



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

ПИ АР СТРАТЕГИЯ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ТРАДИЦИОННИ ЗАНАЯТИ ОТ РАЙОНА НА КЮСТЕНДИЛ

I. УВОД

Настоящата Стратегия е разработена в рамките на проект „Възстановените традиции на Краище – фактор за устойчиво икономическо развитие“, изпълняван от Народно читалище „Светлина 1913“, село Раждавица, и финансиран от Програмата за трансгранично сътрудничество България – Македония, реф. № 2007CB16IPO006-2011-2-214.

Процесът на изготвяне на Стратегията включваше консултации с Възложителя в лицето на НЧ „Светлина 1913“ за уточняване на очакванията и нуждите на същия; дистанционно проучване на наличната информация за определяне на евентуалната необходимост от лични срещи / интервюта със заинтересовани страни (история и начини на провеждане на фестивалите в България и Сърбия до момента, ниво на развитие на туризма в Кюстендил, проекти – реализирани / в процес на реализация, имащи отношение към тематиката на Стратегията; състояние на традиционните занаяти в региона и потенциали за развитие); провеждане на лични срещи с някои от заинтересованите страни (общински експерти, занаятчии, Регионален исторически музей – Кюстендил); изготвяне на драфт на Стратегията и съгласуване с Възложителя.

Настоящата Стратегия следва да се разглежда като допълнителен инструмент за опазване и популяризиране на културното наследство на граничния район Краище. В исторически план, традиционните занаяти са били неотменна част от битата на местните хора, осигуряващи както поминъка на семействата, така и насъщните нужди на ежедневието. Днес голяма част от това наследство е в забвение, и в опасност да бъде загубено. По очевидни причини някои традиционни занаяти не могат да бъдат



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

възстановени в старата си роля, тъй като в съвременното общество няма нужда от тях. Те обаче трябва да се съхранят като знание и – по възможност – като умение; а и всички носят достатъчно добър потенциал за реализация като туристически услуги.

II. ОПИСАНИЕ НА „ПРОДУКТА“

Дефиницията за „занаят“ според Българската академия на науките е „производствена стопанска дейност, в която преобладава ръчният труд“. Първите диференцирани трудови дейности, които могат да се определят като занаяти, са регистрирани в района на Кюстендил / Краище през епохата на неолита – при разкопки са открити предмети от обработен камък, животински рога и кости. Първите развили се занаяти са кожарството, дърводобивът, предачеството и тъкачеството. Сред находките от 4то до 2ро хилядолетие пр.н.е. са шила и лъжички от кост, керамични съдове, медни оръжия, каменни тесли, брадви и длета, земеделски сечива от рог и др. Открити са и керамични модели на жилища. За развитието на художествени занаяти свидетелстват находките на орнаментирана и оцветена керамика, керамични статуетки, култови съдове и др. подобни.

Тракийските племена, населявали Краището в малко по-късни времена, развиват рудодобива, металообработването, строителството на жилища и укрепления. Намерени са работилници за строителна и битова керамика. Писмени източници за римския град Пауталия свидетелстват за развитието на леярство, железарство, златарство, оръжейничество, гърнчарство, кожарство, каменоделство, скулптура, месарство, кръчмарство, търговия. Занаятчиите и търговците са организирани в специални сдружения. Пришълците от други краища на Римската империя донасят и нови занаяти, предимно художествени. През 2-3ти век от н.е. в Пауталия има известна монетарница, в която работят множество гравьори, леяри, скулптори и ковачи.

Заселването на славяните в района Краище предизвиква коренна промяна в характера на икономиката и респективно на занаятите. Занаятчийското наследство на славяните



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

включва битова керамика с характерна украса, производства на тъкачество, кожухарство, оръжия и др. С включването на района в пределите на Първата българска държава се възраждат занаятите, свързани с оползотворяването на природните ресурси на Краището, а именно разработването на рудните залежи и свързаното с това металообработване.

Развитието на занаятите в периода 15-19ти век довежда до създаването на производствени и търговски сдружения. В средата на 19ти век около 300 семейства в град Кюстендил се препитават от занаятчийство. Широко разпространение имат следните занаяти:

- хлебарство – около 15 майстори и 15 помощници през 1876 г. (свързано с посещенията на много болни, идващи на лечение в Кюстендил);
- касапство (самостоятелен занаятчийски еснаф);
- самарджийство – 15 майстори през 1873 г.; това е най-рано учреденото сдружение, през 1851 г.;
- мутафчийство (производство на въжета) – 23 майстори през 1871 г.;
- медникарство (производство на съдове за домашно варене на ракия и медни тасове за баня);
- абаджийство – 10 майстори и 50 калфи и чираци;
- саяджийство (производство на саи – горни женски дрехи);
- папукчийство (производство на чехли);
- сарачество (производство на хамути, седла и юзди)
- бьчварство.

През този период (втората половина на 19ти век) занаятчиите в Кюстендилско работят предимно по поръчка на клиенти и на търговци за износ. Домашните занятия са широко



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

разпространени – хлебопроизводство, боядисване на тъкани, тъкане на платове, изработка на дрехи и опинци, сапун, свещи и пр.

След Освобождението, фабричното производство и нарасналият внос на стоки от други страни оказват негативно въздействие върху развитието на занаятите в национален мащаб. В района на Кюстендил обаче поради транспортната изолираност занаятите запазват своето значение още дълги години. През 1893 г. в околията има 1182 занаятчийски работилници с 2685 майстори, калфи и чираци, от които 504 за облекло, 343 за храна, 211 за метални изделия, 124 за дървообработване. Половината от тези работилници са в град Кюстендил.

Западането на занаятите в района на Кюстендил започва след 1912 г., с прокарването на първата ЖП линия. През 1928 работилниците са намалели на 408, с 1011 души работници. Най-тежко упадъкът засяга въжарството, самарджийството, кожарството, бъчварството, ковачеството, железарството, гърнчарството, медникарството, боядисването на платове.

В същият период част от работилниците се механизират, за да отговорят на променящата се конкурентна среда. Развитие получават модерното обущарство (54 работилници със 113 работници), мъжкото кройчество (33 работилници със 106 работници), производството на мебели (26 работилници със 77 работници), машинното плетачество (37 работилници с 58 работници) и др. През 1935 г. броят на тези работилници достига 525 с персонал от 1200 души, за което допринасят откритите професионално-технически училища.

След 09.09.1944 г. настъпва цялостно преструктуриране на националната икономика, което се отразява и на развитието на занаятите в района на Кюстендил. През 1956 г. в града има 381 занаятчийски, предимно в сферата на металообработването, дърводелството, шивачеството и обущарството, които постепенно се обединяват в т.нар. Трудово-професионални комплекси (ТПК). След този период и до днес, значение имат по-скоро художествените занаяти.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

За целите на настоящата Стратегия, значение имат следните Кюстендилски (Краищенски) традиционни занаяти:

1. Грънчарство

Производство на различни изделия от глина, изпечени при висока температура. Според предназначението си, произведената керамика се дели на битова (съдове за съхраняване и приготвяне на храна и напитки), художествена и строителна (тухли и керемиди, плочки за под и облицовка и т.н.).

Възможности за валоризация: И битовата, и художествената, и строителната керамика все още се ползват в бита, но фабрично произведени. Извън сувенирното производство, занаятчийска керамика се ползва с много специфични цели, например обзавеждане и оборудване на „битови“ заведения за хранене, или частни вили в традиционен стил и т.н. Валоризацията на занаята чрез превръщането му в туристическа услуга се приема много добре от целевата аудитория, както показват множество примери в България. С успех се ползват както демонстрации на занаята, така и курсове за усвояването му (най-малкото за производство на собствен сувенир), а също и продажбата на различни по предназначение, тип и стойност сувенири. Ограничения се налагат от спецификата на производството – „мръсна“ работа, която не може да се пренесе свободно на всяко произволно място, а най-добре да се върши в пригодените за това работилници или кътове. Допълнително ограничение налага необходимостта от пещи с висока температура за изпичане на изделията. Подходящо представяне на занаята извън работилниците (в случаи като предвидените в настоящия проект) е чрез ограничени демонстрации на работа с грънчарски колела и чрез украсяване на вече произведени изделия или ръчно моделиране на художествени фигурки и малки украшения, но при условие, че е предвидено къде посетителите могат да се измият. Вариант е също предложение за сглобяване на украшение, апликация или друг дребен сувенир от предварително подготвени (изпечени, украсени) елементи.

2. Копанарство



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Ръчно производство на дребни изделия за бита от дърво – предимно лъжици, паници (наричани копани) и вретена. От тази гледна точка, копанарството е по-скоро домашно занятие, отколкото занаят. Според традицията, предметите биват изработвани и от мъжете, и от жените в семейството, но се продават от жените, които обикалят по други семейства, по панаири и пазари.

Възможности за валоризация: Дървени лъжици и „копанки“ вече почти не се ползват в бита, а и на пазара има множество фабрично произведени. Тези изделия имат повече сувенирен характер. Иначе занаятът е благодатен за валоризиране чрез демонстрации и кратки хоби-курсове, като разбира се се заложат възрастови ограничения, тъй като се работи с остри инструменти. Лесно се организира пренасянето му на произволни места и са необходими само материали – дърво и инструменти. Необходимо е да се планира изнасянето на отпадъка. Препоръчително е също за места като фестивалите, включени в настоящия проект, да се приготвят „заготовки“ на лъжици или други изделия, при това с малки размери, които посетителите само да довършат – иначе би се загубило много време, което е нецелесъобразно при условие, че се стремим към увеличаване на туристопотока, т.е. повече посетители. Също така, при условие, че копанарските изделия са с декоративен характер, препоръчително е да се помисли за украсяването им, а сувенирите за продажба да са художествено оформени. Важно е да се внимава за местната специфика в украсите; не е редно в Кюстендилско / Краище да се продават мотиви от мелнишка или троянска керамика, каквито масово се предлагат в цялата страна.

3. Дърворезба

Художествен занаят, включващ изработка на дървена украса за различни предмети или директно изработка на украсени с резба дървени предмети. Изисква рутинни умения по работа с дървото като материал, но също художествено-артистични заложби. От това следва, че не е занаят, който може да се практикува от всекиго.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Възможности за валоризация: Това е един от най-живите и запазени занаяти в цяла България, тъй като дървото продължава да бъде любим материал и да носи уют в дома и въобще в местата, където пребивава човек. Украсеното дърво освен уют носи и радост, наслада за окото и душата. На пазара се предлагат машинно резбовани изделия, но винаги ще има търсене и за ръчно произведени предмети и сувенири. Занаятът се поддава лесно на демонстрации, по-трудна е реализацията като хоби-курсове поради спецификата, описана по-горе. Може да се демонстрира на произволни места, но изработката на сувенири от самите посетители е трудно осъществима. Продажбите на резбовани предмети като цяло се реализират добре, но трябва да се внимава за поддържането на баланс между по-ценни и по-обемни предмети – съответно по-скъпо струващи, и дребни по-обикновени сувенири с цена, която могат да си позволят по-широк кръг посетители. Също е добре по възможност да се внесе някаква местна специфика – в мотивите, формите или според артистичните предпочитания на автора.

4. Ковачество

Под това наименование се обобщават група занаяти, базирани на обработката на метали (предимно желязо и чилик / стомана) – налбантство, ножарство, кантарджийство и др. Занаятът е бил насъщен за всяко населено място, защото от него е зависела поддръжката на всички домашни и селскостопански сечива, нужни в ежедневието на хората.

Възможности за валоризация: Металните уреди и инструменти все още са част от ежедневието на човека, но възможностите за набавянето им са многобройни благодарение на автоматизираните производства. Шанс за продължителен живот има ножарството, тъй като добрият нож е жизненоважен за всяко домакинство и хората са склонни да търсят, купуват и дори да дават повече пари за качествени ножове. Под формата на демонстрация занаятът би бил интересен, но е ограничен откъм необходимите помещения и пособия (пещ, огън, духало и т.н.). Възможно е да се включи под някаква форма демонстрация на ползването на наковалня и чук с щипци. Работата е тежка и не е много подходяща за атракции с участие на публиката или за



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

хоби-курсове. Като сувенирна продукция, както беше споменато по-горе, са подходящи ножовете и точилата за ножове.

5. Хлебарство

Хлебарството може да бъде едновременно домашно занятие, когато се приготвя хляб за лични нужди, на семейството, и занаят – когато се пекат по-големи количества за продажба и снабдяване на по-големи групи хора. Специфичен за Кюстендилския край е хлябът от лимец, който в наши дни е част от всички здравословни диети.

Възможности за валоризация: Въпреки общественото внимание в последните години към проблемите с неправилното хранене и стремежът към здравословен начин на живот, употребата на хляб няма да изчезне от бита на българина. Напротив, включването на приеманите за здравословни типове хляб в менюто се насърчава и се приема за полезно заради наличието на фибри, влакнини и др. подобни. Лимецът се счита за особено здравословен, затова хлябът от лимец е и ще бъде обект на нарастващ интерес от страна на потребителите. Производството и продажбата на различни типове хляб (по размери, форма, смесени с различни зърна или ядки и т.н.) съдържа потенциал за успешен бизнес. Занаятът е благодатен и за интерпретация, чрез демонстрации на месенето на хляб, а може да се организира и цялостна туристическа услуга „Пътят на хляба“ с демонстрации и участие на посетителите в оран, сеитба, жътва, вършитба, приготвяне на брашното, месене и изпичане на хлебните изделия; всичко това съпроводено с традиционните в миналото ритуали, обичаи, песни и пр. Има възможности за организиране на кулинарни курсове. Що се касае до възможностите за „пренасяне“ на демонстрацията на произволни места, включително фестивалите в настоящия проект, има известни логистични ограничения. Подходящо за такива случаи е да се прави индиректна интерпретация на Пътя на хляба, като се ползват фотоси, рисунки, колажи, макети, видео-материали и т.н. и да се продават готови изделия.

6. Кошничарство



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshite – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Производство на плетени съдове (кошове, кошници) от върбови, лескови или дрянови пръчки, които са здрави и лесно се огъват, за да се получат характерните овални или кръгли форми. Техниките на плетене варират в различните райони.

Възможности за валоризация: В миналото кошовите и кошниците са се ползвали широко в ежедневието на местните хора, както в домакинството, така и в стопанските дейности. Днес тези изделия все още се употребяват в бита, но в ограничен мащаб и имат по-скоро декоративен характер. Занаятът има потенциал като сувенирно производство, а също и като демонстрации и хоби-курсове, дори за по-малки деца. Интересно е, атрактивно и забавно, а и няма съществени ограничения откъм възможностите за пренасяне на произволно избрани места. Единственото необходимо е да се набавят подходящи материали (пръчки от съответното дърво) и инструменти, с които работещият си помага при плетенето – т.нар. „косица“.

7. Тъкачество

Тъканите представляват съществен дял на традиционната българска материална култура. За тяхното изработване се използват добитите от местните хора текстилни материали от животински (вълна, коприна, козина) и растителен (лен, коноп, памук) произход. Произведените изделия са били съществена част от всеки аспект на ежедневието на човека. По-високата степен на това обичайно домашно занятие е художественият занаят, при който тъканта се превръща в картина и изкуство.

Възможности за валоризация: Възможностите за валоризация на тъкачеството са практически неограничени. Поради своя характер, това е най-запазеното домашно занятие (и художествен занаят). Употребата на тъкани в бита и до днес е съществена и незаменима; и въпреки че достъпът до фабрично произведен текстил е неограничен, а и повечето българи разполагат с чеизите на бабите си, пълни с качествени, уникални и красиви текстилни изделия, интересът към традиционните тъкани се засилва в последните години, особено у „градските“ хора. Декоративните тъкани са с особено голям потенциал и много възможности се крият в прилагането на съвременна



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshite – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

интерпретация на традиционните шарки и мотиви. Когато се подготвя сувенирна текстилна продукция, е важно да се поддържа баланс между обемни и скъпоструващи изделия, и по-малки, разнообразни и по-евтини артикули, каквито може да си позволи широката публика. Демонстрациите на занаята са атрактивни и лесно осъществими на произволни места; включването на публиката е лесно и интересно; хоби-курсовете могат да се организират под всякакви форми. Тъй като това е най-запазеният занаят в национален мащаб, а и в съседните страни, препоръчително е да се набляга на местната специфика във визия, начини на обработка на материалите и т.н., а при пакетирането на туристически услуги да се търси диверсификация, напр. туристическа услуга „Пътят на вълната“ – участие на посетителите (демонстрации) в стригането на овцете, почистването, прането и сушенето на вълната, боядисването, преденето, и тъкането; всичко това съпроводено със съответните традиционни ритуали, песни и пр. При представяне на занаята на места като фестивалите по настоящия проект, Пътят на вълната може да се представи частично чрез интерпретация (фазите, които не могат да се включат в програмата, като например стригането на овцете), а на място да се демонстрира предене и тъкане, заедно с продажба на сувенири.

8. Изработка на изделия от коноп

Визира се предимно изработката на конопени въжета, в миналото широко използвани в бита и стопанската дейност на хората от Кюстендилско.

Възможности за валоризация: В днешно време употребата на тези изделия е доста ограничена, така че главните възможности за валоризация на занаята са чрез демонстрации, които лесно могат да се организират на произволни места; евентуално кратки хоби-курсове и интерпретация. Възможно е пакетирането на туристическа услуга „Пътят на конопа“, по подобие на описаната по горе „Пътят на вълната“.

9. Изработка на опинци и обувки

Опинците са предшествениците на обувките по българските земи. Също се правят от кожа, обичайно свинска, небоядисана. Много специфичен и „пипкав“ занаят.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Възможности за валоризация: В нашата автоматизирана епоха, практически никой вече не носи ръчно произведени обувки. По-младите поколения нямат и представа как точно се правят обувките, което крие възможности за демонстрации или интерпретация. Опинците са още по-специфични като продукт. Купуват се с декоративни цели (за украса по стените на т.нар. „битови“ заведения, вили и селски къщи) и за фолклорни ансамбли. Демонстрацията на производството им е интересна, макар че е спорно доколко е подходящо включването на публиката. Евентуалното организиране на хоби-курсове също е със спорен ефект. Демонстрациите лесно се „пренасят“ на произволни места, стига да се набавят нужните материали и инструменти.

10. Сарачество

Производство на кожени изделия за впрегатни животни (седла, юзди, ремъци, каиши, дисаги и пр.), както и чанти, колани, паласки и др. Използва се кожа от говеда, овце, кози и свине.

Възможности за валоризация: Кожените изделия за впрегатни животни днес са с ограничена употреба, но артикулите от типа чанти, колани и други подобни се ползват все така широко. И тук съществува конкуренцията на фабричното производство, но при разумни цени и добро качество клиентите не биха се поколебали да си купят ръчно направени изделия, особено ако към тях се добави някаква сантиментална стойност (т.е. те се превърнат в сувенири или се маркетират по специален начин като наследството на даден район, село и пр.). Както демонстрациите на занаята, така и хоби-курсовете биха предизвикали интерес; предимство е, че могат да се организират на различни места, т.е. няма ограничения, свързани със специални помещения и уреди. При сувенирното производство може да се мисли и за добавяне на специфични украси.

11. Каменоделство

Обработка на скален материал, която може да включва просто добиване на каменни блокове / парчета с различни размери от даден скален източник; строителство на



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshite – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

сгради; обработка на каменни форми като павета и плочи, надгробни и други паметници, колони, парапети и т.н., включително по-фини детайли като съдове за бита; художествено ваятелство – изработка на каменни скулптури.

Възможности за валоризация: Ръчната обработка на камъка е твърде трудоемка, тежка и мръсна работа, за да се ползва за друго освен за демонстрации на занаята. За много от съвременните посетители би било интересно да се види как се извършва тази обработка. Условието, в които се работи обаче, и най-вече каменният прах, са сериозно ограничение. Малко са хората, които ще поискат сами да се занимаят с чука и длетото, а направата на скулптури е още по-специфична, тъй като изисква художествени умения и усет. Занаятът подлежи най-вече на интерпретация.

12. Иконопис

Художествен занаят с особено значение за населението на тези земи. Освен техническо майсторство и артистичен усет изисква и определено духовно състояние. Иконописецът създава не просто картини, а символи на духовност и вяра за широк кръг хора, поради което той носи изключителна отговорност.

Възможности за валоризация: Иконите – в различни размери и изрисувани върху различен материал – имат много висока сувенирна стойност в обекти, свързани с духовността (църкви, манастири, светилища, туристически центрове в близост до религиозни места). Големите икони се купуват главно за подаръци по важни поводи – нов дом, юбилей, прощаване с учител и други подобни; докато малка икона си купува почти всеки, посетил даден религиозен обект. Това е един от малкото занаяти, където клиентът предпочита ръчната изработка пред фабричната. Демонстрациите на занаята сами по себе си не са толкова интересни, макар че се организират лесно на всякакви места; по-интересна би била интерпретацията на неговата история и специфика. Клиентите на евентуални хоби-курсове също ще са специфични, но със сигурност няма да липсват.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

III. ЦЕЛИ НА СТРАТЕГИЯТА

- Съхранение, развитие и промотиране на културно-историческото наследство на район Кюстендил на специфични фестивални прояви
- Увеличаване на туристопотока (посещаемостта на проявите) с 5% в резултат на развитието на традиционни занаяти като туристически атракции
- Генериране на по-големи приходи в местното население чрез реализацията на традиционни занаяти като туристически атракции

С цел оценка на изпълнението на тези цели, предлагаме провеждането на анкета сред извадка от местните заинтересовани страни (занаятчии, местна администрация, представители на туристическия бизнес) относно ефекта от прилагането на настоящата стратегия при провеждането на описаните по-долу прояви. Примерна анкета сме дали в Анекс 1 към Стратегията.

IV. ОПИСАНИЕ НА ЦЕЛЕВИЯ ПАЗАР

По настоящия проект, валоризирането на традиционни занаяти от района на Кюстендил / Краище е предвидено в рамките на четири ежегодни специални прояви, две от които се провеждат в България, и две – в Сърбия.

Празник на черешата, Кюстендил

Фестивалът се провежда от 2008 г. насам, през последния или пред-последния уикенд на месец юни. Както показва името му, е посветен на един от символите на района на Кюстендил – черешата. Обичайно продължава два дни и включва следните елементи:

- Изложбена част – щандове с изложение на череши и черешови произведения от различни видове и сортове от района на Кюстендил, аранжирани по атрактивен начин;



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Конкурс за най-красив черешов щанд
- Конкурс за най-атрактивно вешало
- Конкурс за най-едра череша
- Фолклорен празник „Черешчица род родила“ - изпълнения на открита сцена
- Голям заключителен концерт с участие на поне един известен изпълнител

Към тези традиционни елементи, присъстващи от самото начало на проявата, през 2014 г. са прибавени маршрути до интересни места в близост до Кюстендил и обиколки с водач на самия Кюстендил. Това е важен елемент, показващ желанието на организаторите за развитие, както и за привличане на външни за града и общината посетители (т.е. превръщане на местния празник в туристическа проява).

До момента все още посетителите са предимно местни хора, от цялата община, като Празникът е удобен момент за посещения на близки, роднини и приятели. Въпреки че по дефиниция това СА туристи, икономическият ефект от тяхното посещение не е голям, тъй като те нощуват при домакините си, хранят се основно при тях и най-много да пазаруват сувенири от града.

Сред посетителите има и други външни за общината, предимно официални гости. Общинската администрация на Кюстендил, в качеството си на организатор и домакин, всяка година изпраща официални покани до правителствени институции, други общински администрации от страната и съседните Македония и Сърбия, посолства на други държави в България и т.н. Тази инициатива е с различна степен на успеваемост; през различните години идват различни представители на различни институции, така че засега е трудно да се установи закономерност.

Разгласата за празника се извършва отчасти по гореописания начин (с официални покани), отчасти чрез медийни партньори. Традиционен медиен партньор е „Дарик“ – чрез сайта си www.dariknews.bg и чрез радио „Дарик“. Други партньори на регионално



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

ниво са агенция „Фокус Нюз“ (и съответният информационен сайт), ТВ Канал „Пирин“ и Радио Благоевград. Програмата е отразена в информационни сайтове като www.peika.bg , www.infomreja.bg . Националните новинарски медии обичайно отразяват проявата СЛЕД провеждането ѝ, под формата на репортажи. Празникът има собствен сайт – www.cherryfest.kustendil.bg с последно публикувана информация от 2010 г. и собствена фейсбук-страничка под името Празник на черешата, където обаче стоят последни новини от 2011 г.

Преглед на предлагането чрез туристически фирми показва, че Празникът вече присъства като туристическа оферта, главно под формата на едnodневна екскурзия от София. Оферти предлагат 4 туристически фирми, като в програмата е включено посещение на Земенски манастир, исторически обекти в самия Кюстендил и Кадин мост в съседното село Невестино.

Фестивали със същото име – Празник на черешата – се провеждат на още три места в България, и то преди Празника в Кюстендил: в град Куклен край Пловдив (началото на юни), старозагорското село Кирилово (също началото на юни) и село Габарево до Павел баня (средата на юни). Хубавото е, че тези празници, поне засега, не могат да се мерят по популярност с Кюстендилския, но е важно да се има предвид потенциалната конкуренция.

През 2015 г. се предвижда Празникът да е само 1 ден, на 27 юни (събота), като се включат традиционните вече елементи, изброени по-горе, и занаятчийски шатри, осигурени по настоящия проект.

Пазарен анализ:

| Силни страни | Слаби страни |
|--|---|
| Празникът на черешата в Кюстендил вече е утвърдена проява с изградена традиция | Разгласата е недостатъчна; възможно е объркване с други прояви със- същото наименование в други части на България |



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

| | |
|--|--|
| Спазват се приблизително едни и същи периоди на провеждане | Необходима е по-голяма диверсификация на програмата |
| Провежда се през почивни дни (уикенд) | Не се съчетава достатъчно с възможности за разнообразяване и удължаване на престоя на потенциалните посетители |
| Вече се предлагат оферти за организирано посещение на Празника | Офертите за организирано посещение на Празника са малко на брой, само за по един ден, и само от София |
| Има утвърдени медийни партньори на Празника | Медийните партньори са предимно регионални |
| Има желание у организаторите Празникът да се развива | Засега Празникът е по-скоро местна проява без голям стопански ефект |

Фестивал „Власинско лето“, Сурдулица

Това е фолклорен фестивал, организиран от Културния център на Община Сурдулица и местни партньори, провеждан обичайно през втората седмица на месец юли и продължаващ четири дена (от четвъртък до неделя). Неговият фокус е конкурс за „трубачи“ – свирачи на тромпет, победителите от който се представят впоследствие на най-големият сръбски фестивал в Гуча. Събитията са ситуирани на две места: на открити сцени край Власинското езеро (защитен природен обект и най-голям туристически ресурс на Община Сурдулица), и в центъра на град Сурдулица. Програмата включва фолклорни изпълнения, представления от гостуващи артисти и певци, спортни демонстрации и други подобни, както и щандове с местни храни, напитки, сувенири, публикации и т.н. На езерото се провеждат кулинарни конкурси за рибни ястия, риболовни надпревари, спортни състезания и др. За разнообразяване на програмата в последните години се добавят и пешеходни и вело-маршрути.

За първи път фестивалът е проведен през 1985 г. и оттогава неговата популярност и посещаемост нараства постоянно, до 30000 посетители в последните години.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Участниците също нарастват и като брой (до 40 оркестъра от „трубачи“), и като произход, с музиканти от съседни държави.

Проявата има собствен сайт: www.vleto.org , който към настоящия момент не работи. Програмата за 2015 г. към днешна дата не е готова, както не са обявени и самите дати. Може би на това се дължи фактът, че например българските туроператори, базирани в София, масово предлагат оферти за едномеденна екскурзия до Власинско езеро от София, но никъде не е включен самият фестивал.

Пазарен анализ:

| Силни страни | Слаби страни |
|---|---|
| Фестивалът „Власинско лето“ има вече 30 годишна история | |
| Има утвърден период и дни на провеждане, които включват събота и неделя | Препоръчително е датите и програмата да се определят по-рано. |
| Има висока посещаемост, включително от други части на Сърбия и от Македония | Слабо популяризиран в България |
| Има богата програма, включваща разнообразни събития за различни вкусове | Трудно се намира информация, особено ако се търси от извън Сърбия |

Фолклорен фестивал „Краище“, Босилеград

Цялото име на фестивала е „Босилеградско Краище пее и танцува“. Провежда се след фестивала „Власинско лето“ в Сурдулица (в края на месец юли). Организира се от Центъра за култура на Община Босилеград, с партньорството на сръбското Министерство на културата и Държавната агенция за българите в чужбина. Целта е да се популяризира общото културно наследство на район Краище, който в момента включва територии от Сърбия, България и Македония. През 2015 г. предстои седмото



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshite – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

издание на фестивала. Той е с международен характер; присъстват гост-изпълнители и от други държави като Босна и Херцеговина, Черна гора, Гърция, Турция и пр. Фестивалът продължава цяла седмица, като всяка фолклорна група-участник има ограничения във времето на представяне и право да участва в общото фолклорно дефиле по улиците на града.

Проявата има свой сайт - www.bosilegradskokraiste.com , където също още няма публикувани дати или каквато и да е информация за 2015 г.

Фестивалът е по-скоро форум за културен обмен, т.е. предназначен е предимно за участниците в него, които не са малко като се има предвид, че на група се разрешават по 30 човека. Публика са останалите участници и жителите на Босилеград. Фестивалът няма характер на туристическа проява, за което свидетелства и липсата на туристически оферти за организирано посещение.

Пазарен анализ:

| Силни страни | Слаби страни |
|---|--|
| Фестивалът „Краище“ също вече може да се счита за традиционна проява | Практически липсва публична разгласа; канят се само участниците |
| Спазват се едни и същи периоди на провеждане | Няма съпътстваща програма извън фолклорните изпълнения |
| Има участие на различни държави – все по-изявен международен характер | Публиката са само местните хора |
| Организаторите са мотивирани за утвърждаване на фестивала като традиция | Фестивалът не се развива като туристическа проява, а само като събитие на културен обмен |

Фестивал „Балканска черга“, село Шишковци



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Провежда се едва от четири години по инициатива на местни ентузиаста. Обхваща три дни през втората половина на септември, като задължително се включва уикенд. На фестивала се представят местни и гост-групи фолклорни изпълнители от България, Сърбия и Македония. Паралелно се провежда кулинарен конкурс, наречен „Зелника на майстора“ за най-добра баница, погача или зелник. В програмата са включени и народни борби за жени и мъже, варене на ракия на центъра на селото, демонстрация на тъкане на стан, предене и пр. На щандове се излага занаятчийска продукция от района, особено черги, а 15 скар се грижат за гладните.

Медиите определят фестивала като „събор на скарата, ракията, фолклора и занаятите“. Принципът на определяне на участниците е като при фестивала „Краище“ в Босилеград; през 2014 г. записаните участници са били 1500, общо от трите държави. Публиката се състои от самите участници и жители на Кюстендил и селата, въпреки че фестивалът набира популярност. Като медийни партньори могат да се определят същите, които подкрепят и Празника на черешата (вж по-горе).

Фестивалът има своя Фейсбук-страничка под името Balkanska Cherga. Там вече са публикувани датите за 2015 г.: 10-21 септември.

Пазарен анализ:

| Силни страни | Слаби страни |
|---|--|
| Зад Фестивала „Балканска черга“ стоят мотивирани местни хора, което е гаранция, че традицията ще продължи | Няма фиксиран период за провеждане на фестивала, само приблизително втората половина на септември |
| Стремежът е всяка година броят на участниците да се увеличава | Няма възможности за съпътстващи туристически услуги |
| Има утвърдени медийни партньори | Разгласата все още е недостатъчна като за туристическа проява (а не като за празник само за участниците и местните хора) |
| Въпреки че фестивалът е не-уникален по | Липсва стратегия за превръщането на |



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

| | |
|---|--------------------------------|
| характер, той успява да съчетае успешно и да превърне в празник всички онези елементи, които сме свикнали да виждаме и на други места | празника в туристическа проява |
|---|--------------------------------|

Тъй като развитието на проявите на сръбска територия е приоритет на сръбския партньор по настоящия проект, тук разглеждаме само изходното ниво на развитие на туризма в Кюстендилска община.

Основни туристически услуги

- Спа клуб „Стримон“ (5*), Кюстендил – 138 легла, ресторант (в две зали) за 110 и 40 човека, лоби бар и басейн-бар, конферентни зали, спа център
- Хотел „Велбъжд“, Кюстендил – 60 легла и ресторант за 120 човека, конферентна зала
- Хотел „България“, Кюстендил – 46 легла и ресторант за 80 човека, конферентна зала
- Почивна база „БДЖ“, Кюстендил – 56 легла
- СБР – НК ЕАД, Кюстендил – 156 легла, кабинети за процедури, зали за лечение и възстановяване
- Мотел „Белия камък“, Кюстендил – 10 легла и ресторант за 140 човека
- Бунгала „Теди Сим“, Околовръстно шосе Кюстендил – 16 легла
- Семейен хотел „Лазур 1“, Кюстендил – 12 легла и ресторант за 40 човека (плюс градина за още 30)
- Семейен хотел „Лазур 2“, Кюстендил – 24 легла и ресторант за 150 човека



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Семейен хотел „Лавега“, Кюстендил – 11 легла
- Семейен хотел „Рамира“, Кюстендил – 68 легла и ресторант-градина за 100 човека
- Семейен хотел „Рай“, Кюстендил – 12 легла
- Семейен хотел „Балкан“, Кюстендил – 20 легла
- Къща за гости „Розовата къща“, Кюстендил – 8 легла, кухня, трапезария
- Стаи за гости „Ахат“, Кюстендил – 10 легла
- Стаи за гости „При баба“, Кюстендил – 10 легла
- Стаи за гости „Салмина“, Кюстендил – 10 легла
- Стаи за гости „Европа“, Кюстендил – 10 легла
- Стаи за гости „Фламинго“, Кюстендил – 10 легла
- Стаи за гости „Валентино“, Кюстендил – 10 легла
- Стаи за гости „Десика“, Кюстендил – 6 легла
- Самостоятелни стаи „Хостел Веждарски“, Кюстендил – 10 легла
- Комплекс „Чешмето“, Хисарлъка, Кюстендил – 15 легла, зимна градина за 150 човека и лятна градина за 200 човека
- Хотел „Орлово гнездо“, Хисарлъка, Кюстендил – 19 легла и ресторант за 40 човека
- Семейен хотел „Парадайз“, Жиленци – 30 легла, ресторант за 60 човека, зала за срещи
- Стаи за гости „Елените“, Жиленци – 10 легла



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Хотел „Три буки“, туристическа зона Осогово – 64 легла и ресторант за 130 човека
- Бунгала „Три буки“, туристическа зона Осогово – 27 легла
- Хижа „Осогово“, туристическа зона Осогово – 37 легла и ресторант за 40 човека
- Общинска почивна база, туристическа зона Осогово – 10 легла
- Ловен дом „Бор“ – 18 легла
- Хотел „Лима“, местност Студен кладенец, Осогово – 40 легла и ресторант за 120 човека, конферентна зала, релакс-център
- Общинска почивна база „Юч бунар“, Богослов – 14 легла
- Общо 21 ресторанта, 6 заведения за хранене тип „фаст фуд“ и 6 нощни клуба

Допълнителни туристически услуги

Маршрути

1. гр. Кюстендил – парк Хисарлъка“ – село Богослов – хижа „Осогово“
2. гр. Кюстендил – село Жиленци – местност Студен кладенец – хижа „Осогово“
3. хижа „Осогово“ – местност Превала – вр. Руен
4. хижа „Осогово“ – връх Църнотрав – село Вратца
5. хижа „Осогово“ – връх Соколов камик – село Вратца
6. хижа „Осогово“ – местност Разкола – местност Ешекчийска орница – връх Човека – местност Превала – махала Каракашка – комплекс „Три буки“
7. хижа „Осогово“ – местност Голям предел – Брезовски рид – село Слокощица
8. хижа „Осогово“ – резерват „Църна река“ – Чекански мост – град Кюстендил



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

9. връх Руен – село Гюешево

10. село Гърляно – връх Руен

11. гр. Кюстендил – село Смоличино

12. гр. Кюстендил – Невестино – пещера Четирска

13. гр. Кюстендил – село Църварица – резерват „Габра“ – проход Черната скала

14. гр. Кюстендил – село Ветрен – местност Кръстати камен – Голямата пещера

Обекти за посещение (оценени като подходящи за посещение към момента)

- Регионален исторически музей – Кюстендил с музейни обекти: къща-музей „Димитър Пешев“, къща-музей „Ильо войвода“, Емфиеджиева къща, джамия „Ахмед бей“ и комплекс „Свети Георги“
- Акрополът на Паугалия
- Римски терми
- Дервиш баня
- Пиркова кула
- Църква „Успение богородично“ с възстановено Килийно училище
- Църква „Свети Мина“
- Манастир „Свети Лука“, с. Граница
- Галерия „Владимир Димитров – Майстора“
- Къща-музей „Владимир Димитров – Майстора“, с. Шишковци
- Лесопарк „Хисарлъка“
- Полскоскакавишки водопад, с. Полска скакавица



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Каньон на р. Шегава при с. Раждавица
- Туристическа зона Осогово: условия за зимен ски туризъм, маршрути
- (обекти в близост): Кадин мост, Невестино; Скрински пролом; Земенски пролом; Земенски манастир.

Културен календар

- Празник на черешата
- Фестивал „Балканска черга“
- Празник „Кюстендилска пролет“
- Празник на плодородието
- Празник „Панагия“ – Въздигане на хляба

Посещаемост

Данните за посещаемостта на района на Кюстендил са оскъдни, а тяхната реалистичност и надеждност – негарантирана. Националният статистически институт дава данни на ниво Област Кюстендил за периода 2008 – 2013 г.: нарастване на реализираните нощувки от 120208 до 148321, или приблизително с 19%.

Община Кюстендил дава сума на нощувките, реализирани на нейната територия от 43000 за 2013 г. срещу 28000 през 2008 г., което е нарастване с 35%. Липсват данни за реализираните приходи, както и за профила на туристите.

От разговори с представители на различните заинтересовани страни и техните лични наблюдения и впечатления, могат най-общо да се изведат следните характеристики, свързани с посещаемостта в Кюстендилско:

- Преобладават българските посетители, и то в голяма степен спрямо чуждестранните.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Повечето посетители са бизнес-посетители (по работа), като тук се включва провеждането на срещи и семинари в местата, разполагащи със собствени зали.
- За удоволствие се посещават спа-центъра на Спа-клуб „Стримон“ и Туристическа зона „Осогово“. Хижа „Осогово“ например има много висока посещаемост в сравнение с други бази в общината. Посетителите са семейства с деца и групи приятели.
- За сравнително неголям град, Кюстендил има една от най-добре развитите музейни мрежи, а посещаемостта в обектите е изключително ниска.

Анализ на състоянието на туризма в района на Кюстендил

Силни страни

- Кюстендил разполага с чудесни ресурси за развитие на няколко различни вида туризъм – културен, спа/балнео, планински вкл. екологичен, селски.
- Основните туристически услуги на този етап са достатъчни като количество и тип, с изключение на селските къщи за гости.
- Като концентрация на интересни обекти за посещение, град Кюстендил превъзхожда много други градове в България.
- Мрежата от музейни обекти представлява безценна основа за развитие на качествен туристически продукт.
- В доста широк радиус, включително в съседни Македония и Сърбия, Кюстендил няма конкуренция като количество и качество на интересни обекти за посещение.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Културният календар на общината съдържа някои доста интересни и най-вече утвърдени събития, които могат лесно да бъдат превърнати в туристически прояви.
- Географското разположение на общината, качеството на въздуха и водите, особено минералните, разнообразието на релефа, ценният растителен и животински свят способстват за развитието на качествен туристически продукт.
- Въпреки че се нуждае от известни подобрения, състоянието на общата инфраструктура в общината (пътища и транспортна свързаност, водоснабдяване, канализация и комуникации), както и на т.нар. обществени услуги (здравеопазване, финанси, търговска мрежа и пр.) не представляват пречка пред развитието на туризма в този момент.
- Съществуват доста възможности за финансиране на инициативи и проекти за развитие на туризма в Кюстендилско, а самата община и нейните партньори от българска, македонска и сръбска страна са доказали, че притежават достатъчен капацитет, за да оползотворят тези възможности.

Слаби страни

- Липсва цялостен туристически продукт на общината / района, в който да са окомплектовани съответните основни и допълнителни услуги.
- Една част от потенциалните обекти не са социализирани за туристически посещения (т.е. са в състояние само на ресурс), а тези, които са подходящи за посещение, не се оползотворяват достатъчно. В сайтове като www.tripadvisor.com или www.virtualtourist.com са включени малко от съществуващите (и заслужаващи) обекти, но тези, които са включени, са оценени доста високо.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Качеството на основните туристически услуги се нуждае от подобрене. Ако се разгледат оценките на посетителите в местата за настаняване в Кюстендил например в сайта www.booking.com се вижда, че няма хотел с оценка, по-висока от 8.0 (при максимум 10), а перлата на града – Спа-клуб „Стримон“ е оценен със 7.3.
- Допълнителните туристически услуги са практически неразвити. Общината разполага с обекти, но не и с услуги, което означава, че посетителите практически няма за какво да похарчат парите си. Липсва интерпретация на обектите извън класическите беседи, които могат да се получат в музейните обекти. Няма и тематични маршрути, които са популярни в съвременния туризъм.
- Липсва цялостен и структуриран маркетинг на дестинация Кюстендил, с избор на целеви пазари, брандинг и другите необходими реквизити. Туристическите фирми не предлагат оферти за дестинацията извън специалните предложения в Спа-клуб „Стримон“ и единичните екскурзии за Празника на черешата.

V. МЕРКИ ЗА ПОСТИГАНЕ ЦЕЛИТЕ НА СТРАТЕГИЯТА

V.1. Изработване на атрактивна визия на представянето на занаятите на всеки от фестивалите

В рамките на настоящия проект е предвидено закупуването на изложбени шатри, мобилна сцена, професионално озвучаване и осветление. Те ще бъдат използвани за представянето на избрани шест занаята от културното наследство на Кюстендилския край на четирите цитирани по-горе фестивални прояви – две в българската част и две в сръбската. За занаятчиите ще бъдат осигурени и маси в шатрите.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

В допълнение, цялостната визия на този кът от фестивалната проява трябва да бъде привлекателна и ориентирана спрямо публиката. Това означава да се спазват простички правила като:

- Шатрите да се виждат отдалеч, да са ясно различни и отличими от съседните шатри, ако има такива, или от другите реквизити на съответната фестивална проява. По възможност да се разположат на видно място, където се очаква да минава туристопотока, а не да са скрити в странична градинка, където никой няма да ги намери.
- Трябва ясно да е обозначено какво се представя и предлага в тези шатри, и това обозначение също да е видно възможно най-отдалеч; да не се налага хората да питат за какво са шатрите. Тъй като представянето на занаятите се осъществява в рамките на проект, финансиран от Европейска програма, е необходимо да присъстват ясно и четивно реквизитите на финансиращата програма, съгласно съответните Насоки за информация и публичност. Да се прецени на всяко от местата къде е най-подходящо да се поставят тези реквизити, както и надписите какво се представя в шатрите.
- Визията на самите шатри е необходимо да е атрактивна и привличаща вниманието, но да се внимава с опасността от претрупване, претоварване на сетивата и желанието ни да покажем всичко възможно. Да е в духа на българската народна традиция, но без да се клони към кич.
- Занаятчиите, които ще правят представянния и демонстрации, ще общуват с публиката и ще интерпретират своето наследство, трябва да имат определени „работни пространства“, в които да се чувстват комфортно и да не си пречат едни на други. Тези работни пространства трябва естествено да са съобразени със спецификата на всеки от занаятите, но също и с общата визия на шатрите, и с ориентацията на туристо-потоците.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Подредбата на артикулите за продажба също трябва да е издържана с вкус; по възможност да се дава шанс на посетителите да разглеждат отблизо и дори да пипат някои от произведенията - разбира се, без хлебните. Цените трябва да са ясно обозначени, разбираеми за съответната публика, а в Сърбия – посочени в съответната валута.
- Визията на самите занаятчии и евентуално друг персонал, обслужващ шатрите, също е от значение. Добрият, спретнат външен вид е от жизнено значение. В идеалния случай всички участници биха имали някакъв общ елемент от облеклото, който да ги идентифицира като част от „Шатрата на занаятите“. Това биха могли да бъдат еднакви „битови“ ризи, или пояс, или кърпа на врата, или дори баджове с еднаква визия.

V.2. ПиАр преди събитията

Целта е да бъдат поканени максимален брой посетители, които да посетят на първо място съответната проява, и на второ – занаятчийските шатри. Най-очевидната първа стъпка е „Шатрите на занаятите“ да се включат в официалната програма и анонси на всяко от събитията, за да се използва общата разгласа като обява и за занаятчийските демонстрации. За целта трябва да се работи в тясно партньорство с организаторите на проявите и да се поддържа добра координация на всеки от етапите на организация и провеждане.

В допълнение, инициативата по популяризиране на традиционни занаяти от Краище може да получи допълнителна разгласа, чрез:

- Съобщения в избрани местни/регионални/национални новинарски медии. За това естествено са необходими финансови средства, особено ако проявите са част от европейски проект и е необходимо всяка медийна изява да носи всички изискуеми реквизити съгласно Насоките за информация и публичност на



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

дадената финансираща програма. Ако вече има изградени медийни партньорства в рамките на съответната фестивална проява, или в работата на изпълнителите на проекта, е препоръчително те да се затвърдят и използват за разгласата на инициативата. От тази гледна точка се препоръчва работата със следните медии:

Дарик – радио и новинарски сайт на www.dariknews.bg – и двете са утвърдени и имат национално покритие;

Агенция „Фокус“ – новинарският сайт www.focus-news.net – ползва се като информационен източник от множество национални новинарски медии;

Телевизионен канал „Пирин“ (регионален) на БНТ – отразява новини и интересни събития от Югозападна България и съответно се гледа в целия този район;

Радио Благоевград (регионално) към БНР – също като ТВ канал „Пирин“; слуша се в Югозападна България;

Кабелна телевизия „Запад“ – местна за района на Кюстендил; гледа се от всички абонати.

- Интервюта с организаторите / представители на проекта / занаятчии – това е начин за представяне на по-подробна информация за събитията и представянето на традиционните занаяти като не-платено съобщение. За целта са подходящи Радио Благоевград и ТВ канал „Пирин“, с които вече има установени добри партньорски взаимоотношения в рамките на организиранията прояви, а и може да се получи добро допълване, ако се съчетае с платено/и съобщение/я за проекта.

- Публикации в специализирани медии – имат се предвид туристически и евентуално свързани със занаяти и прояви; както печатни, така и електронни. Окончателното решение зависи, естествено, от наличието на финансови



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

средства, но цените са различни в зависимост от това дали се публикува търговско съобщение, т.е. реклама, или информационна статия. Ако се публикува подробна програма на празника или просто анонс на „Шатрите на занаятите“, е вероятно да се счете за реклама и да се търсят по-високите цени. Ако е информационна статия за занаятите в Кюстендилско или за проекта, цените могат да са съвсем различни – това се отнася основно за печатните медии. Подходящи са списания като „Туризм и отдих“ и „Черга“. От сайтовете, добре е да се публикува информация в www.peika.bg , www.festival359.com , www.sabori.bg ; не трябва да се пропускат страниците във Фейсбук.

- Отпечатването на плакати / афиши все още е работещ механизъм за разгласа на някакво събитие, но е свързано с наличието на определени финансови средства, а освен това трябва да се съобрази с желания пазар. За градове с размерите, например, на съседен Благоевград, е подходящо да се разлепят афиши по определените за това централни места; хората познават тези места и понякога и мимоходом се информират за предстоящи събития. За пазар като София обаче са необходими много усилия, за да се покрият дори част от централните места за излагане на информация. Нито една от проявите в Кюстендил не е толкова мащабна, за да си струва усилията и парите.
- Отпечатване на флаери, които да се разнасят по ключови места в избраните целеви източници, генериращи туристопоток; както и чрез самите участници във фестивалите – за техни близки и познати. За целта могат да се ползват например студенти от Кюстендил, учещи в София, и да се разнесат флаери до офиси на банки, големи хотели, известни заведения, различни администрации. При наличие на средства може да се пусне флаер с брой на вестник „Капитал“ седмица-две преди събитието; вестникът се чете от голяма част от потенциалните посетители на проявите.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

- Включване на съответния фестивал, заедно с демонстрациите на занаяти, в оферти на български туроператори, най-вече за град София. Сезонът и за двете кюстендилски прояви е хубав; жителите на столицата копнеят в такова време да се „измъкнат“ през уикенда извън града и вече имат навик да търсят кратки оферти за близки дестинации, особено когато са съчетани с интересно събитие.

Забележка: Тук обръщаме внимание главно на ПиАр, насочен към българския пазар – по причина, че настоящата Стратегия е краткосрочна, а при такива случаи усилията и вниманието се фокусират върху по-непосредствени цели и най-вече такива, които ще дадат резултат в краткосрочен план.

V.3. ПиАр по време на събитията

Неговата цел е вече пристигналите посетители да не пропуснат да посетят точно занаятчийските шатри. Частично това ще се постигне чрез самата визия на шатрите, както беше предложено по-горе, но има и някои допълнителни мерки, които могат да се предприемат:

- Да има предварително обявени точни часове на демонстрациите, тъй като за някои от занаятите не е възможно да се демонстрират без прекъсване, а посетителите, които искат да извлекат максимални преживявания от своето посещение на празниците, ще искат и да знаят кога къде трябва да бъдат, за да не пропуснат важните моменти. Обявените часове задължително трябва да се спазват, защото за гостите е еднакво дразнещо както да не знаят кога могат да наблюдават дадено представяне, така и да се явят в уречения час на уреченото място, и там да не се случва нищо.
- Да се подготви атрактивен набор сувенири за продажба – по-едри и по-дребни; по-евтини и по-скъпи – така че да има за всеки вкус и всеки посетител да може



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

да си позволи поне един спомен от проявата. Закупуването на спомени (сувенири) при пътуване се възприема от всеки турист като задължително, и невъзможността човек да си позволи дори нещо малко води до разочарование. Знае се, че един доволен посетител ще доведе още двама, но един разочарован ще върне десет.

- Да се подготвят „почерпки“ за хората, минаващи край шатрите (сушени плодове, лъжичка домашно сладко, глътка домашен сироп или друго); важно е да не е нещо твърде скъпо струващо за организаторите, но да е вкусно и местно, най-добре домашно приготвено. Често когато гостите опитат някаква домашна храна и тя им хареса, питат могат ли да си закупят от нея – добре е това да се предвиди като възможност.
- По възможност да се подготви флаер (кратък информационен материал под каквато и да е форма) с атрактивно поднесена обобщена/любопитна информация за занаятите и контакти на занаятчиите или на организаторите / изпълнителите на проекта – за свободно раздаване.
- Пак при възможност да се привлекат доброволци – деца и младежи, които да приканват посетителите. За тях също е подходящо да са част от общата визия на занаятчийските шатри и участници (ако има общи елементи от облеклото, баджове или друго, децата също да са снабдени с тях).
- Препоръчително е предварително да се разработи ценова политика за промоции при продажбите в шатрите: купувате едно, получавате едно безплатно, или първите 10 клиента получават 20% отстъпка, следващите 30 клиента – 10% отстъпка; или всеки закупил даден сувенир от единия занаятчия, може да получи отстъпка при другия... Възможностите са много, а клиентите обичат отстъпките.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

V.4. ПиАр след събитията

Той е важен с оглед устойчивост на резултатите и превръщане на инициативата по валоризация на културното наследство в традиция. Могат да се използват два основни подхода:

- Да се подготви атрактивно прес-съобщение за това как е минала проявата (съответно демонстрациите), което да се разпрати до всички медии, които се сметат за подходящи. Дори да не отразят събитието сега, е възможно да го запомнят за в бъдеще.
- Да се подготви атрактивен кратък анонс за това как е минала проявата, и да се разпространи до всякакви потенциални партньори, списъци с туроператори; да се предостави на самите участници за разпращане до близки и познати и т.н. Всяка мярка за по-широко разпространение ще бъде добре дошла.



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development "

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

Анекс 1 – Форма за получаване на обратна връзка след провеждане на проявите в Кюстендил

(Оценките се дават по скала 5 – отлично; 1 – незадоволително)

Вашето име (по желание):

Вашата професия/месторабота:

Вашата възраст и пол:

Участвахте ли в Празника на черешата / Фестивала „Балканска черга“? Да / Не

Вашата оценка за организацията на проявата: (от 1 до 5)

Вашата оценка за представянето на занаятите: (от 1 до 5)

Какво Ви хареса в представянето?

.....

Какво не Ви хареса в представянето?

.....

Според Вас имаше ли външни посетители на проявата (туристи)? Да / Не

Според Вас имаше ли повече посетители от други години? Да / Не

Можете ли да направите преценка за посетителите в цифри?

Според Вас проявата полезна ли е за града/селото/общината? Да / Не

Други Ваши общи наблюдения, мнения, препоръки?

.....



Project title: „ The Revived traditions of the Krajshte – a factor for sustainable economic development ”

Ref. № 2007CB16IPO006 -2011-2-214

.....
.....
.....

Благодарим Ви за участието!