

# Zeleni turizam na primjeru Dubaija

---

**Godler, Katarina**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:554864>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-24**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**

**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu  
Sveučilišni prijediplomski studij**

**KATARINA GODLER**

**Zeleni turizam na primjeru Dubaija**

**Green tourism on the example of Dubai**

Završni rad

Opatija, 2024.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Sveučilišni prijediplomski studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

**Zeleni turizam na primjeru Dubaija**  
**Green tourism on the example of Dubai**

Završni rad

Kolegij: **Međunarodni turizam** Student: **Katarina GODLER**

Mentor: Prof. dr. sc. **Romina ALKIER** Matični broj: **24423/18**

Opatija, kolovoz 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Katarina Godler  
(ime i prezime studenta)

24423/18  
(matični broj studenta)

Zeleni turizam na primjeru Dubaija

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 08.09.2024

Potpis studenta

## Sažetak

Međunarodni turizam ima veliku ulogu u globalnom gospodarstvu, pružajući priliku zapošljavanja i stvarajući prihode mnogim zemljama. Međutim, predstavlja i razne izazove za okoliš, kao što su emisije ugljika i degradacija stanovništva. Kao odgovor, zeleni turizam pojavio se kao održivo rješenje, naglašavajući važnost održivosti i zaštite okoliša. Ovaj pristup promiče odgovornu praksu putovanja, potičući turiste da podrže lokalna gospodarstva, izaberu ekološki prihvatljiv smještaj i uključe se u aktivnosti koje pomažu u očuvanju prirodnih ekosustava. Uključivanjem održivih metoda u međunarodne turističke planove, destinacije mogu poboljšati iskustva posjetitelja, istovremeno osiguravajući zaštitu okoliša za buduće generacije. U Dubaiju zeleni turizam dobiva na zamahu jer grad integrira održivost u svoju turističku strategiju. Unatoč brzom razvoju i urbanizaciji, Dubai je predan smanjenju utjecaja turizma na okoliš. Inicijative kao što su Dubai 2030, ekološki prihvatljiv smještaj i standardi zelene gradnje održavaju napore grada da uravnoteži rast i brigu o okolišu. Usmjerenost Dubajja na zeleni turizam također je vidljiva u njegovom ulaganju u održivu infrastrukturu i zelene certifikate za tvrtke, s ciljem privlačenja ekološki osviještenih međunarodnih turista i održavanja svoje konkurentske prednosti kao vodeće globalne destinacije.

Ključne riječi: međunarodni turizam; zeleni turizam; Dubai; održivost

# Sadržaj

	<b>Uvod</b>	<b>1</b>
<b>1.</b>	<b>Povezanost turizma i okoliša</b>	<b>2</b>
1.1.	Karakteristike suvremenog turizma	2
1.2.	Utjecaj turizma na okoliš	3
1.3.	Održivi razvoj turizma	3
<b>2.</b>	<b>Osnovna obilježja zelenog turizma</b>	<b>5</b>
2.1.	Pojam i karakteristike zelenog turizma	5
2.2.	Ponuda i potražnja za zelenim turizmom	6
2.3.	Zeleni turizam u svijetu	8
<b>3.</b>	<b>Zeleni turizam u Dubaiju</b>	<b>11</b>
3.1.	Razvoj turizma u Dubaiju	11
3.2.	Zelene inicijative u Dubaiju	14
3.3.	Održivi turizam u pustinji	15
3.3.1.	Održivi luksuz	17
3.3.2.	Održiva energija	18
3.3.3.	Utjecaj zelenog turizma na turističku ponudu	18
3.3.4.	Zeleni marketing	22
3.3.5.	Dubai 2030.	26
	<b>Zaključak</b>	<b>29</b>
	<b>Bibliografija</b>	<b>30</b>
	<b>Popis ilustracija</b>	<b>32</b>

## Uvod

Zeleni turizam temelji se na poboljšanju i očuvanju prirodnog okoliša uz pomoć ekološki prihvatljivih praksi. Jedna od svjetskih destinacija koja se posebno ističe svojom predanošću zelenim načelima u razvoju turizma je Dubai. Grad koji je nekada bio istožnačnica za luksuz, inovacije i ambiciozne pothvate, sada nastoji postati lider u zelenom turizmu na Bliskom istoku. Unazad nekoliko godina, Dubai je implementirao brojne inicijative usmjerene na promicanje održivosti u turističkom sektoru, od certificiranja zelene gradnje do očuvanja njegovog pustinjskog ekosustava.

Predmet i svrha ovog rada je istražiti koncept zelenog turizma u Dubaiju, ispitujući kako grad prilagođava svoju turističku ponudu kako bi zadovoljio želje i potrebe ekološki osvještenih putnika. Analizom inicijativa i politika turizma grada Dubaija i njihov utjecaj na okoliš, rad će pružiti sveobuhvatno razumijevanje načina na koji milijunski grad može uspješno integrirati održivost u svoj turistički razvoj.

Metode korištene u ovom radu uključuju kvalitativni i kvantitativni pristup, što se svodi na pregled relevantne literature, statističke podatke vezane za turističke trendove, prikupljanje sekundarnih podataka, metoda analize, sinteze te metoda analogije i indukcije.

Struktura ovog rada podjeljena je u tri glavna poglavlja, te se svako od njih sastoji od nekoliko manjih. Nakon uvoda slijedi prvo poglavlje koje govori o odnosu između turizma i okoliša i opisuje karakteristike suvremenog turizma. Ono završava konceptom održivog razvoja turizma, naglašavajući važnost balansiranja razvoja turizma i očuvanja okoliša. Drugo poglavlje daje opsežni pregled na zeleni turizam. Nadalje, istražuje dinamiku ponude i potražnje za zelenim turizmom, te daje uvid u ekološke trendove i preferencije potrošača. Neke od ključnih destinacija navedene su u zadnjem podpoglavlju drugog polavlja s uvidom u razne načine implementacije održivosti u turističke proizvode i usluge. Zadnje, odnosno treće poglavlje je suština ovog rada i okrenuto je prema zelenom turizmu u Dubaiju i ono istražuje zelene inicijative grada usmjerene na promicanje održivosti. Ovo poglavlje uključuje istraživanje održivog luksuznog turizma, korištenje obnovljive energije, strategijama zelenog marketinga te ciljevima za budućnost koje se tiču vizije Dubai 2030. U zaključnom dijelu rada je kratki osvrt autorice na korištenje svih navedenih zelenih i održivih praksi koje se tiču Dubaija i moguće implementacije na ostale destinacije.

# **1. Povezanost turizma i okoliša**

Turizam i okoliš imaju pozitivne i negativne utjecaje jedno na drugo. Osim što igra veliku ulogu u zdravlju okoliša, te samim time određuje atraktivnost destinacije za turiste, turizam ima i određene napore za očuvanje. Ovaj odnos donosi velike izazove te ukoliko se usvoje odgovorne turističke prakse, može se osigurati da turizam nastavi pružati svoje usluge bez ugrožavanja zdravlja okoliša.

## **1.1. Karakteristike suvremenog turizma**

Globalizacija, tehnološki napredak i promjenjive potrebe potrošača izgradili su i oblikovali suvremeni turizam. Tradicionalno razgledavanje više nije ono što današnji turisti traže, već su to specifična i unikatna iskustva koja su u skladu s njihovim željama i potrebama, bilo da se radi o kulturnom turizmu, nautičkom turizmu, elitnom turizmu, sportskom ili zdravstvenom. Ta raznolikost pomaže u odmicanju od masovnog turizma prema više specijaliziranim iskustvima putovanja. Globalizacija je imala veliki utjecaj u tome da napravi svijet više međusobno povezanim, što je dovelo do miješanja kultura i globalizacije turizma.

Suvremeni turisti su u potrazi za kulturnom razmjenom, žele biti dio lokalnih zajednica te komunicirati s njima, upoznati različite tradicije i iskusiti izvorne elemente destinacija u koje putuju. Zbog sve veće želje doživljaja suvremenih turista, došlo je do uspona ekonomije iskustva, gdje je bitna kvaliteta stvorenih uspomena i doživljaja. Ta težnja može se očitovati u raširenosti aktivnosti poput raznih tečajeva kuhanja, radionica, personaliziranih tura s vodičem koje će turista dublje upoznati s lokalitetom. Također, društvene mreže imaju znatan utjecaj na suvremeni turizam. One oblikuju trendove putovanja i određuju popularnost atrakcija među turistima.

Neizostavno je spomenuti napredak u prijevozu koji je doprinjeo dostupnijim i jeftinijim putovanjima. Pojavile su se niskobudžetne aviokompanije koje nude turistima prijevoz po pristupačnim cijenama te čine putovanja bržim i učinkovitijim. Uz to, pruža olakšan rad na daljinu, što dovodi do novog oblika turizma gdje pojedinac može kombinirati posao s putovanjem.



## **1.2. Utjecaj turizma na okoliš**

Sve je veći naglasak na održivost u suvremenom turizmu potaknut jačanjem svijesti o ekološkim i društvenim pitanjima. Uvođenjem prakse održivog turizma smanjuje se negativni utjecaj na okoliš, daje se potpora lokalnim zajednicama i kulturna baština ostaje očuvana. Putnici su sve više svjesni svojeg utjecaja, te traže ekološki prihvatljiviji smještaj, opcije za smanjenje emisije ugljika te traže iskustva koja pridonose dobrobiti lokalnog stanovništva.

Turizam predstavlja veliki pritisak za prirodne resurse, osobito u područjima gdje su ti resursi već ograničeni. Voda je jedan od tih resursa u sušnim regijama gdje priljev turista može dovesti do nestašice. Također, hoteli, odmarališta ili rekreacijski objekti poput golf terena zahtjevaju ogromne količine vode za održavanje. Osim na lokalne zajednice, opterećenje resursa vode utječe i na sami ekosustav koji se oslanja na stabilne zalihe vode. Potrošnja energije je još jedno pitanje kritičnog značaja. Aktivnosti vezane uz turizam, uključujući prijevoz, smještaj i zabavu, troše znatne količine energije. Shodno tome, zračni prijevoz kao sastavni dio turizma, značajan je izvor emisije ugljičnog dioksida. Zatim, turisti kao i samo lokalno stanovništvo, proizvode velike količine otpada koje dovode do velikih problema u gospodarenju istog. Bacanje smeća, plastični otpad i slično, mogu dovesti do zagađenja u morskom životu i ekosustavima. Razvoj turističke infrastrukture obično zahtjeva krčenje prirodnih staništa što dovodi do uništavanja bioraznolikosti. Obalni turizam posebno narušava bioraznolikost, jer može doći do uništavanja koraljnih grebena, uznemiravanja divljih životinja i slično, što dovodi do promjene ponašanja i smanjenja reprodukcije kod životinja.

Edukacija turista o očuvanju okoliša je bitan faktor u odgovornom turizmu, kao i uključenje lokalne zajednice u planiranje i razvoj turizma. Turizam ima jak utjecaj na okoliš, s posljedicama koje mogu biti kratkotrajne ili dugotrajne. Dok s jedne strane turizam nudi gospodarske koristi i promiče kulturnu razmjenu, s druge strane predstavlja izazove za održivost prirodnih i kulturnih resursa. Kako bi ublažila te utjecaje, turistička industrija treba usvojiti velik broj održivih praksi koje će uravnotežiti potrebe turista, lokalnih zajednica i okoliša.

## **1.3. Održivi razvoj turizma**

„Održivi razvoj zasnovan je na četiri glavna načela: ekološkoj održivosti, sociokulturnoj održivosti, ekonomskoj održivosti i tehnološkoj održivosti“<sup>1</sup>. Ekološka održivost temeljno je načelo s naglaskom na zaštitu okoliša za buduće generacije. Uključuje raspolaganje prirodnim resursima na način koji održava zdravlje okoliša, te time osigurava da se prirodni resursi poput vode, tla, minerala i šuma koriste učinkovito kako bi se spriječila degradacija i iscrpljivanje. Neki od elemenata ekološke održivosti mogu biti i zaštita ekosustava i bioraznolikosti radi održavanja ekološke ravnoteže i otpornosti na promjene okoliša. Zatim, minimiziranje onečišćenja od industrijskih, urbanih i poljoprivrednih aktivnosti, smanjenje emisije stakleničkih plinova kroz obnovljivu energiju, energetska učinkovitost i prakse održivog korištenja zemljišta. Sociokulturna održivost bazira se na promicanju društveni i kulturnih elemenata zajednica. Prepoznaje se važnost kulturne raznolikosti, društvene homogenosti i na kraju krajeva, dobrobiti pojedinaca i zajednice u postizanju održivog razvoja. Neki od ključnih aspekata sociokulturne održivosti su zaštita i promicanje kulturne baštine, jezika i tradicija kako bi se održala kulturna raznolikost. Također, društvena jednakost koja osigurava korist svakom članu društva, posebno ranjivim skupinama. Kako bi lokalna zajednica bila osigurana od svih štetnih čimbenika koji su rezultat turističkih aktivnosti, ona mora sudjelovati u razvojnim projektima. Samim time, njene potrebe i vrijednosti se poštuju i integriraju. Dok sociokulturna održivost omogućava društveno pravedan i kulturno obogaćujući razvoj, ekonomska održivost bavi se korištenjem gospodarskih resursa na način koji omogućava dugoročni gospodarski rast i sposobnost zadovoljenja potreba stanovništva.

Kako bi se smanjio otpad i povećala produktivnost, promiče se učinkovito korištenje resursa kao što su sirovine, energija i rad. Također, otvaranjem radnih mjesta smanjuje se siromaštvo i poboljšava se životni standard, posebno u zajednicama koje su ugrožene. Tehnološka održivost također igra važnu ulogu u održivom razvoju, koja sa obnovljivim izvorima energije, energetska učinkovitim uređajima i održivim transportnim sustavima smanjuje negativne utjecaje na okoliš.

Načela ekonomske, sociokulturne, tehnološke i ekološke održivosti međusobno su povezana i imaju sinergijsko djelovanje. Integriranje ovih načela u politiku, praksu i procese donošenja odluka, društvu omogućuje održivu budućnost koja zadovoljava potrebe sadašnjih i budućih generacija.

---

<sup>1</sup> Vujić, *Održivi razvoj turizma*, 15.

## 2. Osnovna obilježja zelenog turizma

U ovom radu spominje se održivi turizam, no potrebno je najprije definirati razlike između održivog turizma i zelenog turizma. Također, vrlo često se daje na značaju eko-turizmu kojeg također treba definirati, odnosno potrebno je iznijeti ključne razlike između ta tri pojma.

Zeleni turizam čine turističke aktivnosti kojima se štedi okoliš, odnosno čuva prirodne resurse i nastanjene životinje na područjima na kojima se provode aktivnosti. Između ostalog, zeleni turizam temelji se na energetske učinkovitosti i gospodarenju otpadom. Dok, održivi turizam ima proširene poglede i nije fokusiran samo na okoliš, već se bavi društvenim i ekonomskim aspektima turizma.

„Održivi turizam je turizam koji u potpunosti uzima u obzir svoje sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke utjecaje, a istovremeno se bavi potrebama posjetitelja, industrije, okoliša i zajednica domaćina.”<sup>2</sup>. Održivi turizam je širi pojam od eko-turizma, a on se bazira na posjećivanju prirodnih područja s ciljem očuvanja okoliša i educiranja o ekološkim pitanjima.

### 2.1. Pojam i karakteristike zelenog turizma

Održivi razvoj nastao je iz rastuće svijesti o štetnim učincima gospodarskih aktivnosti na prirodne resurse i degradaciju okolišne baštine. Kao rezultat, suvremene gospodarske prakse sve više uključuju načela održivosti u svoje poslovanje. Poduzeća u različitim sektorima sada nastoje uravnotežiti svoje ekološke, ekonomske i društvene utjecaje pridržavajući se zakonskih okvira i usvajajući nove politike i strategije. Ovaj pomak potaknut je činjenicom da održivi razvoj ne samo da štiti resurse i okoliš, već nudi znatne financijske i reputacijske koristi. Negativni utjecaji turizma na okoliš predstavljaju velike poteškoće. S obzirom na veliki opseg globalnog turizma, postoji imperativ usredotočen na usklađivanje razvoja turizma s načelima održivosti. Suvremeno turističko tržište prolazi kroz velike promjene kao odgovor na tu potrebu. Između ostalog, i turistička ponuda i potražnja se razvijaju kako bi potaknuli razne oblike turizma koji potiču očuvanje prirodnih resursa, smanjenje onečišćenja i potrošnje, a u isto vrijeme pružaju jedinstvena iskustva za turiste.

---

<sup>2</sup> UNWTO, *Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism*, 170.

Razvoj masovnog turizma znatno je pridonio gospodarskom rastu raznih zemalja, što je dovelo do razvoja brojnih destinacija i osiguralo značajne gospodarske koristi. Međutim, negativni učinci masovnog turizma često su zanemareni. S obzirom na navedene negativne utjecaje, sada postoji hitna potreba za istraživanjem alternativnih modela turizma koji će ih ublažavati, a istovremeno povećavati dobrobiti za okoliš, gospodarstvo i društvo. Održivi turizam sadrži brojne alternativne oblike turizma koji različitim pristupima dijele zajedničke ciljeve u promicanju dugoročne održivosti. Održivi turizam je u biti nastao kao reakcija na izazove i negativne utjecaje masovnog turizma.

Zeleni turizam često se pogrešno definira kao putovanje u netaknuta prirodna područja s minimalnom turističkom infrastrukturom. Međutim, kod zelenog turizma ne radi se o samoj destinaciji, već o tome kako ta destinacija funkcionira. To uključuje putovanje u bilo koje područje gdje su turističke aktivnosti i prakse usklađene sa zelenim načelima. Dakle, bez obzira na stupanj razvijenosti destinacije, postoji fokus na smanjenje utjecaja turističkih aktivnosti i infrastrukture na okoliš.

## **2.2. Ponuda i potražnja za zelenim turizmom**

Prema Globalnom vijeću za održivi turizam, ovo su „održivi koraci poduzeti na odmoru:

- 67% isključilo je klimu u smještaju kada nisu bili tamo
- 60% više puta je upotrijebilo isti ručnik
- 55% koristilo je vlastitu višekratnu bocu za vodu
- 77% gasilo je svjetla i kućanske aparate u prostorijama kada ih nema
- 45% recikliralo je svoje smeće na putovanju
- 40% odustalo je od dnevnog čišćenja sobe<sup>43</sup>

Ovi statistički podaci pokazuju da održivo putovanje postaje prioritet turistima potaknuto mješavinom ekološke svijesti, ekonomskih poticaja i sve veće dostupnosti održivih opcija. S obzirom da zeleni turizam nerijetko ima visoku cijenu, ekonomski uvjeti mogu utjecati na spremnost plaćanja. U uspješnijim vremenima više potrošača bi se moglo odlučiti na ekološki

---

<sup>3</sup> GSTC – Global Sustainable Tourism Council, *Booking.com 2023 Sustainable Travel Report*, 10.

prihvatljive opcije, ali tijekom gospodarskih padova potražnja se može okrenuti prema pristupačnijim opcijama. Ponuda uključuje tvrtke i destinacije koje nude održive turističke proizvode i usluge. Oni se kreću od eko prenoćišta i hotela sa zelenim certifikatom do turoperatora koji su specijalizirani za očuvanje prirode i kulturne baštine.

Opskrbu najčešće pokreću certifikati poput Green Key, LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ili lokalne ekološke oznake. Zeleni certifikati jamče da se hoteli, turoperator i atrakcije pridržavaju posebnih ekoloških i društvenih standarda. Također, pomažu turistima prepoznati i odabrati ekološki prihvatljive opcije. Dodjeljuju se tvrtkama i destinacijama koje ispunjavaju određene kriterije vezane za održivost okoliša, očuvanje kulture i društvenu odgovornost, te time grade povjerenje kod potrošača. Oni potiču tvrtke i destinacije na usvajanje održivih praksi i politika, što dovodi do znatnog smanjenja potrošnje energije, potrošnje vode i proizvodnje otpada. S vremenom to može smanjiti ukupni utjecaj turističke industrije na okoliš. Kao što je već spomenuto, Green Key je vodeći certifikat za hotele i druge turističke objekte i bazira se na energetske učinkovitost, očuvanje vode, upravljanje otpadom i održivo poslovanje. Zatim, LEED koji se prvenstveno koristi u građevinarstvu, također se primjenjuje na hotele i odmarališta, prepoznajući zgrade koje zadovoljavaju visoke standarde energetske učinkovitosti. Također, Rainforest Alliance Certified certifikacija usmjerena je na promicanje održive poljoprivrede, šumarstva i turizma i osigurava da poduzeća doprinose očuvanju biološke raznolikosti i podržavaju lokalne zajednice.

Pored raznih zelenih certifikata postoje i izazovi poput *greenwashinga*, gdje poduzeća lažno tvrde ili preuveličavaju svoje napore u pogledu održivosti. Uz to, potrošačima može biti vrlo zbunjujuće razumjeti razlike između raznih zelenih certifikata koji postoje. Zbog toga, budući trendovi mogu uključivati veću standardizaciju svih certifikata kako bi se smanjila zabuna.

Odnos i međudjelovanje ponude i potražnje za zelenim turizmom potvrđuje da tržišne snage i preferencije potrošača oblikuju sferu održivosti u industriji putovanja. Razmišljanje ovog odnosa ključno je kako bi se prepoznao rast i razvoj ekološki prihvatljivih opcija putovanja. Kao odgovor na rast potražnje, ponuda zelenog turizma znatno se proširila. Turoperator, ugostiteljski objekti, hoteli i destinacije prilagođavaju se kako bi zadovoljili želje i potrebe ekološki osvještenih putnika. Povećana potražnja za zelenim turizmom potiče poduzeća da usvoje održive prakse, te sve veća sklonost za takvim oblikom turizma dovodi do sve većih inovacija i ulaganja u održive turističke

proizvode i usluge. No, s obzirom da sve više putnika odabire zelene opcije i tržište za te proizvode raste, to privlači još više putnika kojima su prioriteti smanjenje njihovog utjecaja na okoliš.

### **2.3. Zeleni turizam u svijetu**

Europska komisija pokrenula je 2008. godine Nagradu za europsku zelenu prijestolnicu (European Green Capital Award), koja prepoznaje gradove u Europi koji pokazuju izvanrednu ekološku održivost i učinkovitost. Ovo priznanje ima u cilju promovirati i podržati održivi razvoj diljem Europe isticanjem i nagrađivanjem gradova koji se učinkovito bave ekološkim izazovima i provode zelene inicijative.

Nagradu je ove godine osvojila Valencia, koja je prepoznata po svojoj ambicioznoj politici zaštite okoliša, gospodarenju otpadom i urbanim zelenim površinama. U grad je proveden inovativni sustav navodnjavanja kojim se štedi voda, te su proširene njegove zelene površine, poput vrtova Turia, koji su nekadašnje korito rijeke pretvorili u ogromni urbani park. Valencia se također ističe u održivoj mobilnosti, s rastućom mrežom biciklističkih staza i električnih autobusa. U Valenciji 97% stanovništva živi unutar 300 metara od zelenih urbanih površinama. Grad je također fokusiran na poboljšanje kvalitete zraka i obnovi prirodnih ekosustava. Pored toga, Valencia promiče održivu i uključivu proizvodnju hrane kroz razne programe koji podupiru lokalne inicijative za zdravu hranu i jača veze zajednice.

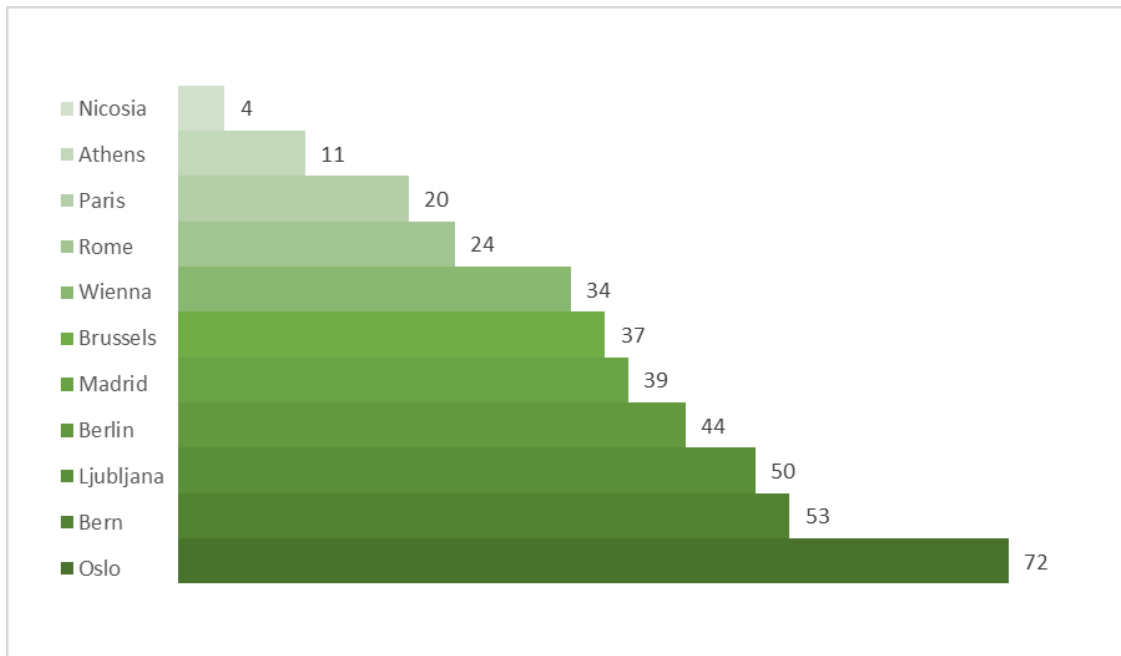
Neizostavno je spomenuti i pokrivenost drvećem u urbaniziranim područjima, što nije samo od vizualne koristi. „Ako se „ozelenjavanje” koristi isključivo u svrhu imidža, a ne kao pristup usvojen u praksi, nestat će sam krajolik, kultura i baština koji pružaju početnu privlačnost.“<sup>4</sup>

Pored toga što je lijepo za vidjeti, ozelenjavanje je ključno za poboljšanje okoliša i kvalitete života stanovnika u urbanim područjima. Kako gradovi rastu i postaju sve više naseljeni, implementacija drveća u urbane krajolike je od sve veće važnosti. Drveće djeluje kao prirodni filter zraka koji upijaju zagađivače poput ugljičnog dioksida i čestica što pomaže učiniti zrak čistijim i zdravijim za disanje. Također, dreće pomaže u hlađenju pružajući sjenu i oslobađajući vlagu, pogotovo u urbanim djelovima gdje toplinski valovi onemogućuju svakodnevne radnje stanovnika. Planiranje ozelenjavanja grada od samog početka može doprinjeti u povećanju dostupnog prostora.

---

<sup>4</sup> Joppe i Dodds, *The Urban Green Tourism*, 37.

U Europi drveće pokriva prosječno 30% zemlje u 38 velikih glavnih, na temelju pogleda iz zraka. Prema podacima Europske agencije za okoliš (European Environmental Agency) iz 2018., Oslo je grad prekriven s impresivnih 72% zelenih površina, a slijede ga Bern sa 53% i Ljubljana sa 50%. S druge strane, Pariz zaostaje sa samo 20% drveća, dok Atena ima još manju zelenu pokrivenost od 10%, a Nikozija ima najmanju, od samo 4 %, što možemo vidjeti iz niže priloženog grafikona.



**Grafikon 1. Stopa pokrivenosti drvećem u izboru europskih glavnih gradova, u %**

Izvor: izrada autora prema EEA (European Environment Agency, 2018.)

Nekoliko svjetskih destinacija je prepoznato po predanosti zelenom turizmu i održivosti. Jedna od destinacija poznatih po svojim opsežnim naporima i ekološkom turizmu je Kostarika, u kojoj se nalaze brojni nacionalni parkovi i zaštićena područja. Ona uključuju Monteverde Cloud Forest, Nacionalni park Corvorado i Nacionalni park Tortuguero. Kostarika je oko 25% zemlje posvetila zaštićenim područjima, uključujući nacionalne parkove, rezervate divljih životinja i biološke koridore. Program Certifikacije za održivi turizam (Certification for Sustainable Tourism) potiče tvrtke da se pridržavaju visokih ekoloških standarda. Ova potvrda, koju je razvila Turistička zajednica Kostarike pruža okvir za procjenu i poboljšanje ekoloških učinkovitosti turističkih poduzeća. Certifikat mjeri faktore poput upravljanja okolišem, društvene odgovornosti i ekonomskog učinka. Kostarika nudi niz ekološki prihvatljivih smještaja, kao što je eko-kuća Lapa

Rios Lodge koja je smještena na otoku Osa. Ona naglašava očuvanje prašume i nudi vođene obilaske divljih životinja. Također, odmaralište The Springs Resorts and Spa u blizini vulkana Arenal koje nudi prirodne vruće izvore iz vulkanskog područja. Kostarika je globalni lider u obnovljivoj energiji, s više od 99% svoje električne energije proizvedene iz obnovljivih izvora, uključujući hidro, geotermalnu, solarnu energiju i energiju vjetra. Njene mnoge turističke inicijative su osmišljene kako bi išle u korist lokalnom stanovništvu stvaranjem radnih mjesta, podupiranjem lokalnih poduzeća i poticanjem očuvanja kulture. Ovakav pristup zelenom turizmu može biti primjer kako zemlja može uspješno razviti turizam upravljanjem okoliša.

Butan se također ističe svojim pristupom zelenom turizmu, te je stekao reputaciju modela održivog i odgovornog turizma. Srž butanskog zelenog turizma je koncept Bruto nacionalne sreće (Gross National Happiness) koji osigurava sveukupnu sreću i kvalitetu života u zemlji. Osim toga, Butan prakticira model turizma 'visoke vrijednosti s malim učinkom' s ciljem privlačenja manjeg broja turista koji troše više. Takav pristup osigurava da se utjecaj turizma na okoliš i lokalnu kulturu svede na najmanju moguću mjeru. Posjetitelji plaćaju dnevnu naknadu za održivi razvoj (Sustainable Development Fee), koja podržava projekte očuvanja, razvoj infrastrukture i inicijative zajednice. Oko 70% zemlje su zaštićene zone, kao na primjer Samostan Tigrovo gnijezdo, odnosno Paro Taktsang. Radi se o svetom mjestu smještenom na litici, okruženo netaknutim šumama, te nudi posjetiteljima da dožive prirodnu i duhovnu baštinu Butana. Između ostalog, korištenjem lokalno dobivenih i održivih materijala u izgradnji i dizajnu interijera daje se potpora lokalnom gospodarstvu i smanjuje se utjecaj na okoliš.

Naša susjedna zemlja Slovenija je prva zemlja koja je proglašena zelenom destinacijom na temelju Green Destinations Standarda, koji je globalno priznati standard za održivi turizam. Ovaj standard široko koriste odredišta diljem svijeta za procjenu, praćenje i nadogradnju svojih praksi održivosti. Pridržavajući se standarda, destinacije mogu osigurati da njihov turistički razvoj bude održiv dugoročno. Slovenija je jedna od tih destinacija i ona je prva koja je bila prepoznata u ovom okviru. Jedna od najatraktivnijih elemenata Slovenije je prirodna ljepota koja nudi širok raspon doživljaja za ljubitelje prirode. Poznata je po svojem netaknutom okolišu, kao na primjer Julijske Alpe, dolinu rijeke Soče, Bledsko jezero te područje Krasa koje uključuje svoje poznate špilje. Polovica zemlje je prekrivena zelenilom, što ju čini jednom od najzelenijih zemalja u Europi. Odličan primjer predanosti zemlje u očuvanju prirodne baštine je Nacionalni park Triglav, koji je ujedno i jedini Nacionalni park u Sloveniji. Osim što nudi razne održive turističke aktivnosti poput



planinarenja, vožnje bicikla i razgledavanje divljih životinja, on unutar svog krajolika ima rijetke i ugrožene vrste flore i faune. Slovenski zeleni i održivi turizam nudi hotele sa zelenim certifikatom, smještaj na farmama, mjesta za glamping. Što se tiče kulinarstva, duboko je ukorijenjeno u održivost, s naglaskom na lokalne i organske proizvode. Oznaka 'Zelena kuhinja Slovenije' promiče restorane koji daju prednost održivim pristupima, kao što je korištenje sezonskih namirnica, smanjenje bacanja hrane, te potpora lokalnim poljoprivrednicima i proizvođačima. Jedna od važnijih aspekata slovenske strategije zelenog turizma je ruralni turizam, gdje posjetitelji mogu boraviti u seoskim kućama, sudjelovati u poljoprivrednim aktivnostima i upoznati se s bogatom poljoprivrednom baštinom. Ruralni turizam ne samo da štiti i čuva kulturne tradicije, već promiče prakse održivog korištenja zemljišta. Ljubljana je odličan primjer urbane održivosti, s obzirom da je grad 2016. proglašen europskom zelenom prijestolnicom. Središte grada je pretvoreno u područje bez automobila, stvorivši okruženje pogodnije za pješake i poboljšavši kvalitetu zraka. Između ostalog, gospodarenje otpada grada Ljubljane jedno je od najučinkovitijih u Europi. Kako Slovenija nastavlja s inovacijama i predvodi u ovom području, ona također nudi vrijedne lekcije i inspiraciju drugim destinacijama u svijetu s ciljem održivog razvoja turizma.

### **3. Zeleni turizam u Dubaiju**

#### **3.1. Razvoj turizma u Dubaiju**

Ujedinjeni Arapski Emirati (UAE) predstavljaju federaciju koja se sastoji od sedam emirata, osnovanih 1971. godine. Među njima se ističe Dubai, zajedno s ostalim članicama kao što su Ajman, Ras Al Khaimah, Umm Al Quwain, Abu Dhabi, Fujairah i Sharjah, nazvani prema svojim glavnim gradovima. U 18. stoljeću, Dubai je bio malo selo s manje od 1000 stanovnika plemena Bani Yas, pod vodstvom šejha Tahnuna bin Shakhbuta iz Abu Dhabija<sup>5</sup>. Geografski položaj Dubaia na Perzijskom zaljevu i njegova niska nadmorska visina čine ga atraktivnim turističkim odredištem. Dubai privlači turiste raznovrsnim atrakcijama, od shoppinga do povijesnih i modernih znamenitosti, a njegova kulturološka raznolikost i globalni ugled čine ga ključnim turističkim centrom. Vlada UAE kontinuirano radi na razvoju svih sedam emirata kako bi privukla još više turista, nudeći atrakcije za sve uzraste i interese, čineći Dubai idealnim odredištem tijekom cijele godine.

Dubai, stoga, nastavlja svoj put kao globalno poznato turističko središte koje nudi bogat spektar aktivnosti i doživljaja. Pored luksuznog shoppinga, posjetitelji mogu uživati u raznim zabavnim parkovima, plažama i kulturnim festivalima koji prikazuju kako tradicionalnu tako i suvremenu kulturu Emirata. Vlada je također uložila znatna sredstva u infrastrukturne projekte poput izgradnje hotela, prometnih mreža i objekata za rekreaciju, kako bi dodatno poboljšala iskustvo posjetitelja. Dubai se ističe ne samo po prirodnim i urbanim ljepotama, već i po inovacijama u turističkoj industriji. U nastojanju da zadovolji rastuću potražnju, grad je razvio niz strategija za održivost, uključujući inicijative za očuvanje okoliša, što dodatno doprinosi njegovom privlačnom imidžu među svjesnijim putnicima. Turizam nije samo vitalni dio ekonomije Dubaija, već igra ključnu ulogu i u kulturnoj razmjeni, privlačeći ljude iz cijelog svijeta koji žele doživjeti njegovu gostoljubivost i raznolikost. Zbog svega toga, Dubai ne samo da ostvaruje zavidne turističke brojke, već postavlja i nove standarde u turističkoj industriji na globalnoj razini. Njegova sposobnost da se neprestano prilagođava i inovira garantira da će ostati na listi top destinacija za sve vrste putnika, od onih koji traže luksuz do onih u potrazi za avanturom. Kako se svijet postupno otvara nakon globalnih izazova, Dubai je spreman dočekati buduće generacije turista s još bogatijom ponudom i boljim iskustvom.

Dubai je znatno unaprijedio svoju infrastrukturu koja doprinosi turističkoj industriji, posebice razvojem objekata za prijevoz i ugostiteljstvo koji su poboljšali kvalitetu usluga u tim sektorima.

---

<sup>5</sup> Ben-Romdhane i suradnici, *"Coral reefs of Abu Dhabi, United Arab Emirates: Analysis of management approaches in light of international best practices and a changing climate,"* 541.

Kulturna raznolikost, gostoljubivost i infrastrukturni razvoj ključni su za rast turizma u Dubaiju. Prema podacima vlade Dubajja iz 2019. godine, grad je imao 544 hotela sa 100,744 sobe i 25,376 apartmana<sup>6</sup>. Također, među najznačajnijim atrakcijama su Burj Al Arab, koji važi za jedan od najluksuznijih hotela na svijetu i brojni trgovački centri koji privlače posjetitelje. Osim toga, Dubai je dom najviše građevine na svijetu, Burj Khalife, visoke 828 metara s više od 160 katova, što je čini jednom od najposjećenijih znamenitosti<sup>7</sup>.

Dubai nudi i razne avanturističke aktivnosti, uključujući pustinjske safarije, ronjenje na grebenima i olupinama, skakanje padobranom iznad Palm Jumeirah te *wakeboarding*. Turizam u Dubaiju, kao i u cijelom zaljevskom području, relativno je nov fenomen. Prije kraja 1950-ih, Dubai nije imao hotela, a posjetitelji su boravili kod domaćina ili kolega. Tijekom idućih dvadeset godina, Dubai je razvio osnovne sadržaje za putnike, uključujući međunarodnu zračnu luku otvorenu 1959. godine. Nakon otkrića nafte 1966. godine, pojavio se niz manjih hotela kako bi podržao rastuće gospodarstvo. Do sredine 1980-ih, ključne institucije počele su poticati razvoj turističke industrije. Emirates Airlines osnovan je 1985. godine, koristeći zračnu luku Dubai kao svoje glavno čvorište. Turistički odbor Dubajja osnovan je 1989. godine, a kasnije pretvoren u Odjel za marketing turizma i trgovine (DTCM) 1997. godine, fokusirajući se na međunarodnu promociju i pozicioniranje Dubajja kao turističke destinacije.

Odjel za turizam marketinga i trgovine (DTCM) i druge ključne organizacije uključene u turistički klaster organizirale su prvi godišnji shopping festival u Dubaiju 1996. godine. Jumeirah Group, osnovana 1997. godine, upravljala je portfeljem luksuznih hotela diljem svijeta, što je dodatno potaknulo turistički rast<sup>8</sup>. Do 2000. godine Dubai je privlačio 3,4 milijuna turista godišnje. S početkom novog tisućljeća, turistički sektor Dubajja počeo je rasti još brže zahvaljujući projektima koji su privlačili globalnu pažnju, poput Burj-Al-Araba, prvog hotela s 7 zvjezdica, otvorenog 1999. godine. Projekt Palm Island, započet 2002. godine, bio je također pionirski. Strani kapital slijevao se u Dubai, privlačeći bogate turiste u njegove luksuzne hotele i skupocjene nekretnine na obali. Međutim, između 2006. i 2010. godine, unatoč godišnjem porastu broja hotelskih kreveta od gotovo 10%, popunjenost hotela pala je s 82,2% u 2007. na 66,8% u 2009.

---

<sup>6</sup> Kaleychev i Tsonev, "Luxury tourism and its impact on Dubai primary ecosystems," 5-12.

<sup>7</sup> Michael i suradnici. "Underlying motivating factors for movie-induced tourism among Emiratis and Indian expatriates in the United Arab Emirates," 438.

<sup>8</sup> Lukovich, "Justification for 'scrapping the sky,'" 48-72.

godini<sup>9</sup>. Tijekom tog razdoblja, kapaciteti Dubajjeve Međunarodne zračne luke također su prošireni, čime je dodatno podržan rast turizma.

Financijska kriza između 2007. i 2009. godine posebno je pogodila turistički sektor Dubajja, koji je bio iznimno ovisan o bogatim stranim turistima, čime je postao ranjiv kada je globalna potrošnja usporila. Podatci pokazuju značajan pad u popunjenosti hotela za 19% između 2007. i 2009. godine, a prihod po dostupnoj sobi pao je s 235 dolara po noći u 2007. na 163 dolara po noći u 2009. godini. Međutim, 2010. godine turistički klaster počeo se oporavljati, s porastom popunjenosti za 3% i povećanjem prihoda po dostupnoj sobi za 35 dolara po noćenju. Unatoč negativnom rastu realnog BDP-a od -17,8% u 2010. u sektoru putovanja i turizma, Dubai je nastavio s ambicioznim planovima za širenje kapaciteta u hotelijerstvu<sup>10</sup>. Predviđeno je da će ti projekti povećati kapacitet hotelskih soba u Dubaiju više nego u bilo kojem drugom gradu na svijetu, što ukazuje na snažnu posvećenost daljnjem razvoju i prilagodbi turističkog sektora unatoč prethodnim ekonomskim izazovima.

### **3.2. Zelene inicijative u Dubaiju**

Dubajjeva inicijativa za zeleno gospodarstvo je vladin program namijenjen osiguranju dugoročne financijske stabilnosti zemlje, uz istovremeno očuvanje okoliša. Slogan "Zelena ekonomija za održivi razvoj" reflektira njezin cilj razvijati i provoditi nove politike i programe unutar različitih sektora kao što su poljoprivreda, energetika, investicije i transport. Ujedinjeni Arapski Emirati teže povećanju primjene energetski učinkovitih metoda, prelasku na čistije izvore energije, širokom usvajanju ekološki prihvatljivih poljoprivrednih praksi te boljoj uporabi tehnologija skladištenja ugljika (CCS). S obzirom na svoju povijesnu ovisnost o fosilnim gorivima, Ujedinjeni Arapski Emirati su posebno pozicionirani za implementaciju značajnih promjena u svojim energetskim i investicijskim politikama. Ovi naponi su posebno važni zbog izazova s kojima se suočavaju u pogledu sigurnosti hrane i nestašice vode. Inicijativa stoga ima za cilj redefinirati kako funkcioniraju svi aspekti života unutar Emirata.

---

<sup>9</sup> Haryoprato i suradnici, "Dubai Tourism Cluster," 19.

<sup>10</sup> Lukovich, "Justification for 'scrapping the sky,'" 52.

Samim time, poljoprivreda predstavlja ključno područje; trenutno se 85% hrane u UAE-u uvozi, a zemlja nastoji značajno unaprijediti održivost svog poljoprivrednog sektora<sup>11</sup>. Već su uvedene ekološki prihvatljive prakse, kao što je upotreba kanalizacijskog mulja kao gnojiva, dok se sada istražuju napredne metode poput precizne poljoprivrede i hidroponike kako bi se povećao kapacitet domaće proizvodnje hrane. Ova inicijativa je usklađena s drugim ambicioznim okolišnim politikama koje su u UAE-u uvedene u posljednjih nekoliko godina, uključujući viziju UAE 2021, energetska strategiju UAE 2050 i UAE Centennial 2071, koje sve ističu značaj tehnologije u promicanju zelenijih praksi širom zemlje. Iako je tehnologija ključan alat u zelenoj transformaciji Dubaija, priroda također nudi vlastita, efikasna rješenja. Jedan od izazova s kojima se suočavaju Ujedinjeni Arapski Emirati je nedostatak zelenila, pogotovo zbog suhih temperatura i oskudice padalina, što otežava prirodni rast šuma. No, uključivanje većeg broja stabala u urbane prostore moglo bi biti rješenje koje bi znatno pomoglo.

### **3.3. Održivi turizam u pustinji**

U cilju postizanja održivog razvoja, Ministarstvo gospodarstva Dubaija poduzelo je niz mjera za poticanje održivog turizma i izgradnju kapaciteta za praćenje te izvješćivanje o rezultatima. U suradnji s Federalnom upravom za konkurentnost i statistiku, osnovano je Nacionalno povjerenstvo za turističku statistiku. Povjerenstvo je ugostilo dvije tehničke misije Svjetske turističke organizacije (UNWTO) kako bi procijenili trenutno stanje turističkih podataka i savjetovali o unapređenju kapaciteta prikupljanja podataka. Također, razvijen je detaljan plan za implementaciju sustava satelitskog računa turizma (TSA), koji će omogućiti Ministarstvu precizno praćenje i mjerenje ekonomskih učinaka turističkog sektora. Ministarstvo je također podržalo lokalne vlasti u evaluaciji rezultata održivih turističkih projekata u Dubaiju. Trenutni projekti uključuju izradu Nacionalne strategije za razvoj turizma u suradnji s UNWTO, implementaciju TSA sustava te kreiranje pravnog i administrativnog okvira za novi savezni zakon o turizmu Ujedinjenih Arapskih Emirata. Ministarstvo gospodarstva naglašava važnost uključivanja lokalne zajednice u turističke projekte te se zalaže za širenje turističkog razvoja na nova područja unutar Dubaija. Ministarstvo

---

<sup>11</sup> Michael i suradnici, *"Underlying motivating factors for movie-induced tourism among Emiratis and Indian expatriates in the United Arab Emirates"*, 440.

kontinuirano radi na promociji Dubajja na ključnim izvornim tržištima turizma i razvija kampanje za širenje na nova tržišta.

Dubai se brzo etablirao kao jedna od vodećih turističkih destinacija na početku 21. stoljeća, unatoč potencijalnim izazovima koje predstavlja njegova polupustinjska klima. Grad je poznat po visokim temperaturama koje često prelaze 30 stupnjeva Celzijusa tijekom kasnog ljeta, uz visoku vlažnost zbog toplog zraka koji se diže s kopna i privlači vlažniji zrak s mora, dok su kiše tradicionalno rijetke. Potrošnja vode po stanovniku u UAE-u spada među najviše na svijetu, prvenstveno zbog upotrebe u projektima ozelenjavanja i poljoprivredi. Od ukupne potrošnje, samo 13% vode koristi se u kućanstvima, dok preko 80% odlazi na navedene svrhe<sup>12</sup>. Većina vode dolazi iz desalinizacijskih postrojenja koja pretvaraju morsku vodu u pitku, proces koji je energetski zahtjevan i generira značajne količine ugljičnog dioksida.

Pustinjska ekologija Dubajja se kontinuirano suočava s ozbiljnom degradacijom koja traje već više od dva stoljeća, prvenstveno zbog ispaše deva. Prema istraživanjima Fergusona, McCanna i Mannersa<sup>13</sup> iz 1998. godine, procjenjuje se da je 90% kopnenih površina Arapskog poluotoka negativno pogođeno ispašom, pri čemu je 44% zemljišta ozbiljno oštećeno ili jako degradirano. Prirodna ekologija Dubaja koju su karakterizirala stabla akacije i višegodišnje trave zamijenjena ekosustavom dominiranim patuljastim grmljem. Osim toga, prekomjerna ispaša uzrokovala je destabilizaciju pješčanih dina, što dovodi do povećanog kretanja pijeska. Ispaša deva predstavlja glavni pojedinačni uzrok degradacije pustinje.

Al Maha je ograđeni dio unutar Dubai Desert Conservation Reserve (DDCR), smješten oko 70 km jugoistočno od Dubajja i približno 10 km od planinskog lanca Hajar. Prisutnost ovih planina igra ključnu ulogu u vodoopskrbi regije. Teren u ovom području karakterizira tlo koje je siromašno organskom materijom, dušikom, fosforom i mikroelementima, a prisutnost grmlja *Cyperus* ukazuje na visoku razinu slanosti tla. Veći dio rezervata pokriva pejzaž s pješčanim prekrivačem, no tu je i šljunčana površina koja igra značajnu ulogu u lokalnoj ekologiji. Gallacher i Hill ističu da deve u DDCR-u uglavnom ispašu vegetaciju koja raste na šljunčanom sloju, što je također područje koje je najviše pogođeno prekomjernom ispašom<sup>14</sup>. Ova prekomjerna ispaša možda proizlazi iz činjenice da vegetacija na šljunčanim područjima može imati veću hranjivu vrijednost, ali i iz

---

<sup>12</sup> Henderson, "Tourism in Dubai: Overcoming barriers to destination development," 87–99.

<sup>13</sup> Ferguson, McCann i Manners, "Less water, more grazing," 9–11.

<sup>14</sup> Gallacher, i Hill, "Effects of camel grazing on the ecology of small perennial plants in the Dubai (UAE) inland desert," 738–750.

inercije samih deva koje, zbog manje potrošnje energije, mogu lakše očuvati svoje snage, odabirući manje zahtjevne terene za kretanje.

Voda u regiji Dubaija dolazi iz podzemnih vodonosnika te slijedi kanale koji potječu iz planinskog lanca Hajar. Sposobnost lokalne vegetacije da koristi maglu i rosu, koje često prekrivaju područje, predstavlja ključni aspekt za ekosustav. Iako je prekomjerna ispaša deva degradirala pustinjski okoliš, uzrokujući nestabilnost pješčanih dina uslijed gubitka vegetacije, ova degradacija nije trajna i može se obrnuti putem promijenjenog upravljanja zemljištem. Ipak, proces regeneracije nije tako brz kao u umjerenim klimatskim zonama; obnova može potrajati između 20 i 50 godina, ovisno o politikama upravljanja zemljištem. Naime, politike obnove vegetacije i repopulacije iznimno su važne i međusobno povezane. Osim toga, ponovna uspostava potpunih predatorskih lanaca možda nije uvijek moguća. Ovi čimbenici utječu na stupanj do kojeg je potpuna regeneracija flore i faune moguća, kao i na vrijeme potrebno za postizanje te regeneracije.

### 3.3.1. Održivi luksuz

U posljednjih nekoliko desetljeća, luksuzni sektor u Dubaiju značajno je rastao, čime je privukao pažnju mnogih istraživača. Unatoč kasnom početku, integracija održivosti u luksuzni segment može biti ključna za promicanje šire primjene održivih praksi u masovnoj proizvodnji. Stoga, detaljno razumijevanje kako se luksuz i održivost mogu uspješno kombinirati može pružiti dragocjene uvide kako za unapređenje pojedinačnih kompanija tako i za poticanje prelaska na održivije proizvode, što je iznimno važno s društvenog aspekta. Međutim, globalni izazovi poput klimatskih promjena, gubitka biološke raznolikosti, nedostatka vode i hrane te društvene nejednakosti povećali su fokus na korporativnu društvenu odgovornost (CSR) i održive prakse.

Rastući javni interes za pitanja poput CSR-a i održivosti, podstaknut medijskim izvještavanjem i znanstvenim istraživanjima, potaknuo je luksuzne proizvođače da svoje poslovne procese usmjere prema većoj održivosti. Luksuzne marke često postavljaju standarde unutar industrije i služe kao uzor masovnim tržištima koja imitiraju njihove inovacije, što ima širok društveni utjecaj. Stoga, istraživači su istaknuli ključnu ulogu luksuznog sektora u poticanju promjena proizvodnih procesa i motivaciji potrošača za usvajanje održivijih potrošačkih obrazaca, što je neophodno za rješavanje navedenih globalnih izazova.

U skladu s rastućim zanimanjem za istraživanje održivosti u kontekstu luksuznog marketinga, Dogan i suradnici istaknuli su tri ključna područja: (1) stavove i prakse potrošača, (2) stavovi i prakse organizacija te (3) međunarodna i interkulturalna pitanja<sup>15</sup>. Takva strukturacija pruža bogate uvide u teorijske i praktične aspekte održivog luksuza, s fokusom isključivo na marketinšku percepciju. Održivi luksuz utječe na sve segmente opskrbnih lanaca i prelazi granice same proizvodnje luksuznih dobara. Uključuje i pitanja poput eksploatacije prirodnih resursa, primjerice zlata, što je ključno za temeljito razumijevanje njegove specifičnosti u odnosu na druge proizvode.

### 3.3.2. Održiva energija

Obnovljivi izvori energije (OIE) koriste se prirodnim resursima kao što su sunce, vjetar, voda i biomasa koji se mogu obnovljati. Korištenje obnovljivih izvora energije može znatno smanjiti emisije stakleničkih plinova i obogatiti energetske portfelj zemlje. Ujedinjeni Arapski Emirati su regionalni lideri u ovom segmentu, težeći ostvariti cilj nulte neto emisije do 2050. godine, čime postaju prva država u MENA regiji<sup>16</sup> koja je postavila takav cilj. Do 2023. godine, UAE su ažurirali svoju Nacionalnu energetske strategiju s novim ambicijama, uključujući cilj udvostručenja kapaciteta obnovljive energije na 14 GW do 2030. godine. Ova Strategija fokusira se na analizu i evaluaciju upotrebe tehnologija obnovljive energije u emiratu Sharjah, pružajući uvid u trenutno energetske stanje u tom području te istražuje faktore koji utječu na prihvaćanje OIE tehnologija. Analiza uključuje pregled postojećih instalacija obnovljivih izvora energije, kapaciteta proizvodnje energije i budućih perspektiva za obnovljivu energiju u Sharjah.

Perspektive za obnovljivu energiju u Dubaiu su optimistične. Kontinuirana vladina podrška, istraživački i razvojni naponi te suradnja između javnog i privatnog sektora mogu potaknuti širu upotrebu tehnologija obnovljivih izvora energije. Implementacija politika koje potiču korištenje obnovljive energije, poput *feed-in* tarifa i *net metering*, mogu biti ključne. Također, partnerstva s međunarodnim organizacijama i razmjena najboljih praksi mogu potaknuti prijenos znanja i izgradnju kapaciteta, dodatno potičući prijelaz na održivu energiju.

### 3.3.3. Utjecaj zelenog turizma na turističku ponudu

---

<sup>15</sup> Dogan i Shah, "Analyzing the Role of Renewable Energy and Energy Intensity in the Ecological Footprint of the United Arab Emirates," 227.

<sup>16</sup> Razi i Dincer, "Renewable Energy Development and Hydrogen Economy in MENA Region," 168.



Pojam zelenog turizma se godinama razvija i često je predmet rasprava, najčešće zasnovane na zapadnim konceptima. Zeleni turizam se definira kao ekološki osviješteno putovanje u relativno netaknuta prirodna područja, s ciljem uživanja i cijenjenja prirode te njenih kulturnih aspekata, kako iz prošlosti, tako i u sadašnjosti<sup>17</sup>. Ova vrsta turizma teži očuvanju prirode, minimalizaciji negativnog utjecaja posjetitelja te potiče socio-ekonomsko uključivanje lokalnih zajednica. U Dubaiju, koji je poznat po svojim inicijativama za održivost, zeleni turizam promovira očuvanje prirodnih resursa uz istovremeno osiguravanje društveno i ekološki korisnih iskustava. Dubai razvija zeleni turizam kroz prizmu obrazovanja o lokalnoj prirodi, fauni i flori te kroz promociju autohtonih kultura, što doprinosi većem razumijevanju i poštovanju posjetitelja prema prirodnim i kulturnim vrijednostima regije.

Zeleni turizam u Dubaiju ne samo da pruža izvanredna prirodna iskustva, već i promiče održivost poslovanja tako što unapređuje prirodne i kulturne resurse destinacije. Na taj način ne samo da se povećava svijest o važnosti očuvanja, već se i potiče ekonomski rast koji je u skladu s očuvanjem okoliša. Ovaj pristup uključuje i perspektivu ponude i potražnje, pri čemu se posjetitelji koji biraju ekoturističke lokacije smatraju ekoturistima koji su aktivni sudionici u očuvanju okoliša. Stoga, kroz promicanje ekoturizma, Dubai ne samo da jača svoju turističku ponudu, već postavlja i temelje za dugoročnu održivost svojih prirodnih i kulturnih resursa, čime privlači turiste koji su svjesni važnosti očuvanja okoliša.

Motivacija za upoznavanje i cijenjenje prirodnog okoliša ključni su pokretači zelenog turizma u Dubaiju. Slično tome, "uvažavanje" prirode percipira se kao aktivno sudjelovanje, a ne samo pasivno promatranje prirodnih ljepota<sup>18</sup>. U Dubaiju je razvijen pristup turizmu koji potiče zeleni turizam na interakciju s prirodom kroz edukativne aktivnosti i ekološki osviješteno ponašanje, poput fotografiranja bez ometanja okoliša. Dubai može nuditi održive turističke proizvode koji ne samo da štite prirodna okruženja, već i promiču očuvanje tradicionalne kulture. Zeleni turizam u Dubaiju stoga djeluje unutar sistema gdje su ponuda i potražnja međusobno usklađeni. Ako se uspoređi s konceptima koje su izložili Kunos i suradnici, razlikovanje između "usmjerenog na turista", "usmjerenog na turizam" i "makro" ili "sistemskog pogleda" može potvrditi postojanje složene dinamike između potražnje i ponude<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Luomi, *"The International Relations of the Green Economy in the Gulf,"* 25.

<sup>18</sup> Kunos, Kariman i Meirmanova, *"Green Economy Sustainability in the UAE and Agrarian Leadership,"* 54.

<sup>19</sup> Kunos, Kariman i Meirmanova, *"Green Economy Sustainability in the UAE and Agrarian Leadership,"* 55.

U Dubaiju, gdje se nastoji razviti zeleni turizam, postoje različita mišljenja o definiciji zelenog turizma, s nekim stavovima koji sugeriraju da su takvi pokušaji definiranja neuspješni. Iz ovog ugla, ekoturizam se često percipira kao paradoks – pretvaranje mjesta i prostora u komercijalizirane proizvode s ograničenim naglaskom na očuvanje autentičnih karakteristika lokacije. U praksi, mnogi posjetitelji koji se smatraju ekoturistima možda ne uspijevaju stvarno naučiti o prirodi, a ponekad su čak i izolirani od njezinih oštrijih aspekata. Njihova povezanost s prirodom često se temelji na idealiziranoj, romantičnoj percepciji, gdje prirodna okruženja postaju scenografija za spektakle stvorene za turiste. Takva humanizirana konstrukcija prostora bitno se razlikuje od izvorne definicije ekoturizma, koja naglašava stvarno iskustvo i interakciju s prirodom.

Osim toga, postavlja se pitanje da li je netrošački turizam zaista bolji od turizma koji konzumira prirodne resurse. Zbog ovog razloga, terminologija poput "ekstraktivni turizam" može biti preferirana za opisivanje pristupa koji eksploatira prirodne i kulturne resurse bez stvarnog doprinosa očuvanju<sup>20</sup>. Zeleni turizam u Dubaiju, premda često shvaćen kao koncept temeljen na zapadnoj ideologiji, sve više se suočava s činjenicom da su netaknuta i neotkrivena mjesta postala rijetkost. Takva mjesta, koja obiluju vrijednim prirodnim ili kulturnim atrakcijama, postaju sve skuplja i ekskluzivnija, transformirajući se u luksuzne destinacije koje nude jedinstvena iskustva. Ovaj fenomen dovodi do situacije u kojoj lokalno stanovništvo i prirodni pejzaž često postaju sekundarni u odnosu na globalnu kolekciju iskustava. Dok destinacija može imati određene koristi od ekoturizma, ekonomske dobiti koje se vraćaju lokalnoj zajednici često su minimalne.

Interesantno je promatrati kako se koncepti ekoturizma usklađuju s politikama koje se provode u UAE. Percepcije Emirata su u velikoj mjeri oblikovane procesima modernizacije, koje karakteriziraju različiti faktori, uključujući odmak od prethodnog, tradicionalnijeg doba. Razvojne inicijative UAE-a proširile su se na stambenu, obrazovnu i zdravstvenu infrastrukturu, što je stanovništvo učinilo manje nomadskim i više usmjerenim prema zapadnjačkom načinu života. Iako tradicija odlazaka u pustinju ostaje, priroda ovog iskustva se promijenila. Danas, umjesto putovanja na devama, Emiraćani koriste automobile, a šatori u kojima borave nisu više od tradicionalne vunene tkanine, već su napravljeni od sintetičkih materijala i opremljeni su strujom, kupaonicom i televizorom. Pustinje su tako postale destinacije koje pružaju domaću udobnost; one služe kao podsjetnik na prošlost, doprinoseći suvremenom identitetu, ali većinu dana Emiraćani provode u klimatiziranim uredima i domovima.

---

<sup>20</sup> Hussain Sabree Ali, *"Societal green economy and its impact on sustainable development,"* 109.

Religija igra važnu ulogu u ovom kontekstu. Unatoč suvremenom okruženju, emiratsko društvo je duboko uronjeno u islamsku kulturu, obrede i vjerovanja. Poziv na modernost, tradiciju i islam doveo je do posebnih ekoloških inicijativa u emiratima kao što su Abu Dhabi i Dubai. Abu Dhabi je posebno postao središte za inicijative ozelenjavanja, gdje se borba protiv dezertifikacije shvaća kao refleksija moderne sposobnosti upravljanja prirodnim resursima. Takvo ozelenjavanje pustinje opravdava se i kao odgovor na globalni problem dezertifikacije koji pogađa sjevernu Afriku i Bliski Istok<sup>21</sup>. U islamskoj kulturi, zelenilo ima posebno značenje jer se raj često zamišlja kao zeleni vrt s tekućom vodom i fontanama, a zelena je boja tradicionalno povezana s prorokom. Također, prisutnost nafte smatra se Božjim darom, baš kao i sposobnost pretvaranja pustinje u zeleni pašnjak, što je izraz Božje kreativne volje. Uprkos upozorenjima koja se odnose na one koji žive u raskoši u bujnim vrtovima, takvi pogledi nisu dio ekološkog razmišljanja prema Zayedovoj ideologiji.

Osim toga, apeliranje na tradicionalne metode upravljanja održava osjećaj odgovornosti prema narodu, gdje vladari pokazuju brigu i teže unaprijediti društveni status svojih građana, ispunjavajući time i svoje vjerske dužnosti. U Emiratima, ozelenjavanje pustinje ne samo da služi kao simbol transformacije društva, već stoji rame uz rame s drugim simbolima modernizacije poput sjajnih nebodera, nove zračne luke u Dubaiju ili Burj Al Araba. Ovaj proces ozelenjavanja je način demonstriranja napretka, poboljšanja životnog okruženja, gdje se dobrobit izjednačava s održivošću. Međutim, za razliku od mnogih zemalja gdje je uloga države u zaštiti okoliša vidljiva kroz osnivanje nacionalnih parkova, u UAE se angažman javnosti razlikuje. Javno članstvo u organizacijama nije tako rašireno kao u slučaju organizacija poput Nacionalnog društva Audubon (SAD), Forest and Bird (Novi Zeland), Royal Society for the Protection of Birds (UK) ili sličnih tijela. Kako Kunos i suradnici napominju, komercijalna podrška češće ide ka zaštiti okoliša nego prema javnim članstvenim organizacijama<sup>22</sup>.

U razvoju projekta Lagoons u Dubaiju, investitori su podržali zaštitu prirodnih staništa koja su važna za gniježđenje flamingosa i drugih ptica. Ova zaštićena područja, iako služe očuvanju prirode, istovremeno su iskorištena za promicanje skupog stambenog prostora, čime prirodna mjesta postaju atraktivna značajka stambenog okruženja. Međutim, takvi primjeri nisu specifični samo za UAE, već se mogu pronaći globalno, gdje su već odavno priznati od strane urbanističkih planera. Ozelenjavanje pustinje u Emiratima prelazi granice jednostavnog smanjenja pješčanih

---

<sup>21</sup> Luomi, *"The International Relations of the Green Economy in the Gulf: Lessons from the UAE's State-Led Energy Transition,"* 30.

<sup>22</sup> Kunos, Kariman, i Meirmanova, *"Green Economy Sustainability in the UAE and Agrarian Leadership,"* 56.

površina; to je također metaforički i doslovan proces kreiranja alternativnih okoliša. Obiteljski odnosi unutar komercijalnih poduzeća u Emiratima često podrazumijevaju da su ekološke inicijative integrirane preko korporativnih struktura, a ne kroz individualna članstva u ekološkim pritiskačkim skupinama, što se razlikuje od modela uobičajenih na Zapadu.

Ozelenjavanje pustinje značajno je napredovalo od 1971. godine. Samo u Abu Dhabiju obrađeno je više od 200.000 hektara zemlje, a zasađeno je i 20 milijuna stabala palmi datulja. Prema podacima Ministarstva informiranja i kulture UAE, diljem UAE zasađeno je više od 100 milijuna stabala. Dubaijska općina također se angažira u uspostavljanju parkova; 2006. godine, 3% grada bilo je označeno kao zelenilo, s planovima da se do 2020. godine 8% Emirata označi kao zeleni prostor<sup>23</sup>. Jedan od rezultata ovih inicijativa je pojava faune koja ranije nije bila prisutna u Emiratima, što postavlja pitanja o njezinom utjecaju na autohtone vrste.

### 3.3.4. Zeleni marketing

Zeleni marketing uključuje prenošenje potrošačima predanosti tvrtki prema održivosti i etičkom poslovanju. Ovaj pristup nije samo marketinška strategija, već način na koji tvrtke demonstriraju svoju želju za pozitivnim utjecajem na okoliš, istovremeno privlačeći potrošače koji teže donositi ekološki odgovorne odluke. Strategija zelenog marketinga u Dubaiju usklađena je s ambicioznim ciljevima održivog razvoja koje promovira vlada Ujedinjenih Arapskih Emirata. Vlada teži postizanju ciljeva održivog razvoja UN-a, fokusirajući se na obnovljivu energiju, smanjenje otpada i zaštitu prirodnog okruženja<sup>24</sup>. Tvrtke koje usvajaju zeleni marketing ne samo da prate globalne trendove, već aktivno sudjeluju u realizaciji nacionalnih ambicija za održivost. Potrošači u Dubaiju postaju sve više svjesni ekoloških posljedica svojih potrošačkih odluka. Sve više biraju proizvode i usluge koje odražavaju njihove vrijednosti o održivosti, ekološkoj prihvatljivosti i etičkim standardima. Zeleni marketing pomaže tvrtkama da se povežu s ovom rastućom grupom ekološki osviještenih potrošača, nudeći im proizvode koji su u skladu s njihovim vrijednostima.

Zeleni marketing u Dubaiju donosi brojne prednosti za poslovanje, pružajući ne samo priliku za istaknuti se na konkurentnom tržištu, već i za promicanje društvene i ekološke odgovornosti. Kroz zeleni marketing, tvrtke demonstriraju svoju predanost etičkim i održivim praksama, čime

---

<sup>23</sup> UAE's Power Sector *"Transitioning to a Clean and Smart Grid"* REGlobal, 1.

<sup>24</sup> Luomi, *"The International Relations of the Green Economy in the Gulf,"* 31.

povećavaju svoju vjerodostojnost i ugled<sup>25</sup>. Ova strategija ne samo da privlači ekološki osviještene potrošače već također omogućava dugoročnu održivost i profitabilnost kroz smanjenje troškova i inovacije. Dubaijeva vizija usklađenosti s globalnim ciljevima održivog razvoja, uključujući obnovljivu energiju i smanjenje otpada, savršeno se nadopunjuje sa zelenim marketingom. Tvrtke koje usvajaju ovaj pristup ne samo da pridonose očuvanju okoliša već i educiraju potrošače o važnosti održivih izbora, potičući ih da donose informirane odluke koje podržavaju održivi razvoj. Primjeri poput Starbucks, IKEA, i The Body Shop u Dubaiju ilustriraju kako zeleni marketing može biti uspješno implementiran. Starbucks se fokusira na razvoj obnovljivih izvora energije i smanjenje otpada ambalaže, dok IKEA provodi svoju strategiju "People & Planet Positive", fokusirajući se na ekološki prihvatljive prakse i smanjenje otpada. The Body Shop se ističe svojim proizvodima bez okrutnosti i angažmanom na korištenju 100% obnovljive energije.

Kroz ove primjere, jasno je kako zeleni marketing ne samo da potiče javno zdravlje i čišći okoliš, već i jača odnose s potrošačima koji cijene ekološke vrijednosti. Zeleni marketing u Dubaiju stoga ne predstavlja samo tržišnu strategiju, već ključnu komponentu šireg društvenog i ekološkog blagostanja, pokazujući kako održive prakse mogu biti integralni dio modernog poslovanja. Za mala i srednja poduzeća u Dubaiju koja teže integrirati zeleni marketing u svoje poslovanje, postoji niz koraka koji mogu pomoći u oblikovanju dugoročne strategije usmjerene na održivost. Prvi korak uključuje njegovanje kulture održivosti unutar organizacije. To može uključivati poticanje praksi poput korištenja energetski učinkovite opreme, minimiziranje upotrebe papira i poticanje rada na daljinu. Ove akcije ne samo da smanjuju ekološki otisak tvrtke, već i potiču zaposlenike na ekološki osviješteno ponašanje. Drugi korak je stjecanje ekoloških certifikata od trećih strana, što može povećati vjerodostojnost tvrtke u očima potrošača i poslovnih partnera. Certifikati kao što su ISO 14001, koji postavlja standarde za sustave upravljanja okolišem, ili specifičniji certifikati poput Cradle Certified Product Standard, mogu poslužiti kao dokaz predanosti tvrtke održivim praksama. Treći korak uključuje podršku ekološkim inicijativama kroz filantropske napore<sup>26</sup>. Sudjelovanje u lokalnim i globalnim ekološkim projektima može pomoći tvrtkama da se pozicioniraju kao društveno odgovorne i povežu se s drugim ekološki svjesnim organizacijama i pojedincima.

---

<sup>25</sup> Hussain Sabree Ali, "*Societal green economy and its impact on sustainable development*," 111.

<sup>26</sup> Dogan i Shah "*Analyzing the Role of Renewable Energy and Energy Intensity in the Ecological Footprint of the United Arab Emirates*," 230.

Naime, suradnja s drugim poduzećima koja dijele iste vrijednosti održivosti može pojačati utjecaj zelenih marketinških kampanja. Udruživanje resursa i ideja može stvoriti moćnije i učinkovitije kampanje koje promoviraju održive prakse i proizvode. Zeleni marketing nije samo prolazna moda; to je ključni element poslovne strategije u Dubaiju, gdje vlada Ujedinjenih Arapskih Emirata promiče održive prakse. Usvajanjem zelenog marketinga, mala i srednja poduzeća ne samo da mogu ostvariti financijsku korist, već i doprinijeti stvaranju ekološki osviještenog društva, što je ključno za dugoročni uspjeh i održivost.

Tvrdnje o održivosti i zaštiti okoliša sve više postaju ključne komponente marketinških strategija širom svijeta. Kako raste svijest potrošača o njihovom utjecaju na okoliš, tako raste i njihovo očekivanje da brendovi i tvrtke prihvate ekološki osviješteno poslovanje. Posljednjih godina, zelene marketinške kampanje postale su sve prisutnije u različitim sektorima, uključujući financije, zrakoplovstvo i maloprodaju, pokazujući kako tvrtke promoviraju svoje proizvode i usluge kao ekološki prihvatljive i održive. U Europi i Australiji, razvoj regulativa koje upravljaju korištenjem ekoloških tvrdnji postavio je visoke standarde. Ove regije su implementirale stroge zakone, smjernice i sustave provedbe kako bi osigurale da brendovi ostaju odgovorni za svoje ekološke tvrdnje. Ujedinjeni Arapski Emirati također su izrazito predani ostvarivanju svojih ciljeva održivosti. S brojnim inicijativama za obnovljivu energiju i razvojem održivih gradova te s 2023. godinom proglašenom godinom održivosti, jasno je da održivost igra centralnu ulogu u razvojnim planovima zemlje. Međutim, unatoč ovim naporima, UAE još uvijek zaostaju u uspostavi detaljnih regulativa ili smjernica za zeleni marketing u usporedbi s nekim drugim zemljama, što ukazuje na područje koje zahtijeva daljnji razvoj i poboljšanja.

Iako u Ujedinjenim Arapskim Emiratima ne postoje specifični propisi ili vodiči koji se izričito odnose na zeleni marketing, postojeći zakoni pružaju okvir koji se može primijeniti na ekološke tvrdnje u marketingu. Savezni zakon UAE br. 15/2020 o zaštiti potrošača i Vodič za oglašavanje iz 2018. godine, koji je izdalo Nacionalno vijeće za medije, sadrže odredbe koje mogu utjecati na način na koji se provodi zeleni marketing<sup>27</sup>. U kontekstu zelenog marketinga, opće tvrdnje o održivosti koje nisu potkrijepljene konkretnim podacima ili dokazima mogu se smatrati obmanjujućim oglašavanjem. Vodič za oglašavanje dodatno naglašava da oglasi ne smiju sadržavati lažne ili obmanjujuće tvrdnje, niti smiju biti predmet pretjerivanja ili izazivati zbunjenost među potrošačima. S obzirom na trenutne marketinške prakse, koje često uključuju

---

<sup>27</sup> Hussain Sabree Ali, *"Societal green economy and its impact on sustainable development"*, 112.

minimalno korištenje teksta ili oslanjanje na vizualne elemente, posebno u kampanjama na društvenim mrežama, brendovi i tvrtke moraju biti posebno oprezni da njihove marketinške izjave budu jasne i točne, kako bi izbjegli potencijalne pravne posljedice zbog obmanjujućeg oglašavanja. Stoga je ključno da tvrtke u UAE-u koje koriste zeleni marketing ulože dodatni trud u osiguranje da su njihove ekološke tvrdnje točne, transparentne i potkrijepljene relevantnim informacijama, kako bi izbjegle kršenje ovih zakonskih smjernica i održale povjerenje svojih potrošača.

U prosincu 2023. godine, reklamna kampanja jedne zrakoplovne kompanije sa sjedištem u Ujedinjenim Arapskim Emiratima bila je predmet zabrane od strane Uprave za standarde oglašavanja Ujedinjenog Kraljevstva (ASA). Razlog zabrane leži u obmanjujućem karakteru ekoloških tvrdnji koje su "preuveličavale ekološke prednosti letenja" s tom kompanijom. Iako je kampanja povučena u Ujedinjenom Kraljevstvu, nije jasno jesu li Regulatorni ured za medije ili Ministarstvo gospodarstva Ujedinjenih Arapskih Emirata poduzeli korake protiv ove kampanje, što bi također predstavljalo kršenje lokalnog Zakona o zaštiti potrošača i Vodiča za oglašavanje.. Oglasi bi trebali uključivati detaljne informacije o metodama korištene za ocjenu utjecaja na okoliš ili uputiti potrošače na resurse gdje mogu pronaći dodatne informacije.

U trenutku kada UAE još uvijek razvija specifične propise za zeleni marketing, za tvrtke sa sjedištem u toj zemlji, posebno one koje provode međunarodne kampanje, izuzetno je važno osigurati usklađenost s međunarodno prihvaćenim standardima. S obzirom na globalnu orijentaciju prema održivosti, što se sve više smatra ključnim pokazateljem uspješnosti poslovanja, pridržavanje strožih pravila o zelenom marketingu koja postoje u drugim zemljama postaje neophodno. Kako Ujedinjeni Arapski Emirati nastavljaju s integracijom naprednih tehnologija za promicanje održivosti svojih gradova, postoji očekivanje da će i regulativa vezana uz zeleni marketing pratiti ovaj trend razvoja. Za tvrtke koje planiraju globalne marketinške inicijative s ekološkim tvrdnjama, ključno je obratiti pažnju na zahtjeve i očekivanja u zemljama ciljanim svojim kampanjama. Za tvrtke koje su nove u ovom području ili one koje žele proširiti svoje djelovanje na međunarodno tržište, preporučuje se konzultiranje s pravnim stručnjacima i marketing specijalistima koji su dobro upoznati s pravilima i praksama zelenog marketinga globalno. Ovo je važno ne samo za izbjegavanje pravnih rizika već i za izgradnju kredibiliteta i povjerenja među sve svjesnijom potrošačkom javnošću. Stoga, angažiranje savjetnika iz naše globalne mreže može pružiti podršku i uvid potreban za uspješno navigiranje ovim složenim i brzo mijenjajućim područjem.

### 3.3.5. Dubai 2030.

Ciljevi održivog razvoja definiraju multilateralni sporazum do 2030. godine, a Ujedinjeni Arapski Emirati igraju značajnu ulogu u ovom procesu kao država i kao vodeći međunarodni donator<sup>28</sup>. Do sada, 193 zemlje članice Ujedinjenih naroda, zajedno s brojnim dionicima, usuglasile su se oko ove ambiciozne vizije za zajedničku budućnost, što predstavlja dosad neviđen konsenzus. Ciljevi održivog razvoja nude novi način razumijevanja i pristupa razvoju koji prelazi tradicionalne pokazatelje kao što su dohodak ili očekivana životna dob. Oni obuhvaćaju širok spektar faktora koji utječu na kvalitetu života pojedinaca, uključujući ekološka pitanja kao što je onečišćenje oceana plastikom, mentalno zdravlje i sreću, kao i pristup tehnologijama poput mobilnih telefona. Osim toga, novi pristup stavlja naglasak na dugoročnost, naglašavajući da razvoj koji ne može osigurati budućnost generacija na ekonomski, ekološki i društveno održiv način nije autentičan razvoj.

Ujedinjeni Arapski Emirati izazvali su globalnu percepciju svoje regije kroz predanost osnaživanju žena, održivoj energiji, klimatskim akcijama, vrhunskim dostignućima u obrazovanju, iskorjenjivanju siromaštva i zdravstvu. Stoga, ciljevi održivog razvoja nisu samo dio našeg naslijeđa, već i ključni element naših planova za budućnost.

Proces razvoja Ciljeva održivog razvoja (SDG) započeo je na Konferenciji Ujedinjenih naroda o održivom razvoju, poznatoj kao Rio+20, koja se održala u lipnju 2012. godine. Ideju o SDG-ovima prvi su put predložile Kolumbija i Gvatemala 2011. godine, a pred sam Rio+20 summit, ciljevi su dobili potporu od brojnih zemalja, uključujući Peru i Ujedinjene Arapske Emirate<sup>29</sup>. Proces pregovora oko SDG-a odvijao se unutar Otvorene radne skupine (OWG) Opće skupštine Ujedinjenih naroda. UAE su aktivno sudjelovali u OWG-u, predstavljajući azijsko-pacifičku regiju zajedno s Ciprom i Singapurom, te su značajno pridonijeli raspravama o ključnim temama poput energije, obrazovanja, globalnog partnerstva, zdravstva, vode i osnaživanja žena. UAE su također predstavljali Arapsku grupu tijekom ovih pregovora. Ciljevi održivog razvoja su finalizirani u kolovozu 2015. godine, nakon osam sesija međuvladinih pregovora. Na UN-ovom summitu o održivom razvoju u rujnu 2015. godine, formalno je usvojena Agenda za održivi razvoj do 2030.

---

<sup>28</sup> Al Naqbi, Tsai, i Mezher, *"Market Design for Successful Implementation of UAE 2050 Energy Strategy,"* 116.

<sup>29</sup> Ibid., 120.



godine. UAE su na summitu istaknuli važnost pristupa čistoj energiji, dostupnosti i pristupačnosti hrane, kvalitetnog obrazovanja i zdravstvene skrbi, održivog ekonomskog rasta, zdravih ekosustava i povećane učinkovitosti resursa kao ključnih pitanja koja odražavaju prioritete zemlje.

Ujedinjeni Arapski Emirati su se obvezali na princip 'nikoga ne ostaviti iza sebe' i na promicanje održivog i otpornog razvojnog puta za cijeli svijet. Također, ministar vanjskih poslova UAE, Nj.E. Sheikh Abdullah bin Zayed Al Nahyan, sudjelovao je na panelu na visokoj razini koje je organizirao glavni tajnik UN-a o globalnoj održivosti<sup>30</sup>. Dr. Sultan bin Ahmed Sultan Al Jaber, državni ministar, i Nj.E. Reem bint Ebrahim Al Hashimy, državna ministrica za međunarodnu suradnju, predstavljaju UAE u Vijeću za liderstvo UN-ove mreže za rješenja održivog razvoja (SDSN), dodatno potvrđujući predanost UAE globalnim ciljevima održivog razvoja. Ujedinjeni Arapski Emirati slove za jednu od najuspješnijih javnih uprava u svijetu, čemu svjedoči njihova ambiciozna nacionalna vizija razvoja te posvećenost ostvarenju izvanrednih ekonomskih, društvenih i ekoloških rezultata. Ovi ciljevi postižu se zahvaljujući efikasnom i transparentnom upravljačkom aparatu, koji je podržan dobro uspostavljenim okvirom učinka, visoko kvalificiranom državnom službom te inovativnim i efikasnim mehanizmima pružanja javnih usluga. Zemlja teži osiguravanju političke koherencije kroz mehanizme koji usklađuju nacionalne i podnacionalne politike. Također, ključna je uloga tehnologija i uključenosti svih relevantnih dionika, koje se koriste za maksimiziranje učinkovitosti u postizanju održivih razvojnih ciljeva. Ovaj pristup ne samo da potiče održivi razvoj unutar zemlje, već i postavlja UAE kao globalni primjer u implementaciji integriranih i sveobuhvatnih strategija razvoja.

---

<sup>30</sup> Ibid., 121.



## **Zaključak**

Putovanje Dubajja od središta luksuznog turizma do globalnog lidera u zelenom turizmu pokazuje predanost grada održivom razvoju. Suočen s rapidnom urbanizacijom i sve većim ekološkim izazovima, Dubai je vrlo uspješno implementirao prakse održivog karaktera koje ne samo da povećavaju njegovu privlačnost za ekološki osviještene putnike, već i doprinose očuvanju njegovog jedinstvenog pustinjskog ekosustava. Njegove zelene inicijative poput održivog luksuznog turizma, korištenje obnovljive energije, pokazuju kako ekološka odgovornost može biti u simbiozi s gospodarskim uspješnim rastom. Uspjeh Dubajja u zelenom turizmu ovisit će o njegovoj sposobnosti da se kontinuirano prilagođava novim izazovima održivosti.

Evolucija Dubajja može poslužiti kao primjer drugim gradovima koji žele uskladiti svoju turističku industriju s globalnim ciljevima održivosti. Napori grada postavili su novi standard na Bliskom istoku, a potencijalno i u svijetu, pokazujući da je čak i u pustinjskom okruženju moguća održivost. Da bi zeleni turizam u Dubajju opstao, mora se baviti ne samo ekološkim pitanjima, već i pravima i dobrobiti onih koji doprinose industriji.

## Bibliografija

- Al Naqbi, S., I-Tsung Tsai i Toufic Mezher. „Market Design for Successful Implementation of UAE 2050 Energy Strategy“. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. (2019) 120.
- Ben-Romdhane i suradnici. „Coral reefs of Abu Dhabi, United Arab Emirates: Analysis of management approaches in light of international best practices and a changing climate“. *Frontiers in Marine Science*, Vol. 7 (2020) 541.
- Dogan, Eyup i Shah, Sayed Faisal. „Analyzing the Role of Renewable Energy and Energy Intensity in the Ecological Footprint of the United Arab Emirates“. *Sustainability*, Vol. 14, (2021.) 227.
- Ferguson, Morag, McCann, Ian, i Manners, Guy. „Less water, more grazing“. *ICARDA Caravan*, Vol. 8, (1998.) str. 9–11
- Gallacher, D.J., & Hill, J.P. "Effects of camel grazing on the ecology of small perennial plants in the Dubai (UAE) inland desert". *Journal of Arid Environments*, Vol. 66, (2006.) str. 738–750.
- GSTC – Global Sustainable Tourism Council, *Booking.com 2023 Sustainable Travel Report* , 10
- Haryopratomo, Aldi i suradnici. Dubai Tourism Cluster. Boston: Institute for Strategy and Competitiveness. 2011.
- Henderson, Joan C. "Tourism in Dubai: Overcoming barriers to destination development". *International Tourism Research*, Vol. 8 (2006.) 87-99.
- Hussain Sabree Ali, Amna. „Societal green economy and its impact on sustainable development“. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, Vol. 16 (2021.) 105-114.
- Joppe, Marion i Dodds, Rachel. *The Urban Green Tourism*. Toronto: Travel and Tourism Research Assosiation. 1998.

- Kaleychev, Svetoslav i Tsonev, Nicolay. „Luxury tourism and its impact on Dubai primary ecosystems“. *Journal of Balkan Ecology*, Vol. 22, No. 1 (2019.) str. 5-12.
- Kunos, Istvan, Somayeh Keriman., Aigul Meirmanova. „ Green Economy Sustainability in the UAE and Agrarian Leadership“. *Theory, Methodology, Practice; Miskolc*. (2020.) Vol. 16, 51-60
- Lukovich, Tamas. „Justification for 'scrapping the sky'. A comprehensive international review of skyscrapers/high-rise buildings from an urban design perspective“.. *YBL Journal of Built Environment*, Vol. 7, No.1., (2019.) str. 48-72.
- Luomi, Mari. *The International Relations of the Green Economy in the Gulf: Lessons from the UAE's State-Led Energy Transition*. Oxford. The Oxford Institute for Energy Studies. 2015.
- Michael, Noela i suradnici. "Underlying motivating factors for movie-induced tourism among Emiratis and Indian expatriates in the United Arab Emirates". *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 20., No. 4, (2020.) 435-449.
- Razi, Faran i Dincer, Ibrahim. „Renewable Energy Development and Hydrogen Economy in MENA Region: A Review“. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. (2022.) 168.
- UAE's Power Sector. „Transitioning to a Clean and Smart Grid“ REGlobal. 2021.
- UNWTO. *Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism*. 170
- Vujić, Vidoje, ur. *Održivi razvoj turizma*. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment. 2003.

## Popis ilustracija

Grafikon 1. Stopa pokrivenosti drvećem u izboru europskih glavnih gradova, u %

9