

Interreg Greece-Bulgaria DIONYSOS

European Regional Development Fund



**INTERREG V-A COOPERATION PROGRAMME: GREECE –BULGARIA
2014-2020"**

Project title:

"Developing Identity ON Yield, SOil and Site - DIONYSOS"

MIS Code: 5016090

ДОКЛАД ОТ ИНСТИТУТ ПО ЛОЗАРСТВО И ВИНАРСТВО - ПЛЕВЕН



WP 5

'Подготовка за туризъм'

***Дейност: D5.2.3 "Пакт за качество в сектора на храните,
туризма и търговията"
"Изследване за разработване на Пакт за качество на местно
ниво"***

***Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за
регионално развитие и от национални фондове на страните,
участващи в Програмата за сътрудничество Interreg V-A
„Гърция-България 2014-2020 г.***

Декември, 2021

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A "Greece-Bulgaria 2014-2020" Cooperation Programme.

This document is created under the project “Developing identity on yield, soil and site”/DIONYSOS, Subsidy contract B2.6c.04/01.11.2017 with the financial support of Cooperation Programme “Interreg V-A Greece-Bulgaria” 2014-2020, Co-funded by the European Regional Development Fund and National funds of Greece and Bulgaria. The entire responsibility for the contents of the document rests with Institute of Viticulture and Enology-Pleven and under no circumstances it can be assumed that the materials and information on the document reflects the official view European Union and the Managing Authority

Този документ е създаден в рамките на проект „Разработване на идентичност на добива, почвите и местностите“/ДИОНИСОС, Договор за субсидиране В2.6с.04/01.11.2017 който се осъществява с финансовата подкрепа на подкрепа на Програма за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция-България 2014-2020, съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните Гърция и България. Отговорността за съдържанието на документа се носи от Институт по лозарство и винарство-Плевен и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган.

Съдържание

A. СЪЩНОСТ И СПЕЦИФИКА НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ.....	2
1. КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ	2
2. ПРЕДИМСТВА НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ	2
3. ПРОДУКТ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ	3
4. ПРОДУКТ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ НА ПРОЕКТ DIONYSOS.....	4
5. ТЕРИТОРИАЛЕН ОБХВАТ НА ПРОЕКТ DIONYSOS	4
B. ПАКТ ЗА КАЧЕСТВО НА ПРОЕКТ DIONYSOS.....	5
1. ЦЕЛ НА ПАКТА ЗА КАЧЕСТВО В СЕКТОРА НА ХРАНИТЕ, ТУРИЗМА И ТЪРГОВИЯТА.....	5
2. УЧАСТНИЦИ В ПАКТА ЗА КАЧЕСТВО	6
3. СЪДЪРЖАНИЕ НА ПАКТА ЗА КАЧЕСТВО	7
C. МЕСТЕН ПРОДУКТ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ	14
1. КАЧЕСТВЕНИ ПАРАМЕТРИ НА ПРОДУКТА НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ В ОБХВАТА НА ПРОЕКТ DIONYSOS .	14
2. ВАЖНИ ЕЛЕМЕНТИ НА МЕСТНИЯ ПРОДУКТ НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ.....	21
3. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ МЕЖДУ ПРОДУКТА НА ВИНЕНИЯ ТУРИЗЪМ И ДРУГИ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ.....	26
D. ЦЕЛИ И СТРАТЕГИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЛОЗАРО-ВИНАРСКА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ В ТРАНСГРАНИЧНИЯ РЕГИОН НА СЕВЕРНА ГЪРЦИЯ И ЮЖНА БЪЛГАРИЯ	27
БИБЛИОГРАФИЯ	31

Методология

Съобразно залегналите цели в проект ДИОНИСОС, а именно изграждане на идентичност на лозаро-винарските райони в трансграничния регион на България и Гърция, важна част е предлагането на качествен продукт на винения туризъм. След внимателен и обстоен анализ, извършен по предходните дейности по проекта, са очертани най-важните елементи на продукта на винения туризъм. Основната цел на настоящата разработка е да се акцентира върху качествените параметри на продукта на винения туризъм, специфицирани според особеностите и потребностите на района. В структурата на продукта на винения туризъм, определящи за качеството на дестинацията са изграждането на адекватна инфраструктура и суперструктура за посрещане на гости; обслужване; създаване на партньорски връзки между стопанските субекти; въвеждане на „зелени“ (еко) стандарти; разнообразяване на туристическата оферта; предлагане на местни деликатеси; популяризиране на занаятите; поддържане на културните и природни забележителности и прочие.

Настоящият документ е оформен в четири части. Първата част засяга същността и спецификата на винения туризъм и неговия обхват, съобразно целите на проект ДИОНИСОС в областите Хасково и Кърджали. Втората част разкрива целите, участниците и съдържанието на Пакта за качество. Третата част формулира някои качествени параметри и критерии на лозаро-винарската туристическа дестинация, с обхват на всички взаимосвързани дейности. В четвъртата част са предложени някои цели и стратегии в областта на лозарството, винопроизводството и туризма, които могат да подобрят качеството на дестинацията в трансграничните области.

Източниците на информация са разговори с мениджъри на изби от област Хасково, научна литература, областни и общински стратегии за развитие на туризма, Закон за виното и спиртните напитки, Закон за туризма на Р България.

В настоящият документ няма претенция за изчерпателна и напълно покриваща всички дейности информация, отнасяща се за възможностите на винения туризъм в пограничните райони на областите Хасково и Кърджали. Напротив, дейностите по проект ДИОНИСОС и направените изследвания показват, че има необходимост да се задълбочат и разширят проучванията в посока устойчиво бъдеще на лозаро-винарския сектор и превръщането на трансграничния регион на България и Гърция в интересна и привлекателна дестинация.

A. Същност и специфика на винения туризъм

1. Какво представлява винения туризъм

Виненият туризъм е вид туризъм, при който виното, и свързаните с него основни дейности - лозарство, преработка на грозде, производство на вино, обвързани с история, архитектура, кулинария, култура и прочие, са мотив да бъде посетена дадена лозаро-винарска дестинация.

- Продукта на виненият туризъм е комплексен, т.е. може да съчетава различни форми на туризъм – кулинарен, еко, селски и др. с винен.
- Може да се практикува от различни възрастови групи – от най-младите до най-старите, от любители на вино до туристи, които нямат никакви познания за виното.
- Предлагат се разнообразни по съдържание и времетраене фирмени туристически продукти и услуги, на които туристите могат да се насладят.

2. Предимства на винения туризъм

Развитието на винен туризъм може да осигури следните предимства за региона:

- Създаване на нови, специализирани лозаро-винарски продукти;
- Създаване на качествено нов тип специализирани туристически продукти;
- Нарастване на продажбите на вино и други продукти;
- Повишаване на добавената стойност;
- Реализиране на синергични ефекти за социално-икономическото развитие на района, в резултат от комбинирането на продукта на винения туризъм с други продукти и услуги;
- Подобряване на качеството на предлаганите продукти и услуги;
- Увеличаване на гамата от туристическите продукти и услуги, предлагани на конкретната територия;
- По-добро взаимодействие между бизнеса и заинтересованите страни, в резултат от развитието на винен туризъм;
- Подобряване на имиджа, както на отделните фирми, които предлагат винен туризъм, така и на цялата област, като туристическа дестинация;

- Диверсификация и едновременно с това специализация на отделните продукти и услуги;
- Създаване на нови работни места.
- Постигане на социална, икономическа и екологична устойчивост.

3. Продукт на винения туризъм

Лозаро-винарството е тематичната ос на продукта на винения туризъм. Следователно в него са включени всички онези елементи, продукти, услуги, атрактивност и рекреации, чрез които могат да бъдат привлечени туристи. Продуктът на винения туризъм е съставен предимно от съчетаването на производството на винено грозде и вино с туристическа дейност. Основните дейности и услуги, които могат да се предложат на посетителите са:

- разходка в лозя, където могат да се запознаят с тероара и начина на отглеждане на различни местни и интродуцирани сортове лози;
- пикник или изнесена дегустация сред лозята;
- „осиновяване на лози“ – отглеждане на собствени лози за производство на грозде и вино;
- посещение на изби и запознаване с технологичния процес – от прибирането на реколтата и преработката на грозде до производството на вино, техники за стареене, бутилиране и начин на съхранение;
- дегустации на вина в съчетание с местни храни и деликатеси;
- организиране на „Ден на отворени врати“, фамилни и фирмени тържества, честване на празници и обичаи.;
- настаняване в хотели с три, четири звезди, къщи за гости;
- посещение на забележителности в близост до избите – природни феномени, културно-историческо наследство, архитектура, музеи и др.
- местни празници, фестивали, събори и др. събития
- транспорт.

4. Продукт на винения туризъм на проект DIONYSOS

Проект „DIONYSOS“ цели да се идентифицират всички силни страни на лозаро-винарския сектор в изследвания регион, като на първо място следва да се подчертае историческото развитие на лозаро-винарството и древните традиции и обичаи на местното население. Очаква се реализацията на проекта да спомогне за по-тясно сътрудничество между заинтересованите страни от развитието на винен туризъм в трансграничния регион между Северна Гърция и Южна България. Да предложи уникално съчетаване на продукти и услуги, предоставяйки по-богат избор на посетителите. Да очертае зони и маршрути, обхващащи възможно най-много туристически обекти и населени места. И накрая - възможност да се популяризират и рекламират пред по-голяма аудитория условията, с които разполага територия в областта на винения туризъм.

5. Териториален обхват на проект DIONYSOS

Проект „DIONYSOS“ е трансграничен проект обхващащ територията на Северна Гърция от област Кавала до река Марица и от Южна България териториите на областите Хасково и Кърджали.

Обхват на продукта на винения туризъм в област Хасково, където са разположени най-голяма част от винарните

Продуктът на винения туризъм в област Хасково се простира по цялата територия областта, преди всичко в лозаро-винарските райони, обхващащи общините Хасково, Димитровград, Маджарово, Харманли, Любимец, Свиленград, Стамболово, Хасковски минерални бани, Ивайловград, Свиленград и Симеоновград.

Движещите сили са всички заинтересовани местни физически, юридически лица, обществени институции, местни власти, професионални организации, НПО и др., чрез които могат да се създадат съвместни публично-частни партньорства. Целта на тези партньорства е оформяне на привлекателна и устойчива лозаро-винарска туристическа дестинация, в която да се предлагат качествени и автентични местни продукти и услуги. Укрепването на връзките между лозари, винопроизводители, свързаните с тях допълващи производства, производители на храни, туристически фирми и други свързани бизнеси, публични и държавни институции подпомага създаването на съвместни продукти и услуги. По този начин се формират условия за разширяване гамата

на предлагане, за повишаване на добавената стойност и реализацията на синергични ефекти едновременно за социалното и икономическото развитие на района. Всички те заедно имат взаимен интерес и спомагат за развитието и разпространението на лозаро-винарската култура, превръщайки област Хасково в устойчива лозаро-винарска туристическа дестинацията.

В. Пакт за качество на проект DIONYSOS

Пактът за качество има за цел да обедини местните предприятия от секторите на винопроизводството, туризма, производството на храни, търговията, транспорта и др., в усилията им за постигане на конкретни бизнес, социални и екологични резултати, практики, инициативи и политики. По този начин да се усъвършенстват и популяризират идентичността и културата на предлагане на местния винен туризъм при условията на подобряване на качеството на продуктите и услугите. Под условия на подобряване на качеството не се има предвид общоприета качествена практика, както е описано в текста, която бизнесът прилага, ако иска да бъде конкурентен, а качество по отношение на местния винен туризъм - идентичност, която ще помогне на района и неговите предприятия да сегментират пазара и следователно да се продават по-добре местните продукти и услуги, и да се рекламира областта като цяло. Пакта за качество по проект ДИОНИСОС има за цел да оформи и наложи идентичността на лозаро-винарските райони в трансграничната област между България и Гърция, като туристическа дестинация.

1. Цел на Пакта за качество в сектора на храните, туризма и търговията

Целта на Пакта за качество е да мобилизира бизнеса, НПО, Местни инициативни групи, асоциации, местни власти и др. субекти от горепосочените сектори да си сътрудничат, като чрез взаимния си ангажимент ще допринесат за оформянето на "качествена идентичност" на туристическия продукт на тяхната област.

За проекта DIONYSOS, поради естеството на проекта, туристическият продукт на района е **продукт на винения туризъм**. Този продукт съдържа в себе си следните по-важни направления:

- съхраняване на местните лозаро-винарски традиции, чрез поддържането на насаждения от местни сортове лози и производство на специфични и уникални по вкус вина;
- запазване и развитие на местната култура, свързана с лозаро-винарството;
- опазване на специфичната екология и биоразнообразие, обхващащи територията на почти цяла Северна Гърция и частта от Южна България. Голяма част от лозята попадат или са гранични на територии в обхвата на НАТУРА 2000;
- подобряване на съществуващите туристически продукти и услуги и създаване на нови;
- кулинария и местни специалитети, които могат само в тази трансгранична област да бъдат опитани;
- опазване на материалното наследство, включващо множество останки от крепости, селища, могили, светилища и др. от епохите на древните елини, траки, Византия, България и Отоманската империя, уникална архитектура на сгради и др.;
- опазване на нематериално наследство и фолклора;
- организиране на местни празници, фестивали и панаири;
- засилване и укрепване на връзките между бизнес, НПО, публични и обществени институции, браншови асоциации и др;

2. Участници в Пакта за качество

В пакта за Качество могат да участват следните субекти:

- Лозарски стопанства
- Винарски фирми
- Туристически агенции и туроператори
- Туристически информационни центрове
- Места за настаняване - хотели, мотели, къщи за гости и др.
- Заведения за хранене – ресторанти, таверни, барове, локали и др.
- Производители на местни продукти от хранително-вкусовата и преработвателна промишленост
- Търговци

- Занаятчий
- Музеи
- Транспортни фирми
- Асоциации и други форми на сдружаване
- Общини и местни власти
- НПО
- Образователни и научни организации

3. Съдържание на Пакта за качество

С подписването на **Пакта за качество в сектора на храните, туризма и търговията**, под инициативата на проект **“Developing Identity ON Yield, SOil and Site” (DIONYSOS)** се ангажираме с общи усилия и бъдещи инициативи да си сътрудничим заедно в сферата на винения туризъм за изграждането на качествена дестинация на лозаро-винарските райони в областите Хасково и Кърджали. Нашата цел е да обединим общи усилия, за да допринесем за изграждането на имидж на лозаро-винарските райони, намиращи се в обхвата на трансграничната област между Северна Гърция и Южна България като „качествена дестинация за винен туризъм“.

Под **качествена дестинация за винен туризъм** се има в предвид предлагането на качествени туристически продукти и услуги, както и предлагане на други продукти и услуги, предимно от местно производство, чрез които от една страна ще се привличат туристи, а от друга ще се генерират социални, икономически и екологични ползи за района. Ангажирането на местните производители ще допринесе не само за поддържане на богата гама от качествени продукти и услуги, но ще се задълбочат и разкрият нови публично-частни партньорства и бизнес връзки, както вътре в отделните икономически сектори, така и на междусекторно ниво. Това доказано ще повиши качеството на дестинацията, ще създаде допълнителни продукти и услуги, ще се разкрият нови работни места и ще направи дестинация много по-популярна и предпочитана. Едновременно с това ще се ангажират пряко местния бизнес, неправителствени организации, браншови обединения, местни власти и местните общества, да работят заедно в изграждането на дестинация за винен туризъм, предлагаща уникални туристически продукти и услуги.

Пакта за качество ще предостави възможност да се засили бизнес сътрудничеството, да се модернизират производствените мощности, да се реализират нови продукти, услуги, да се

оптимизират веригите на доставки, да се разшири предлагането, да се развият процесите на специализация и диверсификация.

Всички членове на Пакта за качество смятат, че подобряването на конкурентоспособността и устойчивостта на продукта на винения туризъм във всички части на трансграничната област, попадаща в обхвата на проект „ДИОНИСОС“, изисква подобряване на качеството на инфраструктурата на градовете и селата, природата в общините, транспорта, обществените услуги, разширяване на съществуващите и въвеждане на нови туристически продукти и услуги.

Пакта за качество се стреми, чрез засилване на междусекторното сътрудничество, в близко бъдеще да се създадат еднакви подходи и програми за действие и тяхното качествено изпълнение. Това тясно сътрудничество да доведе до реализиране на бъдещи съвместни проекти, с цел трансграничният регион да се превърне в устойчива туристическа дестинация и с максимално ефективно използване на ресурси.

Всички страни са наясно, че досега не са установени достатъчно компактни, обемни и трайни бизнес, социални и културни връзки в трансграничния регион на Гърция и България, и от такива съвместни сътрудничества напред ще произтичат все повече стопански и социални инициативи.

Ползите от подобряване на цялостната туристическа инфраструктура, туристически продукти и услуги освен за бизнеса ще са и за местното население. Гостоприемствеността и доброто отношение на местните жители към туристите е от съществено значение за изграждането на култура на обслужване и качество на услугите, от където и формирането на качествена туристическа дестинация. Поради това, включването на местните власти, НПО, граждански сдружения и др. представители на местното население е жизнено важна и необходима част в Пакта за качество.

Пакта за качество ще работи в следните направления:

- Повишаване качеството на лозаро-винарската дестинация в трансграничната област;
- Увеличаване и разширяване на туристическата оферта с повече продукти и услуги;

- Засилване на местната инициативност;
- Повишаване на добавената стойност;
- Ефективно използване на местните природни, антропогенни, културни и туристически ресурси;
- Продуктите и услугите, които ще се предлагат да отговарят на изискванията за качество и стандартите за производство, съгласно законите на Р България, Р Гърция и директивите на ЕС;
- Продуктите и услугите да са предимно местно производство. По този начин не само се дава предимство на местните производители, но и ще се поддържа имиджа на дестинация, като среда на произход на автентични местни продукти и услуги;
- Лозаро-винарските производители използват щадящи околната среда агротехники и технологии. Нашата мисия е не само да предлагаме висококачествени продукти, но и да опазим природата за идните поколения;
- Производство на биологична продукция;
- Вината, които се предлагат за дегустация са качествени със знак ЗНП и ЗГУ. По възможност вината, които ще се предлагат на нашите клиенти, да са произведени от местни сортове грозде, автентични вина, произведени по традиционен за региона начин;
- Винопроизводителите се ангажират да предлагат храни и други стоки и услуги, произведени от местни фирми и организации. По този начин спомагат на местното производство;
- Ресторантьорите и хотелиерите се ангажират да предлагат вината на местните винопроизводители. По този начин те пряко ще имат роля да реализират местните вина, а от друга ще поддържат директен контакт с винопроизводителите;
- Винопроизводителите се ангажират да препоръчват и рекламират местата за хранене и настаняване, със сертификати за качество пред своите клиенти;

- Винопроизводителите предлагат на своите клиенти сувенири и занаятчийски продукти, в случай, че имат специализиран магазин за продажби в избите си. Ако нямат, могат да препоръчат магазини и търговски центрове;
- Винопроизводителите по възможност да демонстрират местните традиции, обичаи и бит, свързани с лозарството и винарството;
- Да се предлагат маршрути включващи местните природни, архитектурни и културно-исторически забележителности, музеи и др., както и места за хранене, отдих, търговия и забавление;
- Местните туроператори и туристически агенти се ангажират да предлагат и рекламират винения туризъм в областта. Същевременно могат да получат ценови отстъпки;
- Местните власти съдействат на винопроизводители, туристическия сектор и търговията за провеждане на ежегодна среща с цел създаване на условия за бизнес сътрудничество, мониторинг на дестинацията, планиране на дейности, информация за медии, маркетинг, PR и др.;
- Местните власти поддържат туристическата и пътна инфраструктура, чистота, информационни табели, транспорт, туристически информационни центрове и др.
- Местните власти поддържат безопасна среда, ред и законност в близост до посещаваните от туристите места и забележителности.
- Местните власти, бизнеса, публичния сектор (музеи, културни центрове), НПО, Местни инициативни групи и др. се ангажират да дават точна и вярна информация, както и да рекламират по-възможност всичко свързано виното, храните и туризма.
- В случай на интерес от страна на клиенти към други форми на туризъм, забележителности, места за търговия, отдих, забавления и др., да се дава точна и ясна информация, включително и контакти за връзка;
- Персоналът, зает с обслужване на туристите да бъде приветлив, отзивчив и при поискване от страна на клиентите да дават информация и препоръки за други туристически продукти и услуги, които се предлагат в района;

- Като част от културната идентичност на дестинацията е необходимо организирането на различни събития (панаири, фестивали, „ден на отворени врати“), свързани с вино, храни, занаяти и фолклор;
- Въвеждане на ноу-хау – селекция на лози; подобряване на агротехниката при отглеждане на лозя; въвеждане на т.нар. „прецизно земеделие“; биопроизводство; въвеждане на „добри практики“ и др.;
- Професионално обучение от специалисти в областта на лозаро-винарството, туризма и др. с цел подобряване на качеството;
- Организиране на форуми, семинари и съвместно участие на специализирани търговски изложения и панаири;
- Създаване на общи продукти и услуги под формата на винени пътища и винени маршрути.

Пакта за качество трябва да обедини следните елементи:

- **Качествена туристическа дестинация.** Съвременните туристически дестинации предлагат все по-голямо качество и диверсификация на туристическото предлагане. Следователно ще се предлагат качествени продукти и услуги от всички членове на пакта. Туристите търсят възможности да опитат от местните вина, храни, традиции и бит, т.е. да станат част от местната културата. Например това може да бъде разходка сред лозя, посещение на винарна и запознаване с процеса на винопроизводство, пребиваване в селска среда, опитване на добро вино в механа и закупуване на типични продукти в специализиран магазин. Това са част от преживяванията, които лозаро-винарската дестинация може да предложи на посетителите си. В същото време част от преживяванията на туристите е и местната природа, културно-историческото наследство, участие в празници и др.
- **Комплексен продукт на винения туризъм** – продукт на цялата лозаро-винарска общност и туристическите дейности, както и спомагателни производства и дейности. Технически този продукт е резултат от взаимосвързани отделни продукти и услуги, сътрудничество между бизнес, публични и неправителствени организации. Следователно продукта на винения туризъм с неговата материална

база има необходимост от управление и планиране, контрол върху качеството и маркетингови проучвания, въвеждане на добри практики и ноу-хау.

- **Формално Пакта за качество** трябва да осигури технически решения за предлагане на качествени продукти и услуги на територията на лозаро-винарските зони, попадащи в обхвата на проект DIONYSOS.
- **Сътрудничеството** във вид на публично-частното партньорство се очаква да подготви и създаде добри условия за основаване и развитие на съвкупни туристически продукти и мрежи под формата на „**Път на виното**” и „**Маршрути на вино**”.

В редица държави с развит лозаро-винарски сектор са осъзнати ползите, които носи винения туризъм. Постепенно повечето местни производители и власти са обединили своите продукти и усилия под формата на „път на вино”, като по този начин са увеличили посещаемостта, продажбите и са разкрили много работни места. В България и Гърция все още липсват такива мрежи, въпреки че има достатъчно индикации, както от страна на бизнеса, така и от местните власти, за необходимостта от реализация на такива проекти.

Какво е „Път на виното”:

- ✓ Това е клъстер, обединение, мрежа между бизнес, публични и неправителствени организации, които заедно предлагат продукти и услуги, под формата на винени туризъм, характерни за дадена територия. Обединени заедно могат да предлагат под една марка по-голямо разнообразие и да създават повече добавена стойност и синергии.
- ✓ Разположението и обхватът на „Пътища на виното” зависят от географското положение на региона; броя на членовете на клъстера; специализацията на фирмите-участници; туристическата инфраструктура (хотелиерство и ресторантьорство); наличие на природни и културни забележителности; атракции; и други фактори, които имат ключова роля в привличането на туристи.;
- ✓ В един регион могат да се създават няколко „Пътища на вино” – това зависи от концентрацията на избите, които са основните обекти на посещение, основните и допълнителните туристически продукти и услуги, които могат да се предложат.;

Ползи от туристически продукт „Път на вино“:

- Създават се по-големи възможности за комбиниране на туристическите продукти и реализиране на нови - диверсификация;
- Интеграция и специализация между отделни продукти и услуги;
- Индивидуалните конкурентни предимства на една фирма могат да бъдат от полза за друга;
- Подялба на разходите и риска;
- Обмяна на опит и информация между участниците;
- Повишаване конкурентоспособност на региона, в който има такава функционираща мрежа, спрямо останалите;
- По-големи възможности за финансиране - чрез собствени средства, национални програми и по ОП на ЕС;
- Организиране на съвместни празници и фестивали на виното, което не е по силите и финансовите възможности само за една фирма;
- Публично-частно партньорство между изби; туристически фирми; НПО и общини;
- Създаване на общ бранд (марка) „Път на виното“, който рекламира всеки един участник;
- Съвместни стопански инициативи в популяризирането и рекламирането на собствените продукти под бранд „Път на виното“;
- Създаване на единни правила и стандарти за качество за продуктите и услугите вътре в мрежата;
- Съвместни маркетингови поучвания;
- Обществен интерес от страна на Държавата на ниво – общини; държавни организации, министерства, които не могат да подпомагат отделни фирмени продукти, но могат да подпомагат и рекламират по-големи дестинации, като например „Пътища на вино“.

В обобщение, създаването на такава интегрирана система, като „Път на виното“ има за цел не само повишаване на индивидуалната конкурентоспособност на стопанските

субекти, но и превръщането на региона в качествена и атрактивна туристическа дестинация. Разнообразявайки предлаганите туристическите продукти и услуги в съответствие с качествените стандарти в региона може да се подобри популяризирането на дестинацията. По този начин може да се осигури по-голяма социално-икономическа ефективност и да се постигне устойчивост, както за отделните членове на клъстера, така и за цялата територия – по-голяма посещаемост; увеличение на доходите; разкриване на работни места; инвестиции; запазване на материалното и нематериалното наследство.

Крайната цел на Пакта за качество в сектора на храните, туризма и търговията е да подготви и да обедини всички заинтересовани в трансграничния регион в създаването на съвместни туристически продукти и маршрути, основани на лозарството, винопроизводството и туризма. Виното и неговите и културни превъплъщения, заедно с местните дадености и туристически ресурси са свързващи компоненти в културната идентичност на винената дестинация. Виненият туризъм се съчетава добре с останалите форми на туризъм и представлява допълнителна опция за приятни преживявания и емоции за туристите, избрали друг вид туризъм. Ето защо членството в Пакта може да подобри връзките и сътрудничество както на междусекторно ниво, така и при идентифицирането на водещите видове туризъм в трансграничната област и обвързването им с винения туризъм. Това ще доведе до формиране и реализиране на нови и качествени продукти и услуги.

C. Местен продукт на винения туризъм

1. Качествени параметри на продукта на винения туризъм в обхвата на проект DIONYSOS

Качествените параметри и критерии на продукта на винения туризъм са пожелателни за всички юридически и физически лица, които подписват този пакт. Продукта на винения туризъм е съставен от разнородни продукти и услуги (по начина на производство, вид, потребление, цена, пазар и др.), които трябва да са с определени стандарти за качество съгласно нормативната система и регулация в Гърция, България и ЕС. Целта е да се поддържа ниво на качество, и чрез предлагане на качествени продукти и услуги да се привличат повече туристи, да се отговори на техните очаквания и едновременно с това да се постига по-голямо удовлетворение на посетителите. В таблицата са предложени

качествени параметри и критерии на някои основни продукти и услуги в рамките на лозаро-винарска дестинация. Освен това се предлага определена роля на различните браншове и местни власти в поддръжката на дестинацията, както и сферите на взаимодействие между отделните партньори.

Таблица 1: Качествени параметри и критерии на лозаро-винарската туристическа дестинация

Производствена и непроизводствена сфера	Основни бази, производства и специфика на продукти и услуги	Стандарти за качество и нормативна уредба
<i>Лозаро-винарски сектор</i>		
Лозя	Сортов състав: Разрешени сортове за производство на качествени вина със знак ЗНП и ЗГУ	Съгласно Закон за виното и спиртните напитки; нормативи на ИАЛВ - местни сортове: Димят, Памид, Червен мискет, Тамянка, Гъмза, Мавруд, - българска селекция: Мелник 55, Рубин - интродуцирани: Совиньон блан, Шардоне, Ркацители, Мерло, Каберне Совиньон
	Агротехника	Съгласно спецификациите на ИАЛВ за допустими агротехнически мероприятия при отглеждане на лозя със ЗНП и ЗГУ.
	Добив и качество на грозде	Съгласно спецификациите на ИАЛВ за допустими агротехнически мероприятия при отглеждане на лозя със ЗНП и ЗГУ.
Винопроизводство	Мощности за преработка	
	Преработка на грозде за производство на качествени вина със знак ЗНП и ЗГУ	Съгласно Закон за виното и спиртните напитки на Р България и Р Гърция

	Производство на качествени вина със знак ЗНП и ЗГУ	Съгласно Закон за виното и спиртните напитки на Р България и Р Гърция
	Производство на биологични вина	Съгласно приета наредба за биологично производство
	Отлежаване, бутилиране и етиктиране	Съгласно Закон за виното и спиртните напитки на Р България и Р Гърция и Директиви на ЕС за етиктиране на вина и спиртни напитки
Винопроизводствено предприятие, предлагащо винен туризъм		
Оформление и адаптиране на базата за посрещане на туристи	Инфраструктура	Път до избата. Достъп при всякакви климатични условия през цялата година.
		Паркинг
		Поддържани алеи, градини, фасади на сгради, осветление
		Чистота
		Информационни табели на български и английски езици (минимум)
		Място за отдих (пожелателно)
	Суперструктура	Поддържане на сгради и чистота
		Лесен достъп на туристите до помещенията, в които ще пребивават.
		Енотеки – достатъчно пространство и светлина.
		Дегустационни зали – оборудвани с минимум 40 места за сядане, простор, светлина, климатична система.

		<p>Заготвителни помещения (кухни) към дегустационни зали. Поддържане на хигиена на помещението.</p>
		<p>Сервизни помещения и помещение с необходими медицински материали за оказване на първа помощ. Сервизни помещения с възможност за обслужване на хора с увреждания</p>
		<p>Места за отдих и рекреация (барбекю, бар, ресторант, басейн, спортни съоръжения) - добре поддържани и чисти, съгласно разпоредби и категоризация.</p>
		<p>Магазин за продажби на вина и сувенири – по възможност рекламни материали и информация за други изби и възможности за туризъм в района.</p>
Екскурзоводство	Екскурзоводство в избата	<p>Енолог или обучен специалист по винен туризъм.</p>
		<p>Владеене на английски език. Широки познания не само в областта на лозаро-винарството, но и за история, култура, забележителности и туризъм в близост да избата.</p>
		<p>Комуникативни умения.</p>

	Дегустация	Предлагане на качествени вина със знак ЗНП и ЗГУ
		Възможност за закупуване на дегустираните вина.
		Цената на дегустация да отговаря на качеството на вината.
		Цената за дегустация се уговаря предварително за определен брой вина и включени към тях атрибути.
		Вината, които ще се дегустират да са предварително определени.
		Маси, покривки, чаши и др. да са чисти и незахабени.
		Хранителните продукти, които се предоставят към дегустацията, да са качествени и пресни.
		Препоръчително е хранителните продукти (сирене, кашкавал, хляб, салам и др.) да са от местни производители.
Информация за туризма в региона, в който се намира избата	Предлагане на други видове туризъм	Информация за атрактивни места за посещения
	Препоръки за посещение на други изби	Информация и контакти на други изби
	Места за отдих и настаняване	Информация за хотели, ресторанти, барове, търговия и др.
<i>Туризъм</i>		
Места за настаняване	Хотели, мотели, къщи за гости	Да отговарят на изискванията за категоризация, съгласно Закон за туризма

		<p>Препоръчителни са хотели с 3, 4 и 5 звезди.</p> <p>В местата за настаняване да се предлага информация за посещение на изби, заведения за хранене и туризъм.</p> <p>Да предлагат предимно местни вина.</p> <p>Могат съвместно с изби да направят дегустация на вина в хотела.</p>
Заведения за хранене	Ресторанти, таверни, механи, барове, локали	<p>Да отговарят на изискванията за категоризация съгласно Закон за туризма</p> <p>Да включат в листата на менюто си качествени вина от местни производители.</p> <p>Да предлагат местни специалитети, които могат да се комбинират с местни вина</p> <p>Да се предлага информация за посещение на изби, места за настаняване и туристически обекти в района.</p>
Туристически фирми	Туристически бюра, туристически агенции и туроператори	<p>Предлагат и рекламират винен туризъм</p> <p>Ползват отстъпки от винопроизводители, хотелиери и ретсорантьори</p> <p>Предварително се уговарят посещенията, броят на посетителите, цени на продукти и услуги</p> <p>Винопроизводителите и други партньори уведомяват туроператори и</p>

		<p>турагенти за промяна на цени, продукти, услуги, работно време и др., в случай, че това по някакъв начин променя първоначалните договорености за цени на продукти и услуги</p> <p>Туристическите агенции и туроператори спомагат със своя професионален опит и техническа помощ на винопроизводители и други партньори да подобряват качествата на продукти и услуги.</p>
Транспорт	Лицензирани превозвачи Транспортни фирми	Съгласно нормативна база за превоз на пътници и стоки
		Технически изправни МПС – автомобили; коли под наем; автобуси и др.
		Таксиметрови компании, коли под наем, общински линии на градски транспорт и др.
<i>Други сектори</i>		
Занаяти, арт-изкуства, музеи, фолклорни формации, спортни и здравни центрове	Занаятчий и арт-работилници	Производство на продукти и услуги за туристическия сектор
		Предмети с културна и художествена стойност
		Изкуства, подчертаващи уникалността на местната територия
Хранително-вкусова промишленост	Производство на плодове, зеленчуци, месо, аквакултури, колбаси, сирена, хлебни изделия, сладкарски изделия, безалкохолни и др.	Предлагане на качествени и автентични хранителни продукти, характерни за територията

<i>Местни власти</i>	Общини и кметства	Поддържат инфраструктурата до и около туристическите обекти
		Туристическите информационни центрове разпространяват информация за винен туризъм и други видове туризъм
		Поддържат чистота и ред около местата за посещение
		Поставят информационни табели на български и английски езици близо до местата за посещения
		Организируют съвместно с туристическия бранш, бизнеса и др. тематични лозаро-винарски и други празници и фестивали
		Организируют съвместно с туристическия бранш, бизнеса и др. рекламни кампании и участия на туристически борси и др.

2. Важни елементи на местния продукт на винения туризъм

Какво е мястото и ролята на лозаро-винарския бранш, туристическия сектор, местния бизнес и публичните организации в предлагането на винен туризъм зависи от значението му както за местният бизнес, така и за местната икономика и съответно ползите, които може да осигури за социално-икономическото развитие на трансграничния регион. Ето защо трябва да се подберат, разработят и планират някои основни направления. Да се включат отделни или част от онези продукти и услуги, които

ще са водещи в дестинацията, обхващаща територията на Северна Гърция от Кавала до р. Марица и от България – областите Хасково и Кърджали. Това са:

✓ ***Тероара и микро-районите за производство на грозде и вино.***

Тероара обхваща специфичните почвено-климатични условия, води, наклон на терен, изложение, специфичния ландшафт, природни образувания, растителен и животински свят. Микро-районите със своя тероар и разрешените местни и интродуцирани сортове за производство на качествени вина със знак ЗНП и ЗГУ.

✓ ***Сортов състав на лозята за производство на качествени вина.***

Сортовият състав на лозята, и по-специално отглеждането на местни сортове грозде за производство на качествени вина, е един от най-важните елементи за идентичността на местния туристически продукт на винения туризъм. Вината от местни сортове се различават по органолептични характеристики от вината, произведени от интродуцирани сортове, което спомага за развитието на нова пазарна ниша на пазара на вино, от една страна, а от друга осигурява възможност за диверсификация на местният лозаро-винарски сектор - предлагане на нови, непознати вина и привличане на туристи, посредством уникалния вкус на местните вина. Освен сортовият състав, важна е и демонстрацията на основните елементи на агротехниката, свързани с опазване на почвеното плодородие, резитбените операции и специфични техники при производство на грозде за качествени вина.

✓ ***Биологично производство на грозде и вино***

Лозаро-винарския сектор в продължение на векове е имал ключова роля за поминъка на местното население. Голяма част от производителите на грозде и вино осъзнават необходимостта от използването на щадящи техники и технологии с цел опазване на природата и биоразнообразието. В тази част на Европа природата е особено красива и изобилства от растителни и животински видове. Някои от тях са включени в Националната и Европейска червена книга на защитените видове. Търсенето на биопродукти постоянно нараства, поради осъзнатите ползи от консуматорите, в т.ч. и от потребителите на вино, предимно за здравословния ефект и грижата за безопасността за околната среда. Предлагането на био вина има потенциал за привличане на

привържениците на природосъобразния начин на живот, чистата природа и здравословното хранене.

✓ **Екскурзоводство, представяне на лозаро-винарската област**

Воденето на организирани групи от туроператори, изисква предварителна подготовка за екскурзоводите. Трябва да се разработи график за посещение и обиколка на даден обект, по възможност включващи всички местни лозаро-винарски ресурси (лозя, пътища, ландшафт); винарски техники и технологии; архитектура на сгради; най-близки забележителности и др. Екскурзоводите да са добре запознати с историята, традициите и културата на местната общност. Добре е в беседата да се включват местни разкази, истории и легенди, свързани както с района, така и с лозата и виното. Ако посещението не е организирано от група, водена от туроператор, а избата разполага със собствен екскурзовод, то той трябва да е добре подготвен и приятен събеседник. Интерес за посетителите представляват местните традиции, бит и обичаи, където никъде другаде не могат да се видят. Демонстрирането на лозята, местните сортове, специфични техники на отглеждане, стари съдове, използвани от поколения, снимки, картини, архитектура, панорамни гледки и др. са сред визуалните възприятия на посетителите, които оказват въздействие и подчертават местната култура.

✓ **Дегустация на вина**

Дегустацията на вина е най-важната и интересна атракция от представянето на продукта. Необходимо е да се осигурят следните елементи:

- *Дегустационна зала* – до производствените помещения или обособени извън производствените помещения (в зависимост от решението на собствениците/мениджмънта).

Качествени изисквания - Дегустационна зала да е достатъчно просторна, светла и красиво аранжирана. Да е оборудвана с маси и столове за минимум 40 човека. Масите да са с бели покривки. Да са осигурени достатъчно чаши за вино, вода и други прибори за дегустация. Вината, които се поднасят за дегустация, да са качествени със знак ЗНП и ЗГУ.

- *Заготвително помещение (кухня)* – това помещение е необходимо за приготвяне на вина (охлаждане) и заготовки (мезета) за дегустация, както и за помещение за отсервиране и почистване след изпращане на клиентите.

Качествени изисквания -Този тип помещения трябва да са оборудвани с печки, хладилници и миялни машини, в които се приготвят и съхраняват храни и напитки. Трябва да отговорят на санитарно-хигиенни норми.

- *Енотека* – това е „библиотеката” на винарната. Съхраняват се бутилирани вина, като колекциите представляват атракция за посетителите.

- *Ресторант* – някои собственици на винарни са осъзнали предимствата на винения туризъм и са инвестирани в ресторант. По този начин те предлагат освен дегустация и хранене, както и възможност да се организират чествания и събирания по различни поводи. Специалитетите, които се предлагат, са предимно местни и подчертават гастрономическите предимства на региона. От друга страна повечето туристи предпочитат да опитат местни специалитети, които никога не са опитвали.

Качествени изисквания – Храните и специалитетите да са предимно местни. Храната и хигиената да отговорят на националните изисквания.

- *Барбекю* – в съвременния винен туризъм, в много винарни по света предлагат специални помещения и тераси с барбекю, където се приготвят местните специалитети пред очите на туристите. По този начин преживяването включва атрактивен елемент. Дегустацията се извършва на открито и по възможност с красиви гледки към лозя и местния ландшафт.

Качествени изисквания – Храните и специалитетите да са предимно местни. Храната и хигиената да отговорят на националните изисквания.

✓ ***Анимация и забавления***

Могат да се организират програми за разходки и забавления. Някои изби предлагат на гостите си спортни съоръжения (плувни басейни, тенис кортове), детски площадки, организиране на танцови забави и коктейли, барове и кафене и др. Към анимацията може да бъдат включени обиколки на лозя, „направи си вино”, вело- маршрути, езда на коне и обиколка с коне, сафари с коли, фото-сафари, еко-пътеки и др.

✓ **Вино-СПА**

Все по-модерни и търсени са продуктите от грозде и вино за фармацевтичната и козметична промишленост. Вино-СПА комплексите осигуряват едни от най-добрите и здравословни услуги, които се предлагат на туристическия пазар и по-специално в СПА и Уелнес туризма. Тази пазарна ниша е сравнително нова за Гърция и България. Вече има изби, които са инвестирани в такъв тип комплекси, като продуктите които използват, са извлеци от грозде, масло от гроздови семки, джибри, вина, мед, билкови екстракти и много други съставки, предимно местно производство.

Както вече подчертахме до тук в изследванията си в рамките на проект „DIONYSOS” - **местните сортове лози носят и културна идентичност**. Районите, попадащи в обхвата на проекта, са сред най-старите лозаро-винарски райони изобщо в света, където лозата и виното не само са били отглеждани и търгувани от хилядолетия, но и са били издигнати в религиозен култ от траките и древните гърци. За това говорят стотиците намерени артефакти на териториите на двете държави. Важна част от предлагането на продукта на винения туризъм е организирането на маршрути, преминаващи през лозя с местни сортове и показване на специфичния тероар и агротехническите мероприятия при отглеждане на лозите.

✓ - **Посещение на природни и културни забележителности**

Регионът на Северна Гърция и Южна България се намира на кръстопът между Европа и Азия и е играл важна роля в историческото развитие на съвременната европейска цивилизация и култура. По тези места има множество много добре запазени паметници, отпечатък на няколко култури. Това благоприятства развитието на културно-историческия туризъм. Климата релефа, водите, планините Родопи и Сакар, излаз на Бяло море, създават условия за развитието на морски, еко-, селски, планински, ловен туризъм.

✓ - **Селски и градски туризъм**

Селата и градовете, попадащи в района на проект „DIONYSOS”, имат свой чар, архитектурен стил, начин на живот на местното население, традиции и празници. Обикновено туристите търсят да си закупят нещо за спомен (сувенири, бижута, дрехи и др.) от посетенията места, което стимулира дейността на местните търговци и занаятчии.

Чисти улици, поддържани сгради, местни забележителности, магазини, търговски центрове, кафенета, ресторанти, барове - са част от многообразието на местната среда, но и част от туристическият продукт.

3. Диверсификация между продукта на винения туризъм и други видове туризъм

Многопластовите аспекти, които притежава продукта на винения туризъм, правят възможна колаборацията между лозарството и производството на вино и други туристически дейности. Различните видове туризъм, които се предлагат по тези места обогатяват туристическата оферта и привличат все повече туристи – от България и от чужбина.

Морски туризъм - Безспорно сред водещите видове туризъм, предлаган на територията, това е морският туризъм, особено за Северна Гърция по бреговете на Егейско море. През последните години са все по-натоварени граничните пунктове между Гърция и България, което показва увеличаване на туристическите пътувания в двете посоки. Кулинарните специалитети – балканска кухня, морски дарове и др., поднесени с вино са сред продуктите, които туристите опитват. Организирането на винени турове може да разнообрази почивката на море.

Еко-туризъм - Красивата природа и мекият климат позволяват в района да се практикува целогодишно. Източните Родопи и Сакар планина са изключително живописни планини, с удобни пътища и пътеки, преминаващи през различни природни забележителности, национални паркове, археологически паметници, древни култови комплекси, населени места и редица други. Поставянето на табели по еко маршрути, с информация за винен туризъм и настаняване, са сред възможностите за привличане на посетители. Избите и местните общности могат заедно да предложат различни варианти за маршрути покрай лозя, изби и населени места.

Културно-исторически туризъм – Трансграничната област разполага с много културни и исторически обекти от различни епохи. Останки от крепости, култови комплекси на елини и траки, религиозни храмове и манастири, стари сгради, са сред най-посещаваните обекти. Те са не само част от националното културно наследство на Гърция и България, но са част и от европейското културно наследство. Много учени-

историци твърдят, че култа към Дионисий първо е възникнал именно тук по тези земи, след което е бил пренесен и в останалата част на Европа. Посещенията на туристически забележителности, съчетани с храна и вино, са перспективи за развитие на ресторантьорския и винарския бизнес.

Минерални извори и СПА-туризъм – Хасковски минерални бани и Меричлери се развиват все по-успешно, като центрове за лечение с минерална вода. Построени се хотели, категоризирани с 3 и 4 звезди, и къщи за гости. Нараства броят на туристите предимно от България, Гърция и Турция. Организирането на дегустации и празници, свързани с храна и вино, може да разшири обхвата на туристическия продукт по тези места. Това, което може да осъществи в близко бъдеще партньорското сътрудничество от *Пакта за качество* е да се създадат и развият вино-СПА центрове, като се формират местни специализирани продукти и услуги.

Д. Цели и стратегии за развитие на лозаро-винарска туристическа дестинация в трансграничния регион на Северна Гърция и Южна България

Анализът, основан на научните изследвания, включени в Пакет 3 на проект „ДИОНИСОС“, както и на проведени срещи със собственици на изби от региона на областите Хасково и Кърджали, показва, че лозаро-винарските области попадащи в споменатия трансграничен регион разполагат със значителен потенциал за превръщане в устойчива винарска туристическа дестинация. Необходимо е да се определят основните продукти, дейности и услуги, които ще са водещи в офертите на туристическите продукти. Това може да стане посредством конкретни стратегии за развитие. Опирайки се на *Пакта за качество на храни, туризъм и търговия* на вниманието на местния бизнес, местните власти, организации и граждани предлагаме следните основни цели и стратегии за тяхното постигане:

Лозарство

Цел 1: Устойчиво лозарство

Стратегия: Запазване и стабилизиране на лозарството, като източник на доходи на местните фермери-лозари и производители на вино.

Цел 2: Опазване на местните сортове и сортово разнообразие

Стратегия: Запазване на съществуващите и разширяване площите на местни сортове лози за производство на вина с уникални по вкус и качество.

Цел 3: Биологично производство на грозде и вино

Стратегия: Засаждане на сортове лози - устойчиви на болести и климатични промени и отглеждането им по методите на биологично земеделие.

Винарска индустрия

Цел 1: Запазване на съществуващите методи за преработка и сграден фонд към винопроизводствените предприятия.

Стратегия: Обновяване на съществуващите стари сгради и архитектура, производствени мощности и едновременно с това модернизация на производството.

Цел 2: Производство на качествени вина, предимно от местни сортове

Стратегия: Налагане на вътрешният и международен пазар на вина, произведени от местни сортове грозде.

Цел 3: Диверсификация на винопроизводството

Стратегия: Увеличаване на продуктовата гама и разнообразие от вина и други продукти, произведени от грозде и вино.

Туризъм

Цел 1: Подобряване на съществуваща пътна инфраструктура

Стратегия: Местните власти и общини поддържат пътната инфраструктура до и около всички туристически обекти

Цел 2: Информационна инфраструктура

Стратегия: Поставяне на информационни табели, надписи, маркировка, интернет достъп.

Цел 3: Адаптиране инфраструктурата на винарското предприятие за посрещане на гости

Стратегия: Инвестиции в прилежаща инфраструктура, винопроизводствени помещения, дегустационни зали, енотеки, магазин, ресторант, хотел/ къща за гости/бунгала, спортни съоръжения и др.

Цел 4: Места за отдих

Стратегия: Създаване на места за отдих, паркинги, къмпингуване, места за сядане, места за пикник

Цел 5: Привличане на туристи със средни и високи доходи

Стратегия: Инвестиции в качествена туристическа база за настаняване с категорийност 3,4 и 5 звезди

Хранително-вкусова промишленост

Цел 1: Производство на местни храни и деликатеси

Стратегия: Предлагане на по-широка гама от качествени и вкусни местни храни

Цел 2: Запазване на местните традиции в кулинарията

Стратегия: Местните ресторанти, локали, барове, пицарии и др., заети в ресторантьорския бизнес, предлагат качествени ястия, вина и напитки предимно местно производство.

Търговия

Цел 1: Подобряване на качеството на обслужване

Стратегия: Продажби на качествени стоки и услуги, предимно местно производство.

Цел 2: Занаяти и изкуства

Стратегия: Предлагане на стоки и предмети, произведени от местни занаятчии и характерни само за този регион.

Винен туризъм

Цел 1: Повишаване популярността на региона, като качествена дестинация за винен туризъм

Стратегия: Повишаване на разнообразието от качествени вина и храни.

Цел 2: Определяне на водещите фирмени продукти и услуги

Стратегия: Използване на съществуващата база за предлагане и извеждане на най-добрите практики в областта.

Цел 3: Определяне на интересните и атрактивни места за туризъм

Стратегия: Оформяне на разнообразна и атрактивна туристическа оферта.

Цел 4: Създаване на привлекателен образ на дестинацията

Стратегия: Непрекъснато обновяване и включване на нови туристически продукти.

Стратегия: Създаване на уникален образ на основа история, традиции, фолклор, свързани с лозарството и винарството.

Стратегия: Организиране на фестивали, празници, отворени врати и др., свързани с вино и храни

Координация, комуникация и информация

Цел1: Успехът зависи от общата работа и общата кауза

Стратегия: Подобряване на координацията, комуникацията и обмен на информация между отделни членове

Стратегия: Съвместните партньорства ще създадат повече и по-големи инициативи

Маркетинг, промоция и реклама

Цел 1: Проучване на вътрешния и международен пазар

Стратегия: Анализ на местния туристически потенциал и възможности за налагане на продукти и услуги на вътрешният и международен пазар.

Цел 2 : Подобряване на каналите за дистрибуция и разширяване на пазарите за реализация

Стратегия: Предлагане на продуктите и услугите от региона към вериги за хранене, магазини (супермаркети, хипермаркети), търговци на едро и дребно, туроператори, турагенти и др.

Цел 3: Реклама и промоция на продуктите и услугите от региона , свързани с винен туризъм

Стратегия: Съвместно участие на специализирани изложения, панаири и конференции в страната и чужбина.

Стратегия: Създаване на интернет сайтове, рекламиращи избите и всички свързани с виненият туризъм субекти от региона.

Библиография

Димитров, В., 2014, Повишаване конкурентното предимство на продукта на винения туризъм чрез диверсификация, Дисертация за присъждане ОНС „Доктор”, С.,УНСС, 232 с.;

Закон за виното и спиртните напитки, Обн., ДВ, бр. 45 от 15.06.2012 г., в сила от 16.09.2012 г., посл. изм. бр. 51 от 5.06.2020 г., в сила от 20.06.2020 г.

Закон за туризма на РБългария, Обн. - ДВ, бр. 30 от 26.03.2013 г., в сила от 26.03.2013 г.; посл. изм. и доп., бр. 21 от 12.03.2021 г.

Маринов, Ст., 2009, Развитие на винения туризъм в България – митове и реалност, Винен туризъм – митове и съвременност, И. „Славена, Варна, с. 183; с180-187

Марков, И, 2009, Винен туризъм – същност и форми на проявление, Винен туризъм – митове и съвременност, И. „Славена, Варна, с.71, с.60-71;

Нешков, М., Ст. Маринов, В. Казанджиева, С. Кадиева, Т. дянков, Р. Рачев, 2013, Конкурентоспособност на туристическата дестинация, Издателство „ФИЛ” ООД, с.1-227;

Ракаджийска, С., 2009, Диверсификацията и позиционирането на продукта на винения туризъм – условие за пазарен успех, И. „Славена, Варна, с.41-48,

Carlsen, J., 2004, A Review of Global Wine Research, Jurnal of Wine Research, Volume 15, Issue1, pages 5-13

Carlsen, J, S. Charters, 2006, Introduction, Global Wine Tourism: Research, Marketing and Mangement, CAB International, pp. 278, p.1.

Charters, S., Ali-Knight, J.,2002,. Who is the wine tourist? Tourism Management, 23 (3), 311–319.

Go, Fr., M., R. Govers, 2000, Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness, *Tourism Management* 21 (2000), p. 79-88;

Hall, C. Michael, G. Johnson, R. Mitchell, 2000, Wine tourism and regional development, *Wine tourism around the world*, ELSEVIER, p.196-225, pp 366;

Kotler, Ph., K.L. Keller, 2012, *Marketing management*. — 14th ed., Prentice Hall, p. 131, 816 pp;

Rafailova, G., Y. Dzhabarova, 2014, Marketing approach for development of cross-border routes for wine and cultural tourism in South Bulgaria and North Greece, *International Tourist Forum "SPA and Wine"*, SWU "Neofit Rilski" PH, p. 46-50;

Rakadziyska, Svetla, Krasimira Yancheva, 2017, *Cultural Event Marketing*, International Scientific Conference "Contemporary Tourism- Traditions and Innovations", 19-21 October 2017, Sofia, St. Kliment Ohridski University Press, ISBN 978-954-07-4327-1, p. 500-511,

Sevil Güven, Hilmi Rafet Yüncü, 2009, Wine producers perceptions of wine tourism, *Tourism review*, Vol. 57 No 4, 477-487

Terziyska, I., G. Georgiev, 2014, Wine tourism in Bulgaria: challenges and opportunities, *International Tourist Forum "SPA and Wine"*, SWU "Neofit Rilski" PH, p. 30-35;

Woldarsky, V. , L. Geny-Denis, 2019, Development of a best practice manual in wine tourism in Portugal, *BIO Web of Conferences* 12, 03001, *41st World Congress of Vine and Wine*.