo dopolnilno ponudbo MSP in regije dobrega počutja v turizmu. Tvorijo super dodatno ponudbo, ki jo je mogoče uporabiti predvsem v zadnjem trenutku, čez vikende pa bo ponudba še naprej naraščala – ne zgolj za pare in dekleta, ampak vse pogosteje za družine (vključno z več generacijskimi družinami).

Preden destinacije in MSP razširijo svojo ponudbo in spremenijo in dopolnijo svoje proizvode v smeri prilagajanja trendu dobrega počutja, morajo najprej razumeti potrošnika - popotnika dobrega počutja.

Turizem dobrega počutja ni jasno opredeljen. V obzir je potrebno vzeti vse različne vidike velnes turizma in ekonomije dobrega počutja v kontekstu kategorij dobrega počutja, dejavnosti, izkustev ter vrst in tipov neposredno vpletenih podjetij in njihovih poslovnih priložnosti. Vlade in vladna telesa morajo raziskati svoje regije in razumeti njihove obstoječe vire, ki predstavljajo potencial za vzpostavitev produktov dobrega počutja. Le na tak način bodo lahko razvile in oblikovale destinacije in podjetja, ki zagovarjajo trajnosten, ekonomičen in družbeno uspešen način poslovanja. Preden se



karkoli od tega zgodi, pa je treba najprej razumeti primarnega in sekundarnega "popotnika dobrega počutja".

1. **Primarni popotniki dobrega počutja** njihov glavni motiv za izbiro destinacije je dobro počutje in ponudba slednjega na destinaciji. V skladu s to definicijo so ljudje, ki na destinacijo potujejo z namenom obiska velneškega resorta ali jogiji, ki obiščejo destinacijo z namenom, da se udeležijo počitnic namenjenih prakticiranju joge ali boot campa, primarni turisti dobrega počutja. V tem primeru gre običajno za velike privrženke in potrošnike proizvodov dobrega počutja, ki tudi sicer vzdržujejo zdrav življenjski slog, vedno iščejo ravnovesje med telesom, umom in duhom ter so socialno in okoljsko osveščeni. Ko taisti popotniki potujejo z namenom poslovnega obiska, bodo produkte dobrega počutja najbrž vključevali v svojo izbiro hotelov, restavracij, aktivosti itd.
2. **Sekundarni popotniki dobrega počutja** produkte dobrega počutja vključujejo v vsako svoje potovanje, vendar slednji niso glavni motiv njihovih potovanj (prim. nekdo, ki na potovanju obišče fitnes, gre na masažo, se zdravo prehranjuje). Nekateri sekundarni popotniki dobrega počutja se kasneje odločijo, da za svoje naslednje potovanje izberejo destinacijo dobrega počutja, saj njihovo zanimanje za proizvode dobrega počutja in izkušnje z njimi začno naraščati. Na primer, oseba, ki opravi dnevni obisk v savni v času družinskih počitnic (sekundarni popotnik dobrega počutja) bo morda naslednjič motivirana, da vikend oddih opravi v velnes resortu in na tak način postane primarni popotnik dobrega počutja.



Primary Wellness Tourists	Secondary Wellness Tourists
• Visiting a destination spa (such as Canyon Ranch, Rancho La Puerta, Chiva Som, Ananda, Gwinganna, SHA Wellness, Lanserhof, etc.) • Vacationing at a hot springs resort for a long weekend • Staying at an ashram for a meditation retreat • Taking a weekend spa trip for rejuvenation and stress reduction • Traveling to a wellness center for a full-scale executive health checkup • Taking a wellness cruise • Staying at an eco-spa or jungle spa resort for a week • Participating in a yoga retreat that includes healthy food and meditation in a natural setting	• A business or leisure traveler who actively seeks out healthy accommodations, food, and fitness options during a trip • A family that spends a day at a hot springs bathing establishment as part of a holiday trip • A vacationer at a beach resort who wants to visit the spa and salon a few times during the trip • A cruise tourist who specifically selects a ship with extensive spa, beauty, and fitness amenities • An adventure tourist who visits an eco-spa after a long day of hiking or biking • A tour group traveler who gets a Thai massage or reflexology treatment, or visits a hammam, as part of the tour experience

Source: Global Wellness Institute

‘Počasni avanturizem’ in počasno potovanje (‘Slow Travel’) sta nova tipa turizma dobrega počutja, ki sta vzniknili v zadnjih petih letih in sta opredeljeni kot „pospeševalca razvoja destinacije“.

Sedaj, ko poznamo termin ‘popotnik dobrega počutja’, bomo poskušali ‘počasni avanturizem’ razumeti s tega zornega kota in kot možnost za diferenciacijo ponudbe na destinaciji za primarne in sekundarne turiste dobrega počutja. Počasni avanturizem je sicer modernejši termin, ki je vzniknil v obdobju zadnjih petih let in ga je mogoče razumeti kot pomembnega soustvarjalca razvoja destinacij dobrega počutja za večino evropskih destinacij. Počasni avanturizem ima majhen negativni vpliv na okolje, privablja večje število turistov dobrega počutja, ki na destinaciji praviloma ostanejo dlje časa.

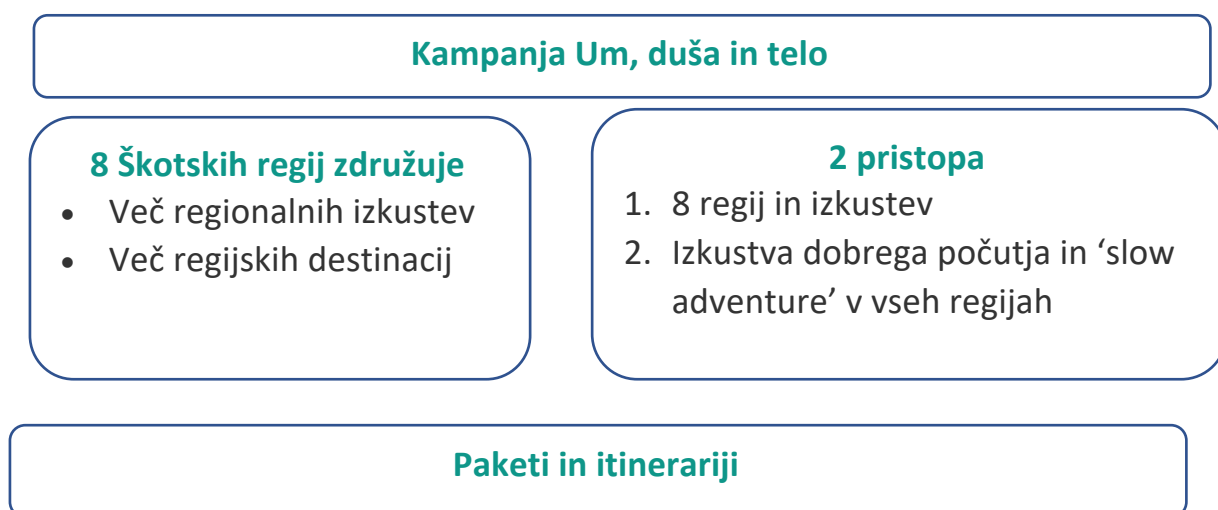
Slow Travel turisti so po navadi kategorizirani kot obiskovalci za krajši čas, kljub temu pa trend tovrstnih potovanj narašča, tudi v času korone, ko je več dela na daljavo in je tudi na destinaciji možno preživeti dlje časa (tudi po en mesec). Slow travel turisti si



želi raziskovati destinacijo, doseči osebni razvoj in v največji meri izkoristiti izkustvo dobrega počutja. Ker se napoveduje, da se bo ta tržna niša širila, bi tudi destinacije morale razširite ponudbo in možnosti dela na daljavo z namenom, da se privabi omenjeni segment. Naslednje poglavje obravnava primer dobre prakse Škotsko in Visit Scotland, ki je razširila svojo ponudbo 'počasnega avanturizma' v kontekstu turizma dobrega počutja.

PRIMER DOBRE PRAKSE Škotska

Škotska integrira kompanije za (počasni avanturizem) 'Slow Adventure' in 'Wellness za um, dušo in telo' v svoje destinacije in regije dobrega počutja



Pristop

Visit Scotland integrira 'počasni avanturizem' in 'wellness počitniško izkustvo' v kompanijo UK's Outdoor Capital z namenom, da se privabi turiste dobrega počutja.

Opis Škotska je znana po svojih slikovitih sprehajalnih poteh. Nekatere med njimi naj bi imele močno energijo. Škotska nacionalna turistična organizacija VisitScotland je začela svoj prvi spletni program, osredotočen na dobro počutje duha, telesa in duha, potem ko je raziskava, ki jo je naročila, pokazala, da skoraj tretjina ljudi v Veliki Britaniji meni, da je Škotska "idealna destinacija za wellness počitnice" (*Travel Andy News 2020*). Počitnice dobrega počutja vključujejo zdraviliške hotele, počitnice v tišini, nenavadna bivališča, eko nastanitev, počasna doživetja, otoške in obalne izkušnje.



Osredotočanje na teme duševnega telesa in duha želi privabiti obiskovalce, ki si tovrstnih izkustev želijo in jih iščejo.

Slow Adventure izkustva gorsko kolesarjenje in kolesarjenje, vodni športi, golf, ribolov, streljanje, otroške dogodivščine, zanimivosti, hoja, križarjenje in jadrnanje, dogodki, iskanje hrane, smučanje in deskanje na snegu, plezanje in alpinizem ...

Izkustva dobrega počutja sproščujoči umiki, muzeji in galerije, toplice in sprostitve, raziskovanje čudovite narave, joga, zgodovinske znamenitosti, kopanje v gozdu, edinstveni pobegi, sprehodi ob obali, umiki za lasten duhovni razvoj, kuhanje in uživanje zdrave hrane ...

Pristopi

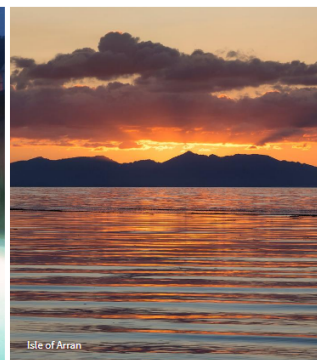
- **Kampanija Dobro počutje uma, telesa in duše**
- **Pristop 1** Kategorizacija glede na **8 Karakteristik destinacije**, komplementarno s Slow Adventure izkustvi in dobrim počutjem
- **Pristop 2** Kategorizacija dobrega počutja s Slow Adventure izkustvi: **Povezovanje z več destinacijami in regijami**
- **Paketi in itinerariji**, kjer so MSP osredotočena na izkustva dobrega počutja in počasni avanturizem v destinacijah, kjer so locirana.

VisitScotland, Škotska krovna turistična organizacija je maja 2019 objavila svoj prvi spletni vodnik in itinerar, namenjen zdravju in dobremu počutju.

Na Škotskem povpraševanje po "wellness" počitnicah in produktih dobrega počutja narašča (*BBC News 2019*), saj velja za 'Green getaway' za popotnike, ki so okoljsko osveščeni. Raziskava Visit Scotland je pokazala, da skoraj tretjina ljudi v Veliki Britaniji (32%) dojema Škotsko kot idealno destinacijo za počitnice dobrega počutja. Od 11,8 milijona obiskovalcev na Škotskem, jih je četrtnina (26%) takšnih, kjer so popotniki pred tem že bili na vsaj enem velnes dopustu. Nova študija je tudi pokazala, da 31% anketiranih pravi, da za svoje zdravje skrbijo tako, da so fizično aktivni, 32% pa jih skrbi tudi za svoje duševno zdravje, kar kaže, da menijo, da je njihovo duševno zdravje enako pomembno kot njihovo fizično zdravje. Na vprašanje, da izberejo tri najboljše razloge za dopust ali kratek oddih, je tretjina (33%) Britancev, ki je bila v zadnjih dveh letih na dopustu v Združenem kraljestvu, dejala, da so to storili, z namenom ' odklopa od vsakdanjega življenja '. Odstotek je bil višji pri ljudeh, ki imajo otroke (39%).



WELLBEING HOLIDAYS FOR THE MIND



Kampanja Dobro počutje uma, telesa in duše

VisitScotland Vodnik

Primer 2-dnevni izlet: izkustvo dobrega počutja in počasnega avanturizma

Čarobni gozdovi v Pitlochryju v Perthshireu ponujajo pobeg ob lučeh in glasbi, oboje pa je namenjeno sproščanju. Spanje v cerkvi je zanimiva alternativna dejavnost, ki jo lahko preizkusite v tej deželi starih opatij in kirkov (cerkva).

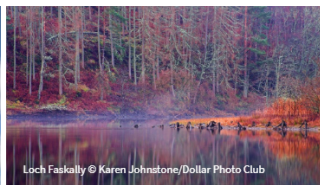
Tipičen dan bi lahko bil umik na otoku Arran za jogo, Tai Chi in meditacijo ali obisk budističnega templja Kagyu Samye Ling v Dumfriesu in Gallowayu z tibetansko meditacijo. VisitScotland je predlagal starodavne kamne Calanais, the Ring of Border in zgodovinske opatije, vključno s slavno opatijo Melrose, kjer poročajo o močnih duhovnih vibracijah.

Drugi dan se lahko posvetite telesu. Tisti, ki si želijo dobrega počutja, bi se lahko odpravili na prosto in raziskali nekaj najbolj mirnih točk na Škotskem - kajak na enem od jezer, se povzpeli na goro ali se sprehodili ob plaži. "Gozdno kopanje" za sprostitev v enem od gozdnih parkov predstavlja zanimiv predlog za vse, željne sprostitve.

Pobegnite hitremu vsakdanjiku z obiskom Škotskega visokogorja 'Highlands', a potepanjem po muzejih in galerijah ali nočitvijo v čudovitem zdravilišču? Po celotni deželi je veliko zanimivosti in lokacij, ki vam bodo pomagale sprostiti um in se pomladiti.
(VisitScotland)



✂ WELLNESS RETREATS FOR THE BODY



Raztegnite svoje noge, raziskujte miren in čaroben gozd, vdihnite svež morski zrak in uživajte v številnih vodnih športih. Odpravite se na podeželje in raziščite nekaj najbolj spokojnih mest na Škotskem, ali pa si postavite za izziv, da se povzpete na Munro, ali pa se preprosto sprostite na sprehodu od slikovitem jezeru.
(VisitScotland)

✂ WELLNESS BREAKS IN SCOTLAND FOR THE SOUL



Raziščite čarobne točke po vsej deželi, ki vas bodo navdušile in v vas prebudile željo po ponovnem obisku in nadaljnjih odkrivanjih. Od najbolj atraktivnih lokacij na Škotskem in starodavnih stoječih kamnov izpred 5000 let, do mirnih gozdov, idealnih za meditacijo in refleksijo, možnost taborjenja v starodavni cerkvi – na Škotskem povsod najdete nešteto možnosti za duhovno poglobitev.
(VisitScotland)



Kategorizacija po 8 regijah glede na izkustva dobrega počutja in 'Slow adventures' - počasnih dogodivščin

Spodnji pristop se najprej osredotoča na različne regije, nato na značilnosti destinacij, nato se uskladijo izkustva dobrega počutja, ki se dopolnjujejo in jih je mogoče zlahka vključiti v ponudbo tiste destinacije. Ponudba destinacije se nato združi v uravnotežen celosten proizvod. Mogoče je opazovati, kako ima vsaka regija portfelj, ki zajema vsaj šest različnih vrst izkustev z vključenimi nastanitvami in drugim itinerarijem, tako da ima obiskovalec možnost izbire, ali bo bival v hotelu ali glampingu: za obisk destilarne ali jame, jadranja ali drugih dejavnosti, kot je na primer joga. ([Povezava](#))

Karakteristike regije in destinacije	Izkustva dobrega počutja in 'Slow adventures' - počasnih dogodivščin
Aberdeen za Obalo in kulturo	Izkušnje vključujejo obisk osmih destilarn, središče mesta, umetniške prizore, bivanje v hotelu in opazovanje obalnih delfinov
Highlands za Oddih v naravi in divjino	Izkušnje vključujejo obisk Beinn Eighe (gora z več vrhovi), sprehod po Glen Torridon, geologijo in bivanje v koči.
The Small Isles za Oddih na otokih in avanture za dušo	Izkušnje vključujejo grad Kinloch, obisk divjine, morske galebe, zaliv Kilmory in pristanišče
Dumfries and Galloway za Izkustvo Glampinga	Izkušnje vključujejo podeželje, hribe, globoke gozdove, odkrivanje sebe, vrnitev k osnovam kampiranja in glampinga (eko, tipi, wigwam) na plaži ali v gozdu
Beaches za Pobeg na morje	Izkušnje vključujejo jadranje in odkrivanje otokov
Abernethy Wellness umik za Doživetje digitalnega razstrupljanja	Izkušnje vključujejo 'We Love Retreat in Abernethy' (udobne koče, yoga in meditacija); EcoYoga (reka, kopanje in razgledi in kopanje v Argyllu); Moniack Mhor za popolni oddih.
Scottish Coastal Towns	Izkušnje vključujejo East Neuk of Fife, jame, Elie Chain pohod, Ship Inn pub, Fife Coastal Trail in



	čokoladno kavarno v Pittenweem
<u>West Island Way</u> za manj raziskane daljše pohodne poti	48 km izven uhojenih poti v dveh dneh, da obhodite celoten otok Bute. Edinstvene znamenitosti vključujejo grad Rothesay in goro Stuart.



Kategorizacija glede izkustva dobrega počutja in 'Slow adventures' - počasnih dogodivščin, nato glede na lokacijo na Škotskem

Spodnji pristop se osredotoča na različne vrste izkustev dobrega počutja in počasne pustolovske izkušnje, nato pa jih v integriran proizvod poveže z destinacijami in regijami, kjer se nahajajo, pogosto z več regijami.

Izkustva in regije	Dobro počutje, Slow Adventure izkustva
<u>Kolesarjenje po Škotskem visokogorju in dolinah</u>	Dumfries in Galloway gozdni park (dom 250 jezer, gozd, hribi), vrhunske steze za gorsko kolesarjenje na Glentroulu; Big Country Route, divjina, eco-



	boths s kajaki in leseno masažno kadjo
Sprehod v somraku na Orkney	Noči v Orkneyju, tiha šetlandska pokrajina, doživetja otoka, sončni zahodi, Brough of Birsay Causeway, ruševine, svetilnik Stevenson.
Spa na kolesih	Luksuzno potovanje po železnici po podeželju, razkošni zdraviliški tretmaji, sobe izdelane iz trajnostnega lesa in dvoposteljne sob za zdravljenje
Križarjenje po Kaledonijskem kanalu	Tradicionalni oddih z barko, veličasten Veliki Glen, izkrcanje in raziskovanje, sprehodi, vožnje s kolesom in izleti s kajaki
Lov na večerjo v Škotskem visokogorju	Izkušnje lovcev in nabiralcev z Wildwood Bushcraft, bivanje na kmetiji, izkušen vodnik, ustvarite si naravno, hranljivo in trajnostno pojedino, kuhano ob tabornem ognju, tečaji na Bluebell Croft npr. prekajanje mesa.
Golf ob polnoči na Shetlandu	Igrišče za golf z 18 luknjami, tekmovanja, dih jemajoča pokrajina ob obali, Shetland Lake Experience (7-dnevno potovanje pod vodstvom lokalnih naravoslovcev, ki raziskujejo arhipelago)
Zaživi podeželjsko življenje	Škotska kmetija, stoletna kmečka hiša, pridelujejo lokalne pridelke, doma pripravljene jedi, tečaje, družinam prijazne dejavnosti, vožnje in kolesarske poti, dramatična obala Aberdeenshire, doline Speyside, bogata z viskijem
Po afriški Kintail poti	Pot za sprehod/kolesarjenje/tek, je bila zgrajena leta 2015, 44 milj po zahodni obali, dramatični utrinki Glen Affric, Old Drivers RoD, borovi gozdovi, umirjena jezera, vrhovi Beinn Fhada in Five Sisters
Križarjenje na St Kilda	6-dnevno križarjenje med štirimi otoki (Scarp, Taransay, Monarch in Flannan), strme pečine, Unescova svetovna dediščina, po otoku z MV Cumo, po neuhojenih poteh, opazovanje kitov,



Kako Škotska MSP ustvarjajo pakete in itinerarije, ki vključujejo izkustvo dobrega počutja in 'Slow Adventure' izkustvo znotraj svoje regije

Ustvarjanje paketa dobrega počutja je lahko zahtevno, saj vključuje ponudbo destinacije, povpraševanje, sezonskost, ceno, trajanje potovanja, dodatke, nastanitvene zmogljivosti, komunikacijo in druge komponente paketa, ki jih je potrebno uskladiti. Zaradi osupljivih naravnih danosti in številnih lokacij in zmogljivosti, ki so že samo po sebi namenjene sproščanju, je pakete dobrega počutja in počasnih pustolovščin na Škotskem lažje vzpostaviti. Pakete, ki so navedeni spodaj, je mogoče prilagajati glede na vsebino, ne pa na določeno lokacijo ali cilj potovanja.

(Celoten seznam potovanj najdete [tukaj](#))

- 8 dni/Fitness Boot Camp za izgubo teže na podeželju
- 5 dni/1 na 1 čuječnost
- 3 dnevi /Zasebni tečaj joge v nacionalnem parku
- 3 dnevi /Eco namestitev na kmetiji z jogo
- 3 dnevi /Wellness in razstrupljanje
- 2 dni/Zdravilno svetišče
- 4 dnevi/ Prebujanje duše z vegansko prehrano
- 3 dnevi/Luksuzni Glamping z jogo
- 3 dnevi /Čuječa umetnost
- 22 dni/Razstrupljanje na kmetiji



Priložnost 7 Diverzifikacija izkustev

Že vzpostavljeno izkustvo dobrega počutja se mora neprenehoma prilagajati in diverzificirati, da ostane konkurenčna in v koraku s časom in trendi na področju dobrega počutja

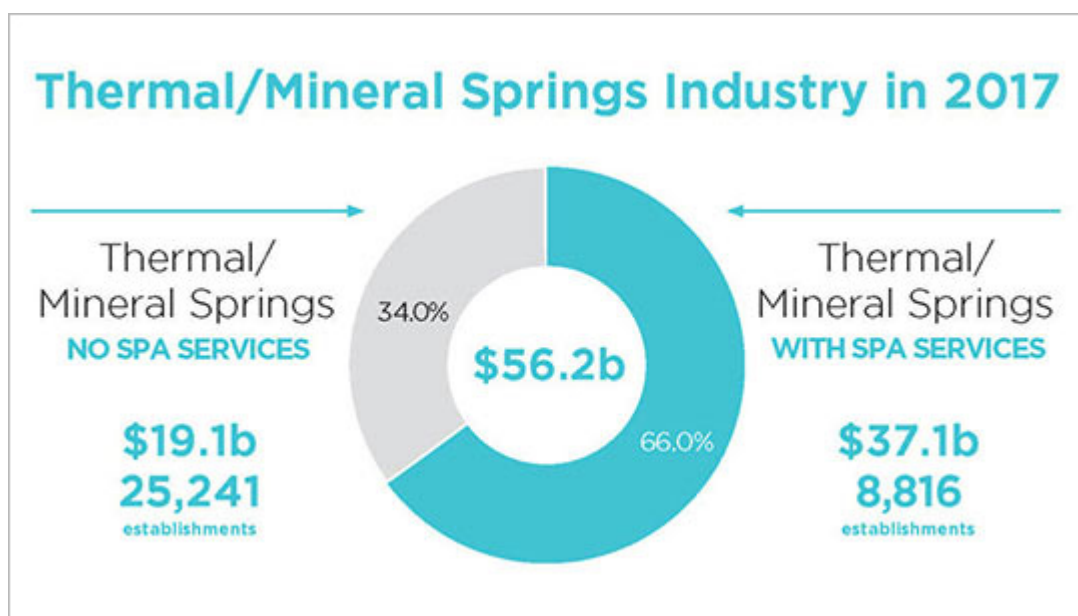
Zdravilišča so na zelo konkurenčnem in volatilnem turističnem trgu uspela preživeti tako, da so se preusmerila.

"Današnji zdraviliški turizem je prevzel podobo izvirnih in klasičnih" term "skupaj s široko paleto različnih storitev, kjer voda zaradi svojega organskega odnosa s človekom, ostaja eden od osnovnih elementov, čeprav se uporablja na različne načine, z različnimi cilji in z novimi tehnikami" (*Gustavo, 2010*). Po drugi strani lahko "zdraviliško" doživetje temelji le na enem od štirih elementov dobrega počutja (telesna aktivnost, duhovna aktivnost, osebna sprostitev ter zdrava in naravna prehrana), v nasprotju s to idejo pa velnes ne more delovati, če manjka vsaj eden od teh elementov

Zdravilišča Zdraviliški sektor se je v letih 2015–2017 letno povečeval za 9,9 odstotka, leta 2022 pa naj bi dosegel 128 milijard dolarjev. Leta 2017 je bilo več kot 149.000 zdravilišč, ki so skupaj zaslužila 93,6 milijarde dolarjev prihodkov in zaposlovala skoraj 2,5 milijona delavcev. Prvih pet najpomembnejših trgov predstavljajo ZDA (20,8 milijarde USD), Kitajska (8,2 milijarde USD), Nemčija (6,7 milijarde USD), Japonska (5,7 milijard USD) in Francija (3,6 milijarde USD). GWI predvideva, da bo industrija za zaposlovanje tega hitro rastočega svetovnega zdraviliškega segmenta do leta 2022 potrebovala dodatnih 300.000 usposobljenih zdraviliških terapevtov in 54 000 izkušenih direktorjev zdravilišč. GWI *Global Wellness Economy Monitor* (Oktober 2018, s podatki za leto 2017).



Termalna/mineralna zdravilišča Sektor termalnih zdravilišč se je v letih 2015–2017 letno povečeval za 4,9 odstotka, po napovedih pa naj bi leta 2022 dosegel 77 milijard dolarjev. V 127 državah deluje približno 34.057 termalnih/mineralnih vrelcev. Podjetja s termalnimi/mineralnimi izviri so v letu 2017 zaslužila 56,2 milijarde dolarjev prihodkov, zaposlovala pa je približno 1,8 milijona delavcev. Industrija termalnih/mineralnih vrelcev je močno koncentrirana v azijsko-pacifiški regiji in Evropi, ki skupaj predstavljata 95 odstotkov prihodkov celotne industrije in 94% vseh podjetij. Najbolj priljubljeni trgi so Kitajska (17,5 milijarde USD), Japonska (12,8 milijard USD) in Nemčija (7,2 milijarde USD).



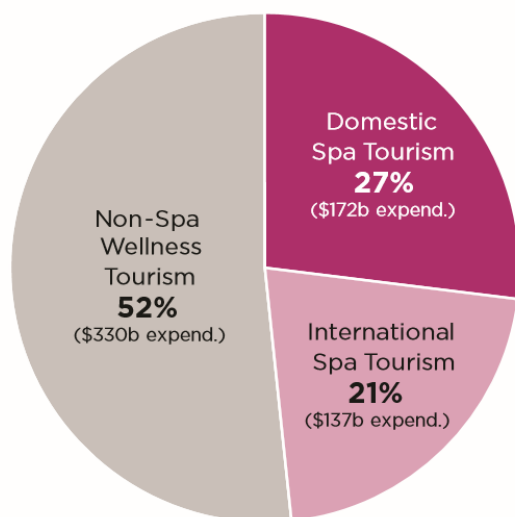
S tem, ko se velnes industrija razvija, se bodo morali Spa ter termalna/mineralna zdravilišča prilagoditi in diverzificirati svojo ponudbo. Zdravilišča se zavedajo, kako pomembno je slediti trendom in svojo ponudbo uskladiti z zdravim načinom življenja, svojim strankam pa ponuditi večjo izbiro in diverzificiran proizvod. Nekatera zdravilišča tako širijo celotno paleto svojih zdravstvenih in preventivnih storitev, ki zajemajo prehranske nasvete, terapijo spanja, zvočno terapijo, analizo črevesnih mikrobov, zdravljenje z energijo, solne jame, lepotne tretmaje, reiki, flotacijske posode itd. Drugi se prilagajajo trendom dobrega počutja in zdravljenja iz različnih tradicij in kultur: finske savne, japonski onsens, turški hamami, tradicionalna kitajska medicina in ajurveda – ponudbo, ki ni več omejena na svojo državo ali regijo izvora.

Zdravilišča se odzivajo tudi na naraščajočo potrebo po boljšem duševnem zdravju in zmanjševanju stresa, skupaj z vedno večjim zanimanjem za podporo vedenjskim spremembam, ki bodo vodile k bolj zdravemu, uravnoveženemu in izpolnjenemu življenju gostov. Za dopolnitev telesnega/energetskega dela in tovrstne ponudbe



mnoga zdravilišča v svojo ponudbo vključujejo vedno bolj prilagojene storitve, kot so ocene prehrane, individualno svetovanje/svetovanje, celostni osebni načrti dobrega počutja, coaching itd. dejavnosti na prostem (pohodništvo, kolesarjenje, hoja ...) počasne pustolovščine (vožnja s kajakom, vožnja s kanujem, iskanje hrane ...) kultura, dediščina, zabava, festivali in dogodki, izkušnje v lokalni skupnosti in še veliko več, kar je v skladu z trendi dobrega počutja.

Spa Tourism Represents About 48% of Global Wellness Tourism Expenditures



Source: Global Wellness Institute

V številnih zdraviliščih poteka prenova objektov in prav tako ponudbe v smeri, da bo ta odražala preference gostov, na primer željo po skupnosti (npr. Ustvarjanje vzdušja klubov in skupinskih programov in razredov, ki olajšajo povezave med gosti); izkušnje medgeneracijskega sodelovanja in tovrstnega dobrega počutja (npr. načini »boljšega staranja«; zdraviliški tretmaji, tečaji in dejavnosti za otroke/najstnike); voda za zdravljenje (npr. hidroterapija, Watsu, terapevtsko termalno/mineralno kopanje in zdravljenje); in vključevanje narave za izboljšanje občutka dobrega počutja (npr. kopanje v gozdu; uporaba naravnih, organskih in lokalnih sestavin; biofilna zasnova objektov). Poglejmo si поблиžje sektor zdravilišč in termalnih/mineralnih vrelcev kot ključnega dejavnika odločanja za turistične trge.

Tudi regije, ki nimajo obstoječih zdravilišč, termalnih ali mineralnih izvirov, lahko sledijo istim trendom, vendar morajo razviti svojo ponudbo t.i. "trdega velnesa" in "mehkega velnesa"; „Trd velnes“ ali umetne dejavnosti; (savne, masažne kadi z zdravilnimi minerali, umiki, sproščujoči prostori) je potrebno združiti z „mehkim velnesom“; zdraviliške tretmaje (nego obraza, masaže); (Reiki, akupunktura,



refleksoterapija) poučevanje razredov; (prehransko kuhanje, joga, tai chi) izvajati etiko in prakso dobrega počutja; (okolju prijazno recikliranje, ponovna uporaba vode), kar pripisujejo razvoju zdravilišč in dobrega počutja. V nadaljevanju sledi primer, kako je Slovenija sprejela in razširila svojo ponudbo starejših zdravilišč, termalnih in mineralnih vrelcev v modernejšo različico "dobrega počutja" in "velnes" izkušnje.

'HARD'WELLNESS  • Treatment rooms • Beauty clinic / salon • Gym • Spa Facilities (swimming pool, hydrotherapy pool, jacuzzi, hot tub, sauna, steam room, experience showers, hammam) Hotel brands that are known for their best in class spa assets include: • Six Senses • Aman • Banyan Tree	'SOFT'WELLNESS  • Wellness experiences (yoga classes, running groups) • Product choices (in spas and bedrooms) • Environmental considerations (attitude to recycling/ re-using, water consumption) • Physical environment (air quality and temperature, natural light) • Ambience and architectural design (impact of buildings on mental health) • Health and diet considerations in food and beverage provision throughout (restaurant, bar, in-spa, within bedrooms) • Self-care (provision of apps for mental health / relaxation, yoga mats with on-line tutorials) • Social engagement (opportunities to engage with other guests or local residents in shared healthy or creative activities) Hotels that have adopted an asset-light approach to wellness include: • Even Hotels by IHG (in-room fitness equipment and workout videos, health food restaurants) • Locke by SACO (curated local activities and free yoga classes)
---	--

[Avison Young](#), The Future of Wellness in Hospitality

PRIMER DOBRE PRAKSE Slovenija

Slovenija diverzificira svojo dobro razvito zdraviliško dejavnost v nepozabno izkustvo dobrega počutja

Najboljša slovenska zdraviliška ponudba se diverzificira v različne nepozabne tretmaje dobrega počutja

Opis Slovenija, dežela voda in zdravilišč. Slovenija ima spektakularne gore, zelene gozdove, smaragdne reke, raznolik podzemni svet in očarljivo obalo v kombinaciji z

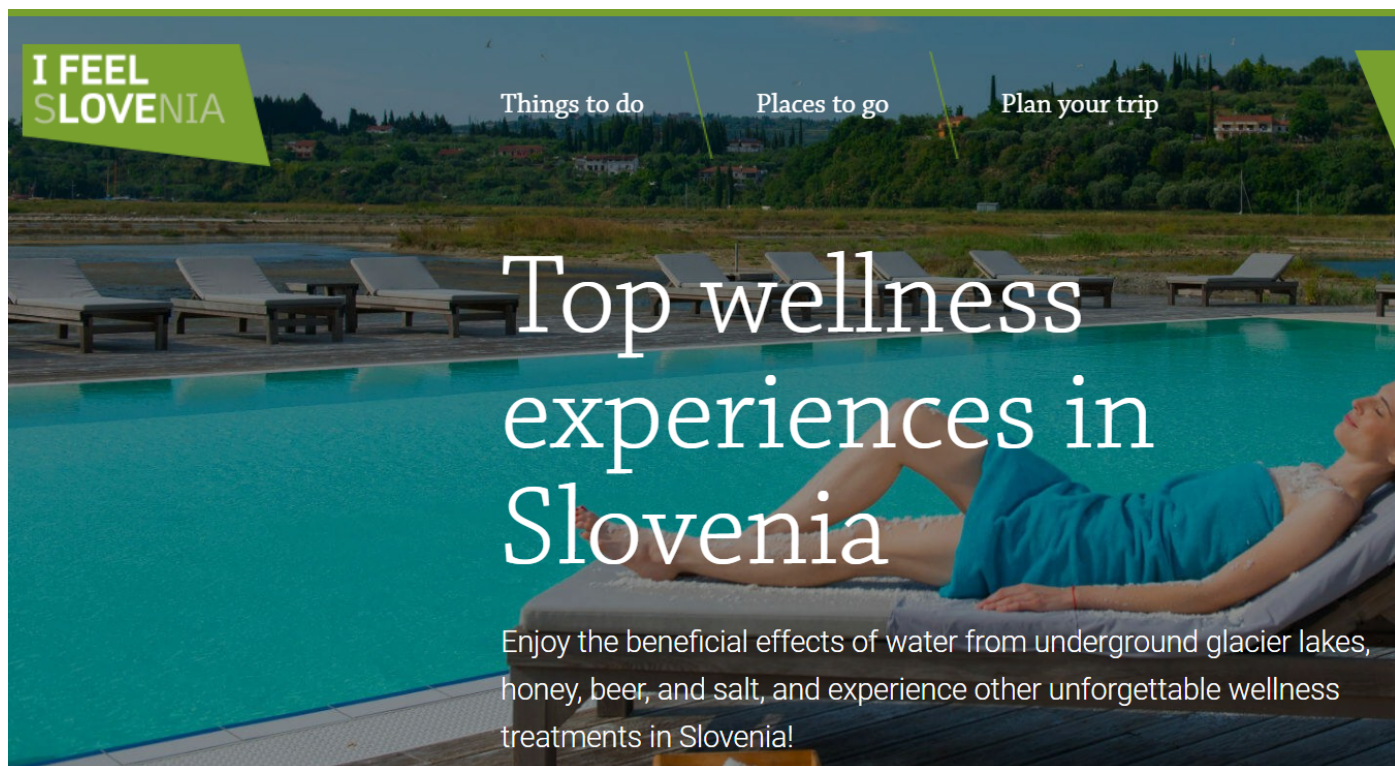


bogato zgodovino, slikovitimi vasicami in živahnimi mesti. Slovenija je ena najbolj biološko raznolikih držav na svetu; več kot polovico države pokrivajo gozdovi.

Njeni termalni in mineralni izviri so vir zdravja in dobrega počutja. Samo **termalnopanonska Slovenija** se ponaša s kar **13 naravnimi zdravilišči** v bližini termalnih vrelcev sredi vinorodnih gričev.

Statistika zdravilišč Zahvaljujoč svoji široki ponudbi so slovenska zdravilišča v letu 2012 zabeležila 786.700 obiskovalcev in 3.090.900 prenočitev (leta 2000 je bilo 430.500 obiskovalcev in 2.117.900 prenočitev). Tuji gostje predstavljajo 43% turističnega prometa. Največ tujih obiskovalcev prihaja iz Italije, Avstrije in Nemčije (Statistični urad RS, Statistični letopis 2013).

Nov pristop je integriral obstoječo ponudbo savn, mineralnih vrelcev in termalnih vrelcev v novo kampanjo dobrega počutja - 'Selfness'. Ponudbo so popestrili z razvojem novih in edinstvenih savn ter razvojem velnes doživetij.



Slovenski velnes z razvajanjem obsega programe sprostitve in zdravljenja, vključene v "[Selfness Program](#)". Obiskovalci spoznajo in zaživijo življenjski slog, ki v središče postavlja telesno in duševno zdravje ter dober pretok energije. Sprostijo se lahko z velnes izkušnjami in se poživijo s selfness programi. Pet ključnih področij je vključenih v Selfness kampanjo, ki se osredotoča na;



- **Sprostitev, udobje** – različne masaže in kopeli, vadbe joge, pilates in tai chi. Obiskovalci se lahko sprostijo v čudovitih zeleni okolici slovenskih zdravilišč, ki so pogosto odlična lokacija za sprostitvene vaje. Velnes doživetja vključujejo posebno jogo smeha, dihanje in sprostitvene vaje na morski obali, boste hoje po senzoričnih poteh in obisk energijskih točk.
- **Duh & um** – družabni in kulturni dogodki, ogledi znamenitosti, delavnice, predavanja itd. Dejavnosti v naravi, kjer lahko gostje najamejo palice za nordijsko hojo in se nordijske hoje naučijo izvajati na posebej za to uhojenih poteh z inštruktorjem. Najamete lahko tudi kolo in zunanje prostore za različne dejavnosti, ki so na voljo v bližini. V bližini igrišč za golf je sedem zdravilišč.
- **Zdravje** – wellness storitve, povezane s tradicionalno medicino in lepotnimi klinikami
- **Zdrava, vitalna kuhinja** – izbor različnih vegetarijanskih in makrobiotičnih diet
- **Lepota in kozmetika** – storitve v lepotnih centrih, kozmetične masaže, pedikura, manikura in frizerski saloni

Nove in drugačne tehnike razvajanja in dobrega počutja

1. **Ledenikova voda** Uživate v blagodejnem razvajanju v ledeniški vodi iz podzemnih ledeniških jezer v hotelu Špik Hotel v Gozdu Martuljek. Privoščite si masažo z ledeniško vodo ali plavajte v ogreti vodi ledenika, da navlažite, osvežite in pomirite kožo.
2. **Občuti zdravilno moč zelišč** V Thermalium wellness izdelajte negovalna olja za piling tretma obraza in si privoščite masaže z zelišči z lokalnega travnika
3. **Razvajanje s pivom** v Thermani Laško lahko sami občutite pozitivne učinke sestavin piva. Pomirja telo, neguje kožo in ohranja njeno vitalnost.
4. **Medeni luksuz za dobro počutje** Čebelarstvo ali čebelji vosek pomaga pri zdravljenju revmatizma, spodbuja krvni obtok, razstruplja, krepi imunski sistem in ohranja mladosten videz.



5. **Pohorje za zdravje in dobro počutje** v gozdovih Pohorskega hribovja v visokogorju edinstvena pohorska šota blagodejno vpliva na vaše zdravje in počutje.
6. **Vinska savna** v Arena Hotelu v Mariboru in na Termah Ptuj se sprostite v posebej prilagojenih sodih za vinsko savno. Privoščite si masažo z vinskim oljem v glamping **Vinski vasi v Termah Ptuj**



Nova in drugačna doživetja savn

Slovenija ima več kot 130 zdravilišč in letovišč in prav toliko različnih vrst velnes izkustev. Glavni namen savne je povzročiti telesno reakcijo znojenja in pregrevanja telesa, kar ima za posledico odstranjevanje škodljivih snovi iz telesa, uravnoteženje presnove, čiščenje kože, krepitev imunskega sistema ter izboljšanje spanja in razpoloženja.

- **Ledena savna** Pred vstopom v savno si telo osvežite z ledom, da odprete pore in se vaša koža v savni bolje očisti.
- **Medene savne** (Terme Topolšica, Thermana Laško)
- **Čokoladne savne** (Atlantis Water City, Terme Paradiso)
- **Vinska savna** (Arena Hotel Terme Maribor)
- **Piranske slane savne** (Strunjan in Terme Portorož)
- **Pohorske zeliščne savne** (Terme Zreče, Terme Snovik)
- **Blatne savne** (Terme Topolšica, Terme Ptuj)
- **Sanitarium ali biosavne** Kombinacija savne in parne sobe daje občutek, kot da ste v tropskem deževnem gozdu (Terme Olimia in Rogaška Wellness Center)
- **Kristalne savne** zdravstvena izkušnja z uporabo učinkov negativnih ionov (Terme Čatež, Terme Lendava, in Terme Dobrna)



- **Kromoterapije** v savnah z uporabo svetlobe in barv vplivajo na vaše zdravje in dobro počutje. Kromoterapija je barvna terapija (Terme Dobrna Spa, Rimske Terme Spa)
- **Volkanska savna** Terme Banovci
- **Rimska savna ali Caldarium Sauna** namenjena druženju, pogovorom in pripravam na nadaljevanje doživetja savne. Temperatura je precej nižja kot v drugih savnah (Terme Ptuj in Rimske Terme)
- **Japonska savna** V Dolenjskih Toplicah lahko uživate v wellness tretmajih po tradicionalni japonski metodi. Japonska kopel za potenje vas bo pomirila in vam pomagala na poti do notranjega ravnovesja.
- **Ledena java** za ohladitev po savnanju (Terme Portorož Spa in Terme Ptuj Spa)

Priložnost 8 Ponudba za najnovejšega nišnega popotnika

Delo na daljavo predstavlja novo priložnost za ponudbo dobrega počutja!

Dandanes, predvsem po obdobju korone, vedno več ljudi hkrati potuje in dela od doma. Iz tega razloga je „Popotnik dobrega počutja/delavec na daljavo“ tako postaja nova visoko donosna tržna niša, kjer popotnik nočitve koristi daljši čas, na okolje ima majhen negativen vpliv, običajno koristi proizvode dobrega počutja, turizma, avanturizma in počasnih doživetjih.

Turizem dobrega počutja in Slow Adventure – počasne dogodivščine in avanture predstavljata nov način potovanja, dela in pogleda na dejavnost dobrega počutja. Turistične destinacije dobrega počutja, zlasti tiste s ponudbo za slow adventure, ljudem v času dela, nudijo in omogočajo stanje duševnega in fizičnega ravnovesja. Regije morajo nenehno raziskovati, kaj je tisto, kar nagovarja njihove ciljne stranke, in iskati nove načine, kako se ločiti od konkurentov v tem hitro razvijajočem se okolju. Delo na daljavo in bivanje na daljavo sta dva tržna segmenta, ki hitro rasteta in postajata vedno bolj pomembna. Delo na daljavo je odziv na kult hitrosti in ga lahko razumemo tudi kot dejavnik, ki pomaga pri vključevanju v globlja doživetja na prostem *Farkic in Taylor* (2019). Podeželje brez naglice, ki nudi sprostitvev v naravi in čudovito pokrajino, ki pomaga pri spodbujanju sproščanja, udobja in mentalnega pobega,



ponuja idealno okolje za združevanje popolnega dobrega počutja in delovnega načina življenja.

"Zaradi na novo odkritega zanimanja in pomena, ki se pripisuje "skrbi zase" si predvsem mlajše generacije prizadevajo, da svoj zdrav življenjski slog, ki ga sicer živijo vsak dan, enako živijo tudi ko potujejo poslovno ali za zabavo. Poleg tega si potrošniki v manjšem, a vse večjem številu prizadevajo izkoristiti svoj dopust ali čas dopusta za krajše ali daljše počitnice, ki vsebujejo posebne komponente dobrega počutja."



Anne Dimon, predsednica organizacije za turizem dobrega počutja

Za tiste, ki želijo doživeti državo globlje in dlje kot za čas običajnih počitnic, so zanimiva podjetja, kot so [Roam](#) (oblikovanje edinstvenih potovalnih izkustev po meri), [Outsite](#) (prostori za sožitje, skupnosti in ugodnosti za delavce na daljavo), **The Remote Trip** (delo na daljavo, potujte po svetu in delajte pod svojimi pogoji), med tem, ko drugi ponujajo kombinacijo sodelovanja, sožitja in potovanja, ki ljudem omogoča, da med tednom delajo na daljavo in ob tem živijo s podobno mislečimi ter hkrati doživijo druge države in kulture, za mesec ali dlje.

Mnogi ponujajo velnes /fitnes na kraju samem, tečaje joge, meditacijo in druge aktivnosti v skupnosti. Porast turizma dobrega počutja privablja na trg nove deležnike, pa tudi nove oblike konkurence in partnerstev. Povezovanje poslovnih področij v celem kontinuumu od gostoljubja do dobrega počutja in zdravega načina življenja se bo še naprej krepilo. ([Celotno poročilo GWI tukaj](#))

Posvetite se ciljni stranki, zadovoljite njene potrebe in se čim bolj prilagodite ženskemu segmentu. Nekatere potovalne skupine za sodelavce, kot sta Behere in Hera Hub, skrbijo izključno za ženske in jim pomagajo pri ohranjanju zdravja in dobrega počutja, hkrati pa jim omogočajo varno raziskovanje novih mest po vsem svetu.



- **Behere** pomaga strankam pri iskanju stanovanj za kratkoročno bivanje, delovnih prostorov, lokalnih telovadnic in fitnessov po vsem svetu. Celotna rezervacija se opravi na enem mestu, kar olajša potovanje.
- **Hera Hub** coworking prostor, osredotočen na ženske, in poslovni pospeševalnik sta v svojih skupnih prostorih ustvarila okolja po navdihu zdravilišč.

Michael Youngblood iz Unsettled poda svoj pogled na trend slow turizma

Opis: **Be Unsettled** je svetovna skupnost neodvisnih strokovnjakov, ki delajo na daljavo in tako živijo, delajo in potujejo drugače.



"Ugotovili smo, da trije glavni trendi spodbujajo priljubljenost naših potovanj".

1. Prvič, število ljudi, ki delajo na daljavo, narašča. Digitalni nomadi iz tega ustvarjajo življenjski slog s polnim delovnim časom. Predstavljajte si, koliko ljudi lahko dela in živi na enem mestu en mesec ali dva tedna hkrati.
2. Drugič, obstaja doslej spregledana skupina strokovnjakov srednjih let, ki danes potujejo iz različnih razlogov. Potujejo v prehodnih obdobjih, ko so med službami, pogodbami ali med dvema karierama.
3. Tretjič, samo v ZDA se vsak dan upokoji 10.000 ljudi, ki so bolj zdravi, bogatejši in mlajši od katere koli upokojske generacije v zgodovini. Mislim, da so eden največjih spregledanih trendov 50 - 60 - letniki, ki si želijo počasnejša in bolj pustolovska mednarodna potovanja. Ta skupina si ne želi več tradicionalnih "potovanj". Želijo se počutiti mlade, komunicirati z ljudmi vseh starosti, biti izzvani ter razmišljati o tem, kaj hočejo od naslednje življenjske faze. ([Poročilo tukaj](#))



Priložnost 9 Turizem dobrega počutja ponuja nove vrste festivalskih in prireditvenih doživetij

Festivali in dogodki dobrega počutja so ključni za spodbujanje turizma in ekonomije dobrega počutja

Regionalni festivali in dogodki dobrega počutja ponujajo vrsto dobrobiti za skupnosti in regije, ki se borijo proti sezonskosti, popestrijo ponudbo dobrega počutja, združujejo skupnosti, spodbujajo gospodarstvo, ustvarjajo nova delovna mesta, širijo multiplikacijske učinke turizma, povečujejo pozitiven ugled destinacije in še veliko več.

Festivali in prireditve so ena najhitreje rastočih oblik turizma, ki oživljajo podeželsko in lokalno gospodarstvo. Festivali in prireditve lahko spreminjajo regije in skupnosti na mnogotere načine in se vključijo v ponudbo dobrega počutja v regiji, s tem pa pomenijo doprinos tako na gospodarskem kot družbenem področju. So odličen način za boj proti sezonskosti, saj lahko spodbujajo dinamiko turistov v regiji v času zatišja in privabljajo turiste in obiskovalce na regionalni, nacionalni in mednarodni ravni. Dogodki pomagajo pritegniti pozornost in promovirati zanimivosti ter omogočiti čim večjo in racionalnejšo uporabo določenih prostorov. Dogodki pomagajo pritegniti pozornost in promovirati druge dobrobiti ter drugo turistično ponudbo.

'V zadnjih letih je sektor avanturistični športov na Irskem uspešno vdolbel vse večjo nišo za tisoče udeležencev, ki si želijo preizkusiti svojo vzdržljivost na različnih vzdržljivostnih dogodkih, prilagojenih vsem starostim in stopnjam telesne pripravljenosti. Udeleženci tečajev, ki zajemajo kolesarjenje, gorski tek, pohodništvo in vožnjo s kajakom, se porazdelijo po vsej državi skozi vse leto. Skozi vse leto so na različnih dogodkih, kot so Moonlight Challenge, Emerald Enduro Series, Race2Glory, Tough Mudder in Gaelforce West, na voljo različne možnosti fitnesa; seznam mest, ki si želijo dogodke organizirati pa nenehno raste'.





Russell Walters, Director
Adventure Travel Trade Association Direktor
združenja za avanturistična potovanja

Primeri iz Irske

Irska je znotraj vse večje niše na področju alternativnih dogodkov dobrega počutja za tisoče udeležencev uspešno izoblikovala uspešno ponudbo dogodkov. Spodaj smo zajeli 3 različne vrste festivalov in dogodkov v različnih irskih regijah, ki so dobro počutje uspešno integrirale v svoj razvoj. Nekateri dogodki vsako leto potekajo v drugi regiji, drugi pa so prepoznani po edinstvenih lokacijah, na katerih potekajo.

Beast Adventure Race ena najzahtevnejših pustolovskih dirk, ki privablja na stotine ekip z vse Evrope. Irsko promovira kot edinstveno destinacijo za pustolovske športe tako, da dogodek vsako leto poteka na drugi lokaciji in je vedno del Adventure Racing European Series.

"Zdaj je ta Zver (Beast Adventure Race) postala prevelika, da bi jo lahko zadrževali, zato se je osvobodila. Z njo se brezplačno potepajte po celotni Irski, saj za vas vedno najdemo najboljše lokacije in najboljše izzive, s katerimi naši tekmeci vsako leto premikajo lastne meje. Kdo ve, kam nas bo ta zver odpeljala naslednje leto "

Beast Website



Gaelforce West, Croagh Patrick, Mayo, Ireland je ena najbolj ikoničnih pustolovskih dirk na Irskem, ki vsako leto privabi na stotine obiskovalcev. Gre za dogodek, ki združuje več športov; tek, vožnja s kajakom in kolesarjenje po divji robustni zahodni obali Irske.

EarthSong, Glendree, Co.Clare gre za dvomesečni edinstveni glasbeni festival, ki je podoben poletnemu taboru za odrasle. Brez alkohola, nočnega hrupa ali električne glasbe. Earthsong poteka na osamljenih poljih Glendreeja in je bil ustanovljen z namenom, da obiskovalce ponovno poveže z naravo. Udeleženci lahko uživajo v dnevih, polnih joge, petja, plesa, avtohtonih pesmi iz tujih kultur in še česa.



Turizem dobrega počutja je močno stičišče dveh velikih in rastočih industrij: 2,6 bilijona dolarjev vredne turistične industrije in 4,2 bilijona dolarjev težke velnes industrije. GWI

6. del: Zaključek

Dobro počutje in velnes je danes morda največji megatrend znotraj potovalne industrije. Glede na razcvet velnes ekonomije zunaj potovalne industrije je smiselno, da se tematiko prične resneje obravnavati. Čeprav sta tako velnes kot dobro počutje danes pridobila na teži, sta sicer že dolgo ključna motivatorja za potovanja in pomemben del potovalnih izkušenj. Dandanes pa se velnes potovanja kažejo na nove in drugačne načine kot v preteklosti, saj jih poganjajo zahteve vedno bolj osveščenih popotnikov.



Deležniki turistične industrije, MSP, vlade in regije, ki želijo pritegniti potrošnike, ki razmišljajo o zdravju in dobrem počutju, morajo razumeti, kaj pomeni turizem dobrega počutja in možnosti, ki jih slednji ponuja. Ker se navdušenje vseh deležnikov nad trgom dobrega počutja stopnjuje, ga morajo podporne strukture, politike in skupnosti za upravljanje turizma upravljati trajnostno in odgovorno.

Za popotnike dobrega počutja ima destinacija in njeni prebivalci poseben pomen. 'Priložnosti', ki so opredeljene v tem dokumentu, predstavljajo ekonomske in trajnostne modele rasti, kljub temu pa ne pozabljajo na izzive, ki jih turizem dobrega počutja prinaša za skupnosti. „Priložnosti“ prikazujejo, kako lahko regionalni razvoj vključuje različne celovite in skrbno premišljene pristope. Ker pa so vsaka država in regija edinstvene, se bodo opredeljene priložnosti razlikovale glede na lokacijo vsake destinacije, njene edinstvene vire, obstoječe izkušnje dobrega počutja, priložnosti za raznolikost in razlikovanje ter od tega, kako sektor dobrega počutja podpira vladna politika in podporne strukture. Vse priložnosti za vse destinacije ne bodo primerne, vendar je mogoče modele prilagoditi in spremeniti glede na razvojni potencial vaše države, regije ali destinacije.

Konec 😊

