

Dražesna moć prirode



Piše:
Jan -PITER
OLTERS

Zaštita čovjekove okoline je ključni sastojak razvojnog potencijala Crne Gore. Strategija ekonomskog razvoja neće funkcionisati ako se ne načini odlučan napor da se koncept Crne Gore kao „ekološke države“ ispuni nekim praktičnim mjerama

Divlja lepota – neukročena, nedirnuta i, u isto vreme, misteriozna i privlačna. To je nešto što pobuđuje interes. Zato lako uočljiv slogan *Montenegro Wild Beauty* nije samo pametna marketinška smicalica za strane turiste, već i obećanje stanovnicima Crne Gore da će Vlada istrajati u zaštiti prirodnih blaga i lepota kao glavnog sastojka plana razvoja turizma. Prvi znaci ukazuju da se ova strategija – povezivanja zaštite prirode sa privrednim razvojem – pokazala veoma uspešnom.

Zvanična statistika je jasna. Turističko tržište u Crnoj Gori raste po jednoj od najbržih stopa u svetu. Prihodi od turizma porasli su za 39 odsto u 2007. godini, na oko 480 miliona eura, što je više od petine ukupnih privrednih aktivnosti. Skoro 1,2 miliona ljudi odmaralo se u Crnoj Gori, što je porast od 21 odsto. Turisti su težili da ostaju duže, jer je broj noćenja rastao za čak 23 odsto, na 7,3 miliona u 2007. godini – pa su kapaciteti bili popunjeni sa 33 odsto u toj godini. Među stranim investitorima, taj ogroman potencijal nije promakao nezapaženo, a preliminarni rezultati procenjuju da strane direktne investicije dosežu do oko milijardu evra, dobar deo toga je išlo u turizam. Grubo gledano od ukupnog priliva kapitala pola se

odnosilo na kupovinu kuća i zemlje duž obale.

Međutim, rekordna turistička sezona 2007. godine dovela je do optimizma koji lako može da splasne, naročito ako se poveća raskorak između onoga što se nudi u turističkim brošurama i onoga što turista zaista doživi u Crnoj Gori. Turističke destinacije, koje se ne drže onoga što obećavaju, brzo

Rekordna turistička sezona 2007. godine dovela je do optimizma koji lako može da splasne, naročito ako se poveća raskorak između onoga što se nudi u turističkim brošurama i onoga što turista zaista doživi u Crnoj Gori. Turističke destinacije, koje se ne drže onoga što obećavaju, brzo ispadnu iz mode

ispadnu iz mode. Među svim ovim dobrim vestima, bilo je i signala koji su zabrinjavajući, uključujući i one o uskim grlima u infrastrukturi. Nedostatak vode i struje naročito je bio izražen na vrhu sezone. Ali to nije bilo sve. Jedan tur-operator nedavno

je objavio da će izbaciti Crnu Goru iz svog kataloga za 2008. godinu – navodno zbog previsokih cena u hotelima, kao i zbog žalbi o prevelikim gužvama na plažama, neprekidnoj buci iz noćnih klubova i zagađenja.

Turistička sezona u 2008. biće mnogo teža. U 2007. Crna Gora je bila „kul“. Bila je to neka nova zemlja za turiste, pa eho od velikog praska zbog kockanja Džejs Bonda u velike iznose, pa još veći prasak koji su izazvali *Rolling Stonsi* na plaži Jaz. 2008. godina je drugačija. Videćemo da li će prošlogodišnji turisti ponovo doći i da li će namamiti svoje prijatelje i rođake da ih slede. U ovom momentu, kad mnogi prave planove za odmor, Balkan opet izgleda nestabilan, posebno jer se još ne zna šta će biti sa statusom Kosova. Turisti nisu skloni riziku, pa ne možemo isključiti mogućnost usporavanja rasta u turističkoj tražnji ili čak i preokret u dosadašnjim kretanjima. Šta sve to znači za izazove koji stoje pred razvojem crnogorskog turizma? Fokusirajte se na ono što prodaje „Crnu Goru“, usredsredite se na jasno utvrđene oblasti, koje nije lako sprovesti.

Zaštita čovekove okoline je ključni sastojak razvojnog potencijala Crne Gore. Odluka s kraja 2006. godine da se

formira Ministarstvo za turizam i zaštite čovekove okoline je bila pronicljiva. Turizam zavisi od prirode i čovekove okoline, a strategija ekonomskog razvoja neće funkcionisati ako se ne načini odlučan napor da se koncept Crne Gore kao „ekološke države“ ispuni nekim praktičnim merama. Iskustvo sa „divljom lepotom“ za turiste potiče od utiska o nenarušenoj prirodi, duž kanjona, po planinama, na jezerima, ili u deltamama.

relativno male promene – recimo, kao rezultat nelegalne gradnje ili prevelike gradnje – lako će i trajno uništiti to blago. I centralna i lokalne vlade stalno su podvrgnute izazovu uskih interesa i brzog profita koji obećavaju veliki investitori. Javne institucije su pred izazovom da pokažu svoju zrelost u zaštiti jedinstvenih prirodnih resursa Crne Gore i da (pre)usmere privatne interese na

tim pitanjima raspravljalo bez da se došlo do nekog rešenja. Jasno se to vidi i nakon površnog posmatranja. Ali u poslednje vreme se stvari pokreću u okviru rasprave o tome kako najbolje upravljati otpadom. Vlada je tražila od opština da izađu

I centralna i lokalne vlade stalno su podvrgnute izazovu uskih interesa i brzog profita koji obećavaju veliki investitori. Javne institucije su pred izazovom da pokažu zrelost u zaštiti jedinstvenih prirodnih resursa Crne Gore i da (pre)usmjere privatne interese na način koji je u skladu sa dugoročnim interesima Crne Gore

je nedavni dogovor između Bara i Ulcinja (Ulqin) da zajednički izgrade i upravljaju – uz pomoć Svetske banke – sanitarni otpad u Možuri.

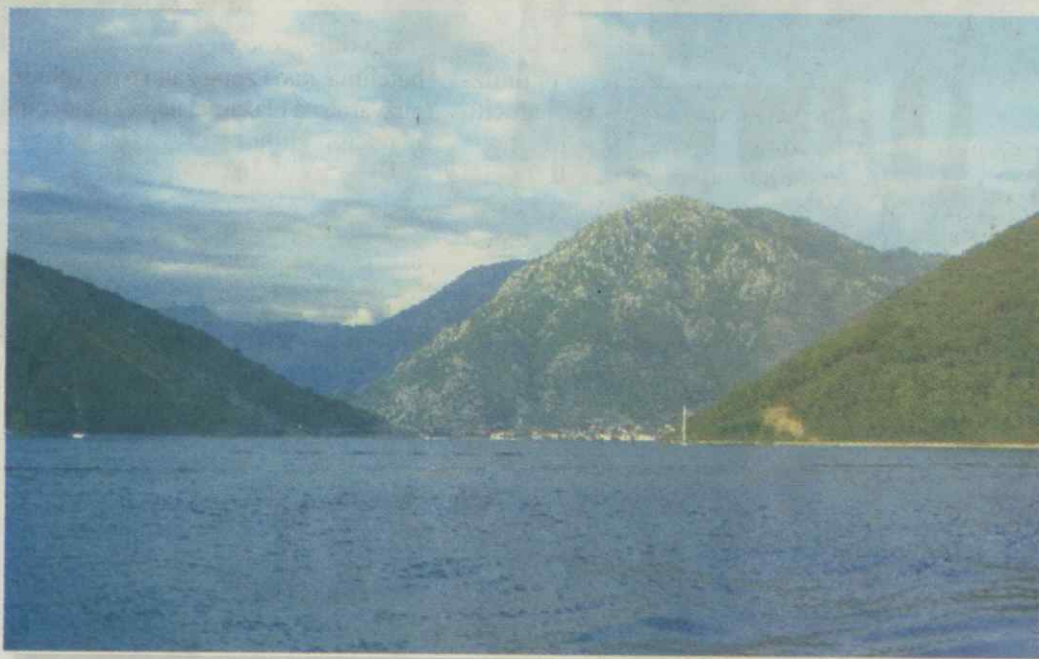
Naravno, takve odluke može da prati i politika koja će voditi manjoj proizvodnji otpada, bilo preduzimanjem neophodnih koraka da se reciklira ono što može opet upotrebiti, bilo da se ograniči upotreba predmeta koje bacamo poput plastičnih kesa, koje dovode do vidljivog zagađenja i utiču na vodeni svet. Slični problemi javljaju se i kad je u pitanju tečni otpad, koji će biti još veći ako turizam nastavi da se razvija sadašnjim tempom. Ali i tu se sve više uviđa hitnost potreba preduzimanja odgovarajućih mera.

Regionalni projekat vodovoda za Crnogorsko primorje, koji se sprovodi uz podršku Svetke banke, Evropske banke i drugih međunarodnih partnera, ima za cilj da kombinuje snabdevanje vode sa tretmanom otpadnih voda kako bi se sprečilo (dalje) zagađenje glavnog turističkog resursa „morske vode“.

Bez obzira da li gledate u turističke brošure, podatke o platnom bilansu Crne Gore ili o državnom budžetu, sve te publikacije ukazuju na ključnu ulogu obezbeđenja stalnog priliva od turizma i, zato, o značaju zaštite resursa koji obezbeđuju te prihode. Zaštita čovekove okoline je, zapravo, podignuta na nivo ustavne obaveze, jer taj dokument kaže da svako ima pravo na zdravu životnu sredinu i ima pravo da dobije blagovremenu i punu informaciju o statusu čovekove okoline. Svako, a

posebno država, obavezan je da sačuva i poboljša stanje čovekove okoline. Osim što je dražesna, lepota divlje prirode je našla svoje mesto i u suvoparnoj ekonomiji.

(Autor je šef kancelarije Svjetske banke u Crnoj Gori)



UOČLJIV SLOGAN: Montenegro Wild Beauty

način koji je u skladu sa dugoročnim interesima Crne Gore.

Vidljivo zagađenje odvraća bogate turiste. Lošija strana privrednog razvoja je, naravno, stvaranje i čvrstog i tečnog otpada. Tretiranje i odlaganje otpada ostaje kritični izazov, ne samo zbog politički osetljivog pitanja gde će se locirati otpad. Godinama se o

sa svojim strategijama o sanitarnom tretiranju otpada, uz indirektnu pretnju da će Podgorica direktno preuzeti te funkcije.

Ali i bez te poruke centralnih vlasti, sve više opština shvata da je valjano upravljanje otpadom od presudnog značaja za njihov sopstveni interes. Jedna od stvari koje ohrabruju

