



Работен пакет 3

Дейност A2

Разработване на учебни материали за смесения курс

Въпросник, адресиран до заинтересованите страни по проекта Международен ден на мавруда в национален контекст, насочен към нематериалния принос към Работен пакет 4 (Изпълнение на семинари за възрастни обучаеми), описан като „Създаване на съвместни пространства за планиране, общностни мрежи за оформяне и дизайн на общностни действия в областта на регенеративния туризъм и общностното популяризиране.“





i) Местна инициативна група „Монти Лепини“ // ii) Проект „Slow Food Travel“

i) Местната инициативна група „Monti Lepini“ все още не е завършена практика, но ще бъде полезна за структурирането на главата, възложена на TR, и ще се използва като учебна общност в Agora, при разработването на предстоящия проект. Ще бъде интересно да се анализират нормите, стоящи в основата на създаването на местни инициативни групи, подходът на ЕС Leader и начинът, по който той може да насърчи инициативи за регенеративен туризъм. Местната инициативна група понастоящем насърчава финансови инструменти за подкрепа на създаването на устойчиви и регенеративни туристически инициативи във вътрешните райони, които се нуждаят от действия, инициативи и политики за предотвратяване на обезлюдяването и засилване на устойчивостта на местното население.

<https://www.galmontilepini2023-2027.eu>

ii) Проектът за пътуване на Slow Food ще бъде използван като пример за участие в създаването на регенеративни туристически маршрути със съдействието на цялата местна общност от НПО, местни производители и жители..

<https://www.slowfood.com/it/communities/>

Модул 1. Въпроси за устойчив туризъм.

i) МИГ “Monti Lepini”

Въпрос 1: Как местната инициативна група „Monti Lepini“ взаимодейства с местните общности и заинтересованите страни при планирането и управлението на туристически инициативи? Може ли да дадете примери за успешни проекти, реализирани с участието на общността?

Цел: Този въпрос се опитва: а) да проучи методите и подходите, използвани от местната инициативната група за **включване на местните общности и заинтересовани страни в планирането и управлението на туризма**, и б) да идентифицира и да се поучи от конкретни примери за успешни проекти, инициирани от общността, като **предоставя практически познания и модели, които могат да бъдат възпроизведени в други инициативи за регенеративен туризъм.**

Ние работим по метода LEADER: отдолу нагоре, с публично-частно партньорство, в което повечето гласове са на частни субекти, редом с нашите 19 общини. На практика това означава, че обикаляме от град на град, провеждаме открити срещи, на които не е необичайно да присъстват тридесет или четиридесет души, и използваме чутото, за да оформим Стратегията за местно развитие и конкурсите, които публикуваме. Ние не просто събираме идеи и изчезваме; поддържаме екип за „анимация“ на място, който





организира информационни бюра, семинари и постоянни информационни кампании, за да могат хората да знаят как да участват и как да кандидатстват. Също така организираме тематични срещи, когато е подходящо, като например сесията в абатството Фосанова, която събра туристически оператори, предприятия и институции на една маса преди Юбилея.

Ако искате да видите как изглежда това на практика, най-добрият пример е общата ни мрежа от маршрути. Всички 19 общини се съгласиха с общ план, така че маршрутите за пешеходци, велосипедисти и конници се свързват безпроблемно в цялата област Lepini. Събрахме местните предложения, превърнахме ги в единен проект и сега изпълняваме работата и популяризираме мрежата заедно. Друг много осезаем резултат е проектът за веригата за доставки на вино и зехтин, базиран в Кори с местни винарни и маслобойни: подобрихме посрещането в избите и пресите и го свързахме с маршрута „Вино и масло“ в района, така че посетителите да се движат из лозя, маслинови насаждения и исторически центрове, а не да посещават само едно място. Още една чудесна история отдолу-нагоре е биорайонът Marrone (кестен), прокаран от производители и общини като Segni, Carpineto, Gorga, Montelanico и Rocca Massima, след като нашите партньорски срещи дадоха на всички обща платформа.

Въпрос 2: Какви конкретни стратегии и практики използва вашата група за насърчаване на регенеративния туризъм в региона Monti Lepini? Как тези инициативи целят да възстановят и подобрят околната среда и културното наследство в региона?

Цел: Този въпрос цели да разбере **стратегии и практиките, използвани за насърчаване на регенеративния туризъм**, като се фокусира върху възстановяването и подобряването на околната среда и културното наследство. Той ще даде възможност да се оцени как тези инициативи допринасят за дългосрочната устойчивост и културно съхранение на региона Monti Lepini, **предлагайки ценни идеи за разработване на подобни инициативи в други области.**

Подходът ни към регенеративния туризъм започва с възстановяването на територията чрез „бавна“ мобилност. Мрежата от маршрути свързва селата с далечни пътища като Via Latina и Appia, както и с пътеки за поклонници, което разпределя посетителите в цялата област, намалява натоварването върху няколко популярни места и дава на общностите причина (и бюджетна линия) да поддържат пътеките, указателните табели и малките удобства в рамките на общ план за популяризиране. Инвестираме в лека, основна инфраструктура в селските райони, безопасен достъп, указателни табели, малки съоръжения, така че местата да могат да приемат хора, без да бъдат претоварени.

Хранителните вериги са пазителите на културния ни пейзаж. Виното, маслото, плодовете и черното прасе Lepini не са просто продукти; те оформят пейзажа и историите, които разказваме. Затова финансираме посещения на изби и мелници,





фермерски пазари и дегустационни маршрути, като ги съчетаваме с работа по възстановяване на местообитания, възстановяване на ливади и пасища, реинтродукция на местни породи и с идеи за кръгова икономика, като например използване на биомаса в малък мащаб. Тези дейности се превръщат в образователни преживявания за училища и посетители, така че туризмът помага да се финансира поддържането на околната среда.

Подкрепяме и нови малки предприятия с местен характер и ниско въздействие върху околната среда, къщи за гости в исторически центрове, водачи и услуги за дейности на открито, занаяти, мека мобилност, като обръщаме специално внимание на предприятия, ръководени от жени. Това запазва стойността на селата и вдъхва живот на местата, където хората действително живеят. А културата за нас не е музей зад стъкло. Маршрути като „Lepinia Ebraica“, музеи на открито, абатства и фестивали са вплетени в пътеките и посещенията на ферми, така че всяка културна спирка подкрепя хората, които се грижат за наследството и традициите.

В обобщение, рецептата е проста: здраво партньорство, което умее да слуша, един основен проект, който всички припознават, вериги за доставки, които възнаграждават доброто опазване на земята, постоянна анимация на място и споделено наблюдение и комуникация. Тя е практична, лесно се прилага и, най-важното, работи за Monti Lepini.

ii) Проект за пътуване на Slow Food

Въпрос 1: Как проектът Slow Food Travel популяризира местните хранителни традиции и кулинарното наследство като част от туристическото преживяване? Можете ли да спделите примери за това как тези дейности са оказали положително влияние върху местните общности и устойчивостта на туризма?

Цел: Този въпрос цели разбиране на стратегиите, използвани от проекта Slow Food Travel за **включване и подчертаване на местните хранителни традиции и кулинарно наследство в туристическите им предложения**. Също така, събиране на конкретни примери за това **как тези дейности са допринесли за местните общности и за устойчивостта на туризма, като предоставят практически познания за подобни инициативи..**

Движещите сили зад проекта са продуктите и традицията, свързани с популяризирането на храната и местните общности. Поради тази причина Slow Food Travel е структуриран на международно, национално и местно ниво за тяхната промоция. Slow Food Travel е бранд на международната организация Slow Food и е създаден съвсем наскоро. През последните няколко години той започна да се популяризира чрез инициативи, които действат на международно, национално и местно ниво, и навлезе директно на пазара. Това се дължи и на факта, че общността





Slow Food Travel включва различни оператори, включително и от туристическия сектор. От своя страна, туристическите оператори, които са част от проекта Slow Food Travel, провеждат широкомащабни промоционални кампании чрез обичайните си канали, както и чрез местни инициативи. Например, промоционални организации като „Compagnia dei Lepini” (също част от GAL Monti Lepini – Местна инициативна група) в нашия регион имат за задача да събират проекти или инициативи, свързани с популяризирането и защитата на местното кулинарно наследство, като ангажират общността Slow Food Travel да стартира дейности, свързани с туризма. По същество, ние създаваме съдържание и подобряваме традициите благодарение на мрежата от асоциирани членове, които са част от мрежата Slow Food Travel, като гарантираме автентичността на преживяванията и взаимодействието с местната общност.

Проектът Slow Food Travel в Monti Lepini все още е млад, но има различни примери както на местно, така и на национално ниво. В Алпите, например, има млади хора, които са открили хотелиерска и ресторантска структура, която функционира не само благодарение на тяхната работа, но и благодарение на общност от местни производители, които получават видимост чрез тази структура, освен че я използват като основен канал за продажби. В случая с общността в Monti Lepini, ние сме предприели конкретни действия за повишаване на осведомеността за малките производители, които иначе не биха достигнали до потребителите. Туристите се запознават с тези производители, като консумират техните продукти в района.

Въпрос 2: Какви методи използвате, за да измервате въздействието и устойчивостта на вашите туристически инициативи? Как гарантирате, че ползите от туризма се разпределят справедливо между всички заинтересовани страни, включително местните общности и производители?

Цел: Този въпрос трябва да помогне за **идентифицирането на инструменти и методологии, използвани за оценка на ефективността и устойчивостта на туристическите инициативи**, както и за проучване на стратегии за гарантиране, че **ползите от туризма се разпределят справедливо между всички заинтересовани страни, по-специално местните общности и производители, като се предоставят идеи за разработване на приобщаващи и устойчиви модели на туризъм.**

Вие ми задавате доста сложни въпроси, вероятно защото те са по-подходящи за по-късен етап от развитието на проекта Slow Food Travel Monti Lepini. Всъщност, все още не сме създали инструмент за проверка от тази гледна точка. Затова в момента единствената обратна връзка, която забелязваме, идва от каналите за комуникация, които използваме, а те са предимно социални медии – следователно обратната връзка е пряка и често виртуална. Все още обаче не сме структурирали инструменти за измерване. Един от резултатите, които очакваме за тази година, е създаването на





мрежа между италианските дестинации Slow Food Travel. Ще успеем да постигнем това благодарение на подкрепата на Slow Food Italia. Именно чрез изграждането на общност се осигурява справедливо разпределение на ползите. Проектът и създаването на общност са „conditio sine qua non“. Общността трябва да бъде изградена; общността Slow Food Travel не е компания, а асоциация Slow Food, която насърчава изграждането на взаимоотношения, насочени към постигането на цел. Следователно тази целенасочена общност е, преди всичко, абсолютна гаранция за разпространение. С други думи, участниците участват на едно и също ниво, като всеки от тях има собствена мотивация да участва. Общността използва бранда чрез координация, управлявана от организация (групата на представителите на Slow Food Travel), която действа като говорител на неформална работна група. Общността се състои от пълно и равноправно участие на производители и туристически оператори, които са ангажирани с проекта. Всеки един от тях използва бранда, а заедно ние го използваме, за да популяризираме все повече този проект.

Модул 2. Местни производители и възстановяване

Модул 3. Развитие на регенеративен туризъм, водено от общността

Как принципите и практиките, наблюдавани в местната инициативна група „Монти Лепини“ и проекта Slow Food Travel, могат да бъдат ефективно интегрирани в създаването на пространства за съвместно планиране и общностни мрежи за регенеративен туризъм? Какви стратегии могат да бъдат използвани, за да се гарантира активно и равноправно участие на всички заинтересовани страни от общността в оформянето и дизайна на общностни действия?

i) МИГ “Monti Lepini”

Културата е гръбнакът. Абатства, фестивали, занаяти, музика, спомени – поставяме ги в центъра и превръщаме музея, енорийската зала, театъра, винарната в пространства, където планираме заедно. Разхождаме се по улицата, договаряме се за три 90-дневни ремонта (табели, отваряне, малка сцена, кът за занаяти) и ги подкрепяме с бързи микрогрантове. Местата са запазени за младежи, жени, занаятчии и фермери; вечерите/уикендите, грижите за децата и пътуванията са покрити, за да може всеки да присъства. Всяка дейност има свой отговорник, а резултатите се публикуват на просто публично информационно табло.

И ние се учим от тези, които са го направили добре. Каним ментори от места като винените маршрути в Ланге: двудневни полеви лаборатории на наш терен, рамо до рамо с нашите хора, за да адаптираме това, което работи, без сляпо копиране, а само





добро присаждане. Ако културата плаща за грижата за абатствата, терасите, маслиновите насаждения и дава работа на нашите деца, тогава туризмът е наистина регенеративен.

ii) Slow Food Travel

И тук съвместното създаване е в основата, нали? Съвместното създаване е конкретно действие, което позволява на инициативите да оцелеят и след изчерпване на финансирането и финансовата подкрепа от трети страни. Всъщност, така започна приключението Slow Food Travel – със срещата на различни умения на оператори и производители. Работим от две-три години по картографирането и включването на всички производители, за да развием съвместното създаване по много конкретен начин.

Какво означава „конкретен“? Това означава да се изготвят маршрути, дейности и промоции, в които всеки път да участват производители и тур-оператори. Постепенно се създава основа за разширяване и разработване на още повече продукти, които позволяват по-нататъшно развитие. Започва се с посещения в предприятия, може би за половин ден, или с покани за участие в срещи за ориентиране по проекта. Алтернативно, съществуващите преживявания, които вече се продават от операторите в мрежата, се подбират и интегрират в мрежата на проекта, което ги прави незабавно продаваеми в туристическия сектор.

Модул 4. Виртуални преживявания

За да се предложи пълноценно и увлекателно виртуално туристическо преживяване, са необходими няколко специфични ресурса и умения. Анализът на настоящите липси позволява да се идентифицират критичните точки и, следователно, да се планират ефективни стратегии за подобрене. Какви ресурси/инструменти (финансови, цифрови знания, квалифициран персонал, технологични устройства) ви липсват, за да бъде вашето туристическо преживяване потапящо? От какво се нуждаете, за да предприемете действия и да подобрите туристическото си предложение?

i) МИГ “Monti Lepini”

Имаме места и истории. За едно наистина виртуално, потапящо посещение все още ни липсват няколко основни неща: малко пари за заснемане и промотиране, някои дигитални умения (кратки видеоклипове, 360, на живо, надписи, прости SEO/анализи); малък екип (продуцент/редактор, общност и резервации, карти/GPS), малко оборудване и прост и по-функционален уебсайт за събиране на преживяванията, онлайн резервации, интерактивна карта.

Какво бих направил сега: бих избрал един маршрут и бих създал дигитално съдържание, за да направя предложението по-привлекателно.





Модул 5. Ресурси за развитие на общностния туризъм и центрове за перспективно обучение + база данни с ресурси

Въпрос: Как този проект планира да събере конкретна база данни с информация, която да послужи като отправна точка за общности, заинтересовани от възпроизвеждането на подобна инициатива? Какви подходящи уроци, дейности и принципи могат да бъдат извлечени от този проект и да се считат за отправна точка и вдъхновение за възпроизвеждането на подобни проекти, способни да приложат на практика общностния туризъм?

Отговор: Както ви казах, откакто започнахме първите конкретни дейности, това, което някога беше само хипотеза, сега се превръща в реалност. Ето защо един урок е ясен: само чрез разработване на идеята на хартия, развиването ѝ чрез колективни срещи и подготовка на заинтересованите страни може да се гарантира устойчивостта на един проект. Да се удовлетворят само някои от хората, събрани около масата, е контрапродуктивно за мрежата, общността и развитието на проекта. Затова ще се върна към това, което казах по-рано: урокът, който научихме и който вече можем да видим в първите дейности, които предприехме, е следният: ние не сме компания, която трябва да изгради проект с бизнес план, подкрепен от значителни ресурси. Проектът се развива чрез конкретни опити на ниво „отдолу нагоре“, а първите дейности вече показват, че урокът се състои в създаването на мрежа, споделянето и по този начин изграждането на общност, което след това води до пускането и позиционирането на туристическите продукти на пазара.

Модул 6. Практически инструменти с примери за съвместно създаване на преживяване

Въпрос 1: Как местната инициативна група „Monti Lepini“ е използвала методологиите на дизайн мисленето, за да идентифицира и отговори на конкретни нужди и възможности в рамките на общността за развитие на регенеративен туризъм?

Цел: Този въпрос има за цел да разбере как дизайн мисленето е било приложено на практика, за да се насърчат иновативни, ориентирани към общността и устойчиви решения в туризма. Целта е да се съберат идеи за това как емпатията и принципите на дизайна, ориентиран към потребителя, са оформили техните инициативи в туризма, което може да предостави практически примери за съдържанието на семинара за интегриране на нуждите и перспективите на местната общност в туристическото планиране.

Отговор: Започваме да ходим с хората. Не става дума за проучвателни разходки.





Отивам с екскурзовод, баба, шофьор на автобус, учител, група тийнейджъри и заедно изминаваме маршрута. По пътя слушаме за конфликти и желания. Оттам нататък нахвърляме бързи идеи на маса в енорийската зала и избираме три от тях.

Въпрос 2: Можете ли да опишете как местната инициативна група „Monti Lepini“ е използвала разказването на истории, за да популяризира уникалното кулинарно наследство и принципите на slow food сред туристите и жителите?

Цел: Този въпрос има за цел да проучи използването на историите като стратегически инструмент за подобряване на културните и образователни аспекти на туристическите преживявания в Monti Lepini. Познанията за това как се създават и разпространяват историите, за да се ангажират и образоват посетителите относно местните традиции и устойчиви практики, биха могли да помогнат за формулирането на ефективни стратегии за разказване на истории в семинари за регенеративен туризъм.

Отговор: Разказваме историята, както наливаме чаша: първо мястото, после хората, следва продуктът. Bellone и Nero Buono не са просто грозде, а тераси и семейства. Itrana не е просто маслина, а ръце и каменни мелници. Събираме кратки, истински истории, максимум три минути, от производители, пекари, сиренари, монаси. Същата история живее на етикет с QR код, на ролка, на табелка на маса и на аудио спирка по пътя. В избата или маслостанцията свързваме вкуса с грижата: защо подрязването е важно, защо сухите каменни стени държат хълма, защо плащането на справедлива цена защитава горичката. Жителите се чувстват ценени, а посетителите си тръгват с прост списък с „неща, които да правят“: яжте местни продукти, напълнете бутилката си, уважавайте нивите и часовете за почивка. Това е Slow Food, превърнат в реалност.

Въпрос 3: Как местната инициативна група „Monti Lepini“ е приложила модела за планиране на услугите, за да интегрира и рационализира дейностите по проекта Slow Food Travel? Можете ли да дадете примери за това как този инструмент е допринесъл за подобряване на предоставянето на услугите и удовлетвореността на посетителите?

Цел: Този въпрос има за цел да оцени как е било използвано планирането на услугите за управление и подобряване на процесите на обслужване в рамките на проекта Slow Food Travel. Разбирането как планирането на услугите е улеснило идентифицирането на оперативни неефективности и интегрирането на устойчиви практики ще помогне за разработването на модули за семинари, които се фокусират върху подобряването на оперативната ефективност и устойчивостта в туристическите проекти.





Отговор: Ние картографираме цялото преживяване: как хората го откриват, как правят резервация, какво съобщение получават преди да дойдат, къде паркират, кой ги посреща, какво докосват, вкусват, научават и какво следва след това. Предната сцена (това, което виждат гостите) и задната сцена (това, което ние координираме) са на една страница с времена, роли и доказателства. Картата показва пропуските. Поправихме проблемните точки с прости ходове: пристигане в определени часови интервали, за да се избегне струпването; едно многоезично потвърждение с карта и указания какво да облекат; стандартна дегустация, така че всяка спирка да е готова за пет минути; „комплект за изненади“ (вода, шапки, кърпички); и съобщение след посещението с рецепти и малък подарък за благодарност. Резултат: по-малко обаждания, по-гладък график, по-щастливи гости и повече ангажирани местни жители, защото задачите са ясни и изпълними.

Модул 7. Комуникация и промоции

Въпрос 1, Как планирате да ангажирате различни заинтересовани страни, като гарантирате активно и равностойно участие? Имате ли целеви комуникационни стратегии за различни фокус групи?

Цел: Въпросът подчертава необходимостта от определяне на заинтересованите страни и създаване на форуми и платформи, където всички заинтересовани страни могат да изразят мнението си и да допринесат за планирането.

Отговор: Не се чувствам комфортно да отговоря на този въпрос, не мисля, че мога да дам обща представа за подобен план.

Въпрос 2, Какви различни стратегии сте приложили, за да достигнете ефективно до разнообразни целеви аудитории (както туристи, така и местни жители)?

Цел: Въпросът помага за разбирането как да се сегментират аудиториите въз основа на демографски характеристики и интереси, както и необходимостта от адаптиране на предложенията в съответствие с ограничените маркетингови бюджети и ресурси.

Отговор: Не мога да отговоря на този въпрос.

