



Проучване за местния пакт за качество Пакт за качество в сектора на храните, туризма и търговията Област Хасково

Работен пакет 5.8.3 (Del. 5.8.3)

Проект „Разработване на идентичност на добива, почвите и местностите“ /ДИОНИСОС, номер на проекта 1952 (Developing Identity On Yield, Soil and Site/Acronym: DIONYSOS) се изпълнява в рамките на сключен Договор за субсидиране № В2.6с.04/01.11.2017г., финансиран по Програма за сътрудничество INTERREG V-A „Гърция-България“ 2014-2020, съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие и националните бюджети на участващите страни

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

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение

ЧАСТ А: Общите характеристики на Пакта за качество

- A.1 Възможност за създаване на Пакта за качество
- A.2 Някои значими характеристики на качествения продукт за винен туризъм
- A.3 Цел за създаване на местния пакт
- A.4 Кой може да участва
- A.5 Принципи на местния пакт
- A.6 Критерии за участие
- A.7 Финансиране на местния пакт
- A.8 Администрация и действие на местния пакт
- A.9 Формата на сътрудничеството

Част Б: Пактът за качество в област Хасково

Библиография

Въведение

Настоящото проучване е съставено в рамките на проект „Разработване идентичността на продукцията, почвата и региона“, с акроним: DIONYSOS (ДИОНИСОС), договор за финансиране № В2.6с.04/01.11.2017 по Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция-България 2014-2020, приоритетна ос: 2 Устойчив и приспособим към климата трансграничен регион, инвестиционен приоритет: 6с - Съхраняване, опазване, популяризиране и развитие на природното и културното наследство. Проектът се изпълнява от партньори от Гърция и България.

„Проучване за местния пакт за качество“ е част от изпълнението на Работен пакет **5.8.3** „Пакт за качество в сектора на храните, туризма и търговията“, реализиран в контекста на работния пакет 5 „Подготовка за туризъм“ и има за цел да постави рамката за създаване на местни и трансгранични мрежи за качество в областите, в които се изпълнява проектът, така че да се надградят тези райони към дестинации за винен туризъм.

Настоящият документ „Проучване за местния пакт за качество“ се допълва от два последващи документа, озаглавени „План за действие“ и „Протокол за споразумение“ на Пакта за качество и всички заедно трябва да съставят „инструментариум“ за създаване на Пакт за качество за винен туризъм в областите на проекта DIONYSOS.

Освен това, Резултати от 5.3 заедно с резултати от 4.2 и 4.3 „Подобряване на ландшафта: Поставяне на QRC подобрени информационни указателни табели в района на лозето“ и „Подобряване на селищата: (проучвания, засаждане на лози, поставяне на бъчви, табелки и др.), (проучване, доставка, поставяне)“, съответно, зададените интервенции за пространствено развитие на проекта DIONYSOS, докато другите проекти и дейности имат различна тематична насоченост, например по отношение на продукта (виното), или за популяризиране на проектните площи и техните продукти (пускането им на пазара) и т.н.

Текстът е структуриран в две основни части (А и Б).



Част А се отнася до общите характеристики на местния пакт за качество, както е посочено в обхвата и стратегията на проекта DIONYSOS.

Част Б има за цел прилагането на конкретната стратегия в областите на проекта и обвързването на конкретния опит с местното действие за развитие в зоните на проекта. В този смисъл тя е „специфична за района“, тъй като съдържа данни и информация, свързани с всяка от зоните на интервенция.

ЧАСТ А: Общите характеристики на Пакта за качество

А.1 Възможност за създаване на Пакта за качество

По проекта „Дионисос“ се извършват проучвания по Дейности 4.2 „Надграждане на ландшафта: Поставяне на QRC подобрени информационни табели в района на лозето на проекта“ и 4.3 „Подобряване на селищата: проучвания, засаждане на лози, поставяне на бъчви, указателни табели и т.н.“, върху които се избират конкретни винени маршрути и селища, докато се подчертава необходимостта от разработване и популяризиране на местния продукт за винен туризъм.

По-конкретно, Дейност 4.2 се насочва към по-общото оформяне на лозаро-винарския район, което води до екскурзоводско обслужване за посетителя (винен турист) - въз основа на проектирането на **маршрут за винен туризъм**. Въз основа на този маршрут се избират както местата за поставяне на информационни табели, така и съдържанието за предаване на посетителите чрез тях.

Дейност 4.3 предлага интервенции за развитие на идентичност на винения туризъм във вътрешността на населените места.

Очаква се тези две дейности да бъдат засилени от Местния пакт за качество, действащ пространствено по маршрута **за винен туризъм, проследен от всеки партньор и по-широката му зона**.

Пактът за качество, основан на сътрудничеството и взаимния ангажимент на членовете му, следва да допринесе чрез координацията на местните участници за оформянето на „качествена идентичност“ за винено-туристическия продукт в конкретните области на проекта.

А.2 Някои значителни характеристики на качествения продукт за винен туризъм

По-долу са цитирани някои значими качества на качествения винен туристически продукт:

- винарни, отворени за посетителите
- качество на настаняване
- качество и автентичност в гастрономията
- допълнителни качествени услуги - туристическите услуги (напр. винарни, през лозето и т.н.)

- запазени и достъпни природни и културни ресурси
- маркиране на маршрута и ресурсите с грижа за околната среда
- организиране на фестивали за повишаване на продуктивната идентичност на района
- предоставяне на услуги от обучен, квалифициран персонал
- възможност виненият турист да участва в дейности по лозарство и винарството, в програми за обучение по лозарство и винопроизводство, както и по общи въпроси, като например курсове за местна кухня и др.

Подходът към качеството на продуктите и предоставянето на услуги, особено в областта на туризма и по-специално във винения туризъм, създава ново поле на дейност в контекста на местното предприемачество. Нетната работа на предприятия и участници - институции в рамките на местния пакт за качество **се характеризира с приемането и спазването на правилата и спецификациите, освен насърчаването и прилагането на взаимодействия, които подобряват качеството на услугите за винен туризъм в района и им предоставят идентичност.** По този начин Местният пакт за качество се превръща във важен инструмент за повишаване на качеството на услугите и продуктите на дестинацията и за подобряване на конкурентоспособността и устойчивостта на местния бизнес.

Ползата от участието в Пакта за качество е от особено значение, тъй като:

- **Образът/имиджът** на всяко участващо предприятие е подобрен, тъй като неговият **Знак за качество**, присъден от Пакта служи за доказателство, че качеството на предлаганите продукти/услуги се основава на систематични и подробно документирани процедури;
- **Видимостта** на всяко участващо предприятие се увеличава в резултат на насърчаването на Знака за качество от Пакта за качество;
- **Образът на района като цяло** се подобрява и става по-привлекателен за посетителите;
- Налице са **финансовите ползи** за лозари/производители (например винарни) и за бизнеса със свързани и други местни продукти;
- Предизвиква се положително въздействие върху икономическия растеж (туризъм, инфраструктура и т.н.) и **цялата икономика на района;**
- Отчита се положително **въздействие върху запазването и подчертаването на местните културни „паметници“** и традиции и върху **укрепването на социалното сближаване;**
- Отчита се положително въздействие върху природната среда чрез проектирането на екологични маршрути.

А.3 Цел за създаване на местния пакт

Местният пакт за качество е **съвместно усилие** на местните фирми, участници, агенции, власти за засилване на взаимодействието помежду си с цел повишаване на района като качествена дестинация за винен туризъм.

В този контекст **Пактът** се стреми да обедини мрежи от предприятия и участници в областта, така че заедно:

- да насърчават района изцяло като дестинация за винен туризъм с подобрени качествени услуги;



- да предлагат нови преживявания в туризма;
- да привличат посетители на винен туризъм в района;
- да създават възможности за предприятия (както доставчици на услуги, така и производители), работещи в района.

А.4 Кой може да участва

Пактът е адресиран към:

- Лозари, винопроизводители и винарни
- Производители на други местни продукти (от първичния и вторичния сектор)
- Туристически услуги за настаняване
- Ресторанти
- Туристически бюра
- Туристически агенции, особено за алтернативни дейности
- Професионалисти, свързани с туризма (водачи, интернет компании, сдружения на таксиметрови организации и др.)
- Магазини за местни традиционни продукти
- Барове
- Музеи и културни заведения
- Културни сдружения - организатори на културни събития
- Органи за управление на природни защитени територии
- Клубове за алпинизъм
- Регионални власти
- Общини, фирми за развитие на местните власти
- Търговски асоциации, палати
- Колективни агенции.

Пактът за качество е адресиран до възможно най-голям брой предприятия и институции - действащи лица, разположени по винените маршрути (или в по-широкия регион на тези маршрути), тъй като те са проследени в рамките на проекта Дионисос.

Предполага се, че **възможно най-широко участие** ще създаде силна група, чиито членове, приемайки правилата на Пакта **както поотделно, така и главно заедно**, допринасят за създаването на **добро име** за новата дестинация за винен туризъм, в допълнение към поддържането и запазването ѝ като „**колективна собственост**“.

На първата фаза от създаването на местния пакт се изискват действия за повишаване на осведомеността и овластяване. Критичен параметър е първоначално да се насърчи участието на малък брой предприятия. За тази цел трябва да се провеждат срещи с предприемачи и местни заинтересовани страни, за да се обясни чрез информативни дискусии важноста и приноса на Местния пакт, както и взаимните ползи, които те могат да получат от участието си в него. В допълнение, комуникацията с потенциалните членове на Пакта ще спомогне за идентифициране на нуждите, очакванията и тематичните области на действие, така че планът

за действие на Пакта (да бъде разработен на по-късен етап) да отговаря на реалните нужди на членовете му.

A.5 Принципи на Местния пакт

Следните въпроси могат да бъдат принципи на Пакта за качество:

1. Сътрудничеството на участниците на доброволни начала, със самостоятелна ангажираност, за насърчаване на района като дестинация за винен туризъм, в споделена визия за подобряване на качеството на предлаганите услуги и продукти;
2. **Сътрудничеството и доверието** между участниците, които са ключов компонент за успеха на Пакта. Всички заедно като екип могат да оформят атрактивно изживяване за винен туризъм
3. Вярата, **че индивидуалното развитие произтича от развитието на екипа;**
4. Вярата и приемането **на необходимостта от качество** в зоните за производство, настаняване и хранене и т.н., **като основна ценност на Пакта;**
5. Приемането на **изтъкването на винената идентичност на района като допълнителна основна ценност на Пакта;**
6. Вярата в **стойността на знанието** и сътрудничеството със съответните опитни участници в България и чужбина за приемане на добри практики;
7. Приемане на **значението на обучителни дейности, образование**, информация, дейности за повишаване на осведомеността за персонала на местния бизнес и организации, които подобряват техните знания, умения и способности и развиват тяхната предприемаческа култура.

A.6 Критерии за участие

Пактът за качество се основава, от една страна, на **волята** на местните предприятия и местните участници да създадат качествена дестинация за винен туризъм в своя район, а от друга, на **някои много прости критерии**, така че колкото се може повече предприятия и възможно най-много организации могат да се присъединят към него. Следователно, с волята си и спазването на малък брой критерии субектите ще могат да участват в Пакта.

Като **задължително изискване** за участието на бизнеса в Пакта е неговото правно действие и съответствието му с институционалната рамка, уреждаща конкретната стопанска дейност.

Основната критерия за допустимост е:

1. Да принадлежи към споменатите по-горе сектори на дейност. В изключителни случаи в Пакта могат да участват органи и организации с опит, ноу-хау и престиж (напр. Търговски



палати, търговски сдружения, центрове за образование и обучение, културни организации и др.) от по-широката област.

2. Да се намира в зоната на винения маршрут, проектиран по проект **ДИОНИСОС**, или в по-широката му зона.
3. Да се предостави „лист за обратна връзка“ (кратък въпросник или книга за обратна връзка) или място за коментари в случая на цифрови медии (напр. на уебсайта на компанията, в социалните медии, достъпни от компанията, при специализирани пътувания портали като TripAdvisor, Booking и др.), където клиентът /посетителят/ потребителят може да остави забележки - препоръки - предложения - коментари за продуктите или услугите, които му се предлагат.

В допълнение, за **определени бизнес категории трябва да се прилагат следните критерии:**

- **За винарните:** да могат да предложат обиколка в лозето и избата, както и възможността да се осигури процес за дегустация на вино.
- **За места за настаняване:** например за закуска да се предлагат поне 3 местни хранителни продукта. Освен това заведенията за настаняване трябва систематично да извършват рециклиране на отпадъци.
- **За ресторантите:** да сервират поне 2 местни продукта и 2 местни вина.

В следващата фаза, след период от една година, участниците в **Пакта** трябва да спазват определени стандарти за качество, за да останат в пакта. И разбира се, те трябва да се споразумеят за изготвения бизнес план който трябва да спазват както през първата година, така и след това.

Първата година обхваща само „**меки**“ **критерии** в първата фаза на усилията, за да се осигури време за **изграждане на доверени взаимоотношения** между членовете на Пакта, **като необходимо условие** за постигане на краен успех на подобна инициатива. Тези „**меки**“ критерии засягат въпроси, свързани с подобряването на качеството на услугите, а не с въпроси, засягащи бизнес инфраструктурата, като по този начин се предпочитат предимно меките действия. **(Критериите са представени подробно в Плана за действие, който е разработен и също е обобщен в таблицата с индикативни действия на плана за действие).**

Очаква се, тъй като участниците ще осъзнаят ползите и предимствата на прилагането на правилата за стандартите за качество, в Пакта да бъдат интегрирани нови стандарти, като по този начин съответно ще се повиши рейтинга му.

Местното лого се присъжда на участниците в Пакта, при условие че отговарят на специфичните критерии, определени по ниво (както бе споменато по-горе) като доказателство за качеството на услугите и продуктите, които предлагат.



Механизмът за контрол за оценка на съответствието с критериите и за присъждане на логото ще се основава на прости и лесни за прилагане процедури. Механизмът за управление е представен по-долу.

А.7 Финансиране на местния пакт

Местният пакт трябва да бъде самофинансиран. Финансирането трябва да бъде получено от:

- вноските на членовете му,
- участието на пакта в проекти и програми,
- спонсориране,
- услугите, които предоставя.

Въпреки това, на началния етап от функционирането му (2 години) се препоръчва да се подпомогне с ресурси (средства, но също така и с осигуряване на персонал, например чрез създаване на "мениджърски екип", който да работи по Споразумението за качество) на Общината или [Хасковската търговско-промишлена палата](#) и след това, след този първоначален етап, да се финансира от вноските на своите членове.

Таксата за членовете може да бъде определена въз основа на оборота на члена - компанията. Индикативно може да бъде:

50 евро за предприятия с оборот до 30 000 евро годишно
100 евро за предприятия с оборот до 60 000 евро годишно
150 евро - 200 евро за бизнес с оборот над 60 000 EUR годишно

Размерът на членския внос се определя по време на консултациите в зависимост от броя на членовете, нуждите, предоставяните услуги на Пакта.

А.8 Администрация и действие на местния пакт

Администрация на местния пакт

Административните органи на Местния пакт са три: Общото събрание (върховният орган), Управителният комитет (изпълнителният орган), Комитетът за одит и изпълнение (отговорен за мониторинга и контрола на условията и критериите за съответствие).

Действие на Местния пакт

Пактът за качество отговаря за управлението, мониторинга и оценката на дейностите по Плана за действие.

Пактът **формулира спецификациите** на **логото за качество**, което трябва да бъде присъдено на предприятията и местните органи в областта на интервенцията и има контрол върху спазването на условията за придобиване.



Много важен критерий за успеха при изпълнението на Местния пакт за качество е **прилагането на информационни действия, действия за повишаване на осведомеността, консултации и обучение на членовете** и потенциалните членове, на участващия персонал и на всички, които пряко и косвено участват в неговото приложение. Поради тази причина Пактът трябва да изготви информационен материал, да създаде сайт, който да очертава целите му, ползите за членовете му, условията за членство и да организира семинари и програми за обучение (такива действия са посочени в Плана за действие).

За своята устойчивост и по-нататъшно развитие Пактът **трябва да изготвя проекти и да прави предложения** за финансови инструменти както от името на самия пакт, така и от името на своите членове. Установяването на контакти и партньорства с други мрежи за винен туризъм в България и в чужбина значително ще допринесе за съвместното изпълнение на проекти и обмена на ноу-хау.

Също така важни за развитието на Пакта и неговата област са **промоционалните дейности**, върху които трябва да се наблегне: участието в изложби, в събития като конференции, семинари, лекции, публични дебати, гостоприемството на журналистите (пътувания за опознаване), рекламни материали и т.н.

За **мониторинга и оценката на въздействието** (положително или не-положително) върху зоната от действието на Пакта трябва да има непрекъснато запазване на данни, като например на увеличението или спада на броя на посетителите, степен на удовлетвореност или неудовлетвореност на посетителите и идентифициране на проблемите, така че съвместно да се вземат решения за необходимите интервенции. Пактът ще предостави някои инструменти за оценка на горните елементи, като например „Служба за управление на жалбите“ (както е предвидено в Плана за действие), която ще му позволи да събира коментари на посетителите, както и непрекъснато сътрудничество с членовете си.

И разбира се, Местният пакт **контролира условията и стандартите за качество**, които членовете му трябва да спазват. Комитетът за одит и прилагане на Местния пакт за качество отговаря за този контрол.

Пактът подготвя въпросник - одит от категория предприятия с критериите за конкретната категория (т.е. различен въпросник за ресторанти, различен за винарите и т.н.) и според етапа на Пакта, т.е. различен въпросник за първата фаза на пакта, друга за фаза Б, след първата година и пр. Тези въпросници трябва по принцип да бъдат попълнени от заинтересованите страни и изпратени до Пакта за качество. Впоследствие на място се извършва одит от комитета за изпълнение, при който в сътрудничество с ръководителя на дружеството се проверява законната работа на дружеството, както и изпълнението на критериите и съответната форма (на Одитния комитет) е попълнена. Тогава Комитетът, в зависимост от резултатите от одита, препоръчва включването или не на кандидата в Пакта и Управителният комитет взема решение за това.



Всяко решение се съобщава на кандидата, писмено, най-късно в рамките на един месец от датата на одита. В случай на малки отклонения от изискваните спецификации, се правят препоръки за съответствие и се посочва конкретен период за адаптиране.

Кандидатите, отговарящи на съответните стандарти, се награждават с Местното лого на пакта за качество.

Всеки член на местния пакт за качество подлежи на редовни проверки за съответствие, провеждани ежегодно.

Извънредни проверки обаче могат да се извършват и след обосновано решение на Комитета за управление на пакта.

Подкрепа за местния пакт

За да се подкрепи Пактът в неговото администриране и функциониране, се предлага да се включи [Общината](#) или [Хасковската търговско-промишлена палата](#).

Тази организация е широко приета и като цяло от местните предприятия, участници, от местното население и може да има значителен принос за развитието на Местния пакт. Освен това той има необходимия опит и може значително да подпомогне функционирането на пакта. Общината или Дружеството за развитие могат да помогнат на проекта да бъде развит с финансови ресурси и ноу-хау. Предлага се конкретният субект да участва като член на Пакта, а също и в неговата администрация.

Общината или Дружеството за развитие могат първо да поемат инициативи за контрол, оценка на спазването на правилата, както и инициативи за обучение и трансфер на знания, съгласувани от членовете на Пакта. Общината или Дружеството за развитие също могат да подкрепят предложения за финансиране на програми, които обслужват цялостния проект и целите на Пакта.

A.9 Формата на сътрудничеството

Формата на сътрудничество за създаването на Местния пакт се основава на подписването на "**Протокол за споразумение**" (проект на протокол за споразумение е приложен) от участниците. В следващата фаза Местният пакт може да приеме официална правна форма.

Част Б: Пактът за качество в област Хасково

Област Хасково е област в България, разположена в южната част на страната, която граничи с Гърция и Турция.

На територията на област Хасково се намира ГКПП Капитан Андреево и ГКПП Капитан Петко войвода – Орменион. Областта заема около 5% от територията на страната с площ от 5543 км² – части от Източните Родопи и Горнотракийската низина, както и част от поречието на река Марица. Административен център на областта е град Хасково, а населението ѝ (по експресни данни от преброяване 2011) наброява 242 030 души.

В административно-териториалните граници на област Хасково са включени единадесет общини – Димитровград, Ивайловград, Любимец, Маджарово, Минерални бани, Свиленград, Симеоновград, Стамболово, Тополовград, Харманли, Хасково.

Площ на общините в Област Хасково, 2017 г.

Община	Площ km ²
Димитровград	567,603
Ивайловград	814,137
Любимец	344,271
Маджарово	247,224
Минерални бани	214,666
Свиленград	700,315

Източник: НСИ

Област Хасково е разположена в югоизточната част на Южен централен район. Тя включва 261 населени места, организирани в 11 общини: Хасково, Димитровград, Харманли, Симеоновград, Свиленград, Маджарово, Ивайловград, Любимец, Минерални бани, Стамболово и Тополовград с обща площ 5543 км². На контролираната територия от област Хасково живеят 246 238 души към 01.02.2011 г., което представлява 3,3 % от населението на страната. Десетте града на областта обитават 177 778 души, или 72,2 % от населението на областта.

Източник: Областна стратегия за развитие на Област Хасково за периода 2014 – 2020 г.

Община Хасково се намира в Южна България и е една от съставните общини на област Хасково.

С площта си от 739,796 km² заема 2-ро място сред 11-те общини на областта, което съставлява 13,37% от територията на областта. Границите ѝ са следните:

на запад – община Минерални бани;

на север – община Димитровград;

на североизток – община Симеоновград;

на изток – община Харманли;

на югоизток – община Стамболово;

на югозапад – община Кърджали и община Черноочене, област Кърджали

Перспективите на развитие (1-2 страници)

Визията

Икономическо развитие

В сферата на промишлеността област Хасково има потенциал за развитие както на традиционните за региона текстилна, шивашка, хранително-вкусова промишленост и машиностроене и на високотехнологични производства. Промишлеността се характеризира с добре развита отраслова структура, утвърдени пазарни традиции, квалифицирана работна ръка и сравнително добре развит сектор на малките и средни предприятия.



Условия, благоприятстващи влягането на инвестиции в производствени дейности на територията на областта са:

- Съществуващата материална база - неизползвани в момента сгради, помещения и цехове, които след преустройство и влягане на необходимите инвестиции, могат да се използват за офиси и производствени цели;
- Наличието на квалифицирана работна ръка. Добрите професионални училища в областта и филиалите на УНСС и Великотърновския университет, намиращи се в град Хасково гарантират висока квалификация на работната ръка;
- Доброто ниво на инфраструктурата, обслужваща бизнеса - телекомуникационни услуги (включително мобилни комуникации и доставка на Интернет), електро и водоснабдяване, транспортна инфраструктура;
- Доброто равнище и разумните цени на доставката на други услуги за бизнеса (банкови и застрахователни услуги, правни и финансови консултации, счетоводно обслужване и др.);
- Традиционното производство на големи количества зеленчуци, плодове и тютюн - добра предпоставка за развитието на винопроизводството, консервната и тютюневата промишленост.

Място и роля на сектор „селско, горско и рибно стопанство“

- Селското стопанство е един от водещите отрасли за област Хасково и създава заетост на голяма част от населението. В областта съществуват изключително благоприятни почвено-климатични условия за развитие на растениевъдството. Умерено средиземноморският климат по долината на река Марица, е важен фактор за отглеждането на голямо разнообразие от селскостопански култури. В областта се отглежда едно от най-качествените сортове грозде в страната - мерло. Почвените условия благоприятстват и за отглеждането на тютюн и зърнени култури. Областта е известна с производството на оранжерийни зеленчуци - домати, краставици и др., освен това е и традиционен производител на дини и пъпеши. Стратегически силните страни за инвестиране в селското стопанство са:
- Наличието на свободни обработваеми земи, които могат да се вземат под аренда, както и възможностите за наемане на техника за обработване на земята;
- Добрите възможности за инвестиции в лозарството и овощарството - налице са големи лозови и овощни масиви;
- Подходящите терени, работна ръка и складови помещения, като предпоставка за развитие на екологично земеделие - отглеждане на билки, подправки, гъби и етерично-маслени култури;
- Издаването на сертификати за екологично чиста продукция, което ще стимулира развитието на биологично земеделие;
- Близостта на завод "Неохим", специализиран в производството на химически торове, както и добре развитата мрежа за дистрибуция на препарати за земеделието;
- Климатичните условия в региона, благоприятстващи отглеждането на ориенталски и едролитен тютюн, което е основен поминък за населението в много от селата на област Хасково;



- Традициите в областта на бубарството. На територията на област Хасково могат да се вложат инвестиции за възстановяване на черничевите насаждения.

Отношението на района към виното

Исторически преглед на лозарството и винопроизводството в района. Култивирана земя, вино производство, сортове и др.

Виното в Древна Тракия

Ние не знаем кога за пръв път човекът е започнал да се занимава с лозарство и кога е било направено първото вино. Сигурните данни за българските земи датират от бронзовата епоха (III хил. пр. Хр.). Омир описва Древна Тракия като земя, в която се правело прекрасно вино. Сведения за добре развито лозарство и винарство намираме и в произведенията на други антични автори като Платон, Ксенофонт, Атеней, Полиен и др. Не случайно в Древна Тракия широко разпространение получил култът към бог Дионис (Загрей), засвидетелствуван в множество археологически паметници.

Гроздоберът в Древна Тракия

Гроздоберът за древните траки бил празник, свързан с множество ритуали, посветени на бог Дионис (Загрей). Това е и една от най-експлоатираните теми в античното изкуство. Изображения, свързани с беритбата на гроздето и приготвянето на вино, се срещат върху керамични съдове, стенописи и мозайки в жилищни и обществени сгради, че дори и в някои гробници.

В онези далечни времена траките берели гроздето в кошници, пресипвало се в кошове или бъчви и се пренасяло с коли до местата за изстискване на гроздовия сок. Последните представлявали доста сложни стационарни съоръжения, изработени от дърво, изсечени от камък или пък иззидани и измазани с гипсова мазилка. Най-старата техника за отделянето на сока от гроздето било мачкането му с крака в обширни скални басейни или т. нар. „шарапани“. Ферментацията продължавала поне шест месеца. Младото вино отлежавало вторично в керамични съдове и ставало пивко на втората година от производството му. Висококачествените тракийски вина отлежавали в продължение на 5-10 години.

В заключение бихме могли да добавим, че традицията на нашите предци е жива – в хасковския регион има десетки изби, които съхраняват и развиват наученото от древните траки.

Лозята на траките

В античността са познавали около 150 сорта грозде. Плиний изброява 91 от тях, но счита, че броят им надхвърля 400! Римският агроном Колумела обяснява това многообразие с факта, че отглежданите при различни условия лози от един и същи сорт дават различно по качество грозде. Във всеки случай лозарите от тази епоха добре познавали отделните сортове и способността им да виреят при различни условия – климат, почви и т. н. Нормална практика било облагородяването на лозниците посредством присаждане. Често траките оставяли лозите да се увиват върху засадени специално за целта дървета, провесвайки ги като гирлянди между тях.

За добър добив от лозе, което за пръв път дава грозде, се считал този, който осигурявал сто амфори вино от един югер. В съвременни мерки това се равнява на 1050 л от декар. В имението на Сенека от същата площ получавали по 1680 л вино. Колумела препоръчва да се изкореняват лозята, даващи под 630 литра от декар.



Тракийските пиршества

„Всички траки са пияници” – пише Атеней. Разбира се, тези му думи не трябва да се приемат буквално, но за невероятните пиячески способности на траките говорят множество древни автори. При това трябва да се има предвид, че в антична Гърция и Рим консумацията на вино била ежедневие. Явно е, че траките пиели доста повече, за да ги впечатлят.

За уменията им да издържат на здраво пиене говори един обичай, описан от Ксенофонт. Става дума за бойния танц, наречен „колабрисмос”, който траките обичали да изпълняват по време на пиршества. При него танцьорите имитирали истинска битка, разделени по двойки „...накрая единият удрял другия така, че всеки мислел, че действително го е убил, докато той падал само някак си изкусно...”. Танцът си е танц, но за да се имитира истински бой, с истинско оръжие, след множество наздравници със силно вино бил нужен бистър ум! Впрочем пак Ксенофонт описва едно пиршество при тракийския цар Севт, на което самият той бил свидетел. След многото наздравници и танци, в които владетелят участвал, на излизане той „...ни най-малко нямал вид на пиян...”

Тракийското вино

В античността било прочуто сладкото тракийско библинско вино. По-късно лозата, от която се добивало то, била пренесена в Италия и Сиракуза. „И така сладкото вино, наричано от сицилийците полисово, би било библинско вино” – пише Атеней. Омир описва как тракийският жрец Марон подарява на Одисей „...дванадесет амфори сладко, неразредено вино, божествено питие ... когато искаха да пият от това червено вино, сладко като мед, той напълваше една чаша от него, смесваше го с двадесет пъти по толкова с вода и приятно, божествено благоухание се разнасяше от съда. Тогава беше много трудно да се въздържиш от него...”. Това сведение за разреждането на виното може и да е преувеличено. В древна Гърция и Рим обикновено му добавяли три части вода. За „варварски” се считал обичаят на траките да пият виното неразредено и то на един дъх. Тук трябва да отворим скоба и да поясним, че античните вина били изключително гъсти и силни.

Ефектът от напиване с тракийско вино бил сходен с този от съвременните. Плиний Младши споделя, че „от тях боли глава до шестия час (до обяд) на следващия ден”.

Източник: *Книжка Виното в древността, 2013, автор: Ирко Петров – археолог*

<http://map.vinobg.com/>

Лозаро-винарски традиции в Хасковския регион

Лозарството и винарството са традиционно развити сектори на икономиката в България. Наличието на потенциал от местни сортове и обособени лозаро-винарски области и райони, съчетани с квалифициран човешки потенциал и съвременна материално-техническа база са условия за постигане на нова производствена и пазарна ориентация на търговията с качествени вина. Значимостта на лозарството за икономиката на страната намира проявление и в провежданата политика на държавата. С приемането на Национална стратегия за развитие на лозарството и винарство 2005-2025 г. и Национална Стратегия за устойчиво развитие на земеделието на Р. България 2014-2020 г., национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ, 2014-2030 г. /Актуализирана версия, 2017г. / държавата декларира важноста на сектора за икономиката на страната.

От своя страна, Област Хасково има огромен потенциал по отношение развитието на лозаро-винарския бранш. Областта е известна от край време с отличното си грозде и висококачественото вино, което се произвежда от него. Към днешна дата всички винарски мощности на територията на областта са специализирани в производството на

висококачествени вина, които намират добра реализация на международния пазар. Значимостта на лозаро-винарския бранш, подобно на храните, намира проявление и на областно ниво (ОСР 2014-220), в Специфична цел 3. Подкрепя на традиционни индустриални дейности и насърчаване използването на местните ресурси за икономическо развитие, Приоритет 1.1. Повишаване конкурентоспособността на регионалната икономика и подкрепа за малкия и средния бизнес. Съгласно заложеното в стратегическата част на стратегията се насърчава развитието на специфични икономически сектори и традиционни икономически дейности с потенциал за растеж и бъдещо развитие на територията на Хасковска област, като се използват уникалните предимства на местната икономика и специализация.

Традиционно в областта се отглеждат лозови масиви. Региона е известен с добрите сортове “Мерло”, “Каберне Совиньон”, “Памид” и “Болгар”. Няколкото винарски центъра на територията на областта привличат привържениците на т. нар. “винен туризъм”.

Хасковска област попада в лозаро-винарски район «Тракийска низина», която е част от историко — географската област Тракия — люлката на винопроизводството на Балканите. Тук почвите и климатичните условия са подходящи за отглеждани предимно на червени сортове грозде, но добре виреят и някои бели. Тук се отглежда и уникалният български сорт Мавруд. Област Хасково разполага и е на водещо място в страната по размер на земеделските площи заети с трайни насаждения и най-вече- винени лозя. Отглеждането на винени сортове лозя се обуславя от изключително благоприятните почвено-климатични условия- като доказателство са добиваните висококачествени винени сортове грозде, служещи за суровина във винарската промишленост. Винопроизводството , наистина е поставено на промишлена основа , като основната част от преработвателните мощности са нови, реализирани, чрез проекти по Програмата за развитие на селските райони 2007-2013 г. Тези нови окрупнени земеделски стопанства , в едно с преработвателните мощности ангажират немалко работна ръка и до голяма степен са структуроопределящи за икономиката на някои общини - Любимец, Ивайловград, Свиленград, Харманли, Стамболово.

Днес, област Хасково спада към един от петте лозаро-винарски традиции - Южният лозаро-винарски район, който се отличава с отглеждането на червени сортове с отлични вкусови качества – Мерло, Каберне Совиньон, Рубин и други бели сортове. Лозарските райони са официално дефинирани в българското законодателство. В Закона за виното и спиртните напитки (в сила от 16.09.2012 г., изм. и доп. ДВ. бр.26 от 21 Март 2014г.) понятието "лозарски район" е определено като „Лозарски район" е съвкупност от територии с еднородни и специфични природни условия, с насаждения с характерен сортов състав и технология на отглеждане и с установени лозаро-винарски традиции”.

Южният лозаро-винарски район - обхваща областите около Пловдив, Хасково, Пазарджик, Стара Загора, Любимец и Харманли – района на Тракийската низина и част от Сакар. Защитата от големи студове и ветрове, която Стара планина осигурява от север, благоприятства отглеждането на червени сортове с отлични вкусови качества – Мерло, Каберне Совиньон, Рубин. Тук почвите и климатичните условия са подходящи за отглеждането и на някои бели сортове. В районите около Асеновград, Пазарджик и Перущица се отглежда уникалният български сорт Мавруд. По-важните винарски изби са в Асеновград, Хасково, Брестовица, Стара Загора и Любимец.

По данни на МЗХГ, заетите площи с лозови насаждения в стопанствата за Южен централен район с области Кърджали, Пазарджик, Пловдив, Смолян и Хасково е 16 583 ха2. Сред областите с най-висок дял на винени сортове лозя са Пловдив и Хасково. Област Хасково има



огромен потенциал по отношение развитието на лозаро-винарския бранш. Областта е известна от край време с отличното си грозде и висококачественото вино, което се произвежда от него. Към днешна дата всички винарски мощности на територията на областта са специализирани в производството на висококачествени вина, които намират добра реализация на международния пазар. В резултат от съчетаването на благоприятните климатични условия и нарасналите технологични умения на местните винари, в региона са се утвърдили вината „Мерло“ с контролирано наименование за произход и деклариран географски регион. Важен показател за просперитета на винарството в последните години е създаването на много нови винарни, съоръжени с най-съвременна техника - линии за прием и преработка на грозде, винификатори за бели и червени вина с контролиране на ферментационните процеси, виниматици, високотехнологични и напълно автоматизирани бутилиращи линии. Изключително положителна тенденция е, че като част от стратегията си винарските компании залагат на засаждането на собствени млади лозя с класическите сортове Мерло и Каберне Совиньон, а също така и на ценни български сортове. По-големите винарски дружества в областта са: „Катаржина естейт“ Свиленград, „Тера Тангра“ ООД Харманли, „Винарска изба Стамболово“, Изба „Ямантиеви“ Ивайловград, Винарна Братанови Харманли, Винарска изба Малката звезда, Винарна Кастра Рубра Коларово, Бутикова Ванарна Шато Коларово и др.

Отглеждани винени сортове

На територията на област Хасково се отглеждат множество традиционни винени сортове като мерло, шардоне, кабарне совиньо, сира, кабарне фран и уникални за България като памид, димят, рубин, мавруд и червен мискет.

На ниво региони през последните години в ЕС все повече се налага клъстерния подход за повишаване на конкурентоспособността на районите. Това изисква насърчаване на всички локални фактори за развитие на регионалните отрасли на икономиката, на ниво сътрудничество между няколко общини, на областно ниво или ниво регион на планиране. В различните региони лозарството притежава свои строго специфични особености, които районите за планиране у нас могат да използват за формиране на собствени конкурентни предимства. Един вид стратегия на регионално ниво например е стратегията на сортова специализация – до голяма степен постигната чрез формирането на лозаро-винарски региони. Друг вид стратегия е изборът на водещ сектор в регионалната икономика – например винарския туризъм като основен вид в определен регион, който предполага винени маршрути и места за настаняване в самите винарни или като спомагателен към друг основен вид – организиране на дегустации и процедури в спа хотели, в ски или морски курорти. Различните стратегии предполагат коопериране и между различните сектори – винарство и кулинария, винарство и туристически организации, винари и културни институции – музеи, забележителности, коопериране с местни асоциации, работещи за популяризиране на териториите, неправителствени организации в областта на екологията, местните МСП и техни обединения, университети, учебни институции. За регионите важи основният принцип на държавите – преди да има конкуренция между отделните марки, трябва обединение с цел развитие на целия регион. Кооперирането на винарство, туризъм – хотели и ресторанти, хранителна промишленост, занаяти и годишни културни събития, местни магазини и фермерски пазари, общи сайтове за продажби, включително и директни продажби на потребители чрез доставка до дома – всичко това е проект за добавяне на стойност като част



от една обща стратегия за съответната територия. Включването на други сектори от местната икономика дава възможност, не само ресурсите да се използват оптимално чрез съгласувани действия, но и да се пренесе и придобития от един сектор опит към другите. Развиването на общи дейности, чиято цел е да се добави стойност дава възможност за разработване или поддържане на стабилна икономическа рамка и за извличане на полза от всички налични ресурси - човешки, икономически и културни и така да се гарантира конкурентоспособността и устойчивото развитие на селските райони.

Създаване на колективни и регионални марки. Колективните марки дават възможност на предприятия, които са прекалено малки, да се възползват от индивидуална марка, за да станат известни и да имат по-лесен достъп до определени пазари. Някои колективни марки са резултат от инициатива на няколко винарни или производители, които работят заедно, като така се пестят средства за преработка и реклама. За да са успешни този вид действия, е необходимо внимателно обмисляне на свързването между продуктите и очакванията на пазара. Пример в това отношение в региона са изба Братанови и вината на Иво Върбанов, произведени в нея. Колективната марка може да включва само винопроизводители от определен регион – например марката Тракийска низина или всякакви земеделски производители - примерно Новото Тракийско злато, което продава вино, млечни продукти, месо, био зеленчуци и селски туризъм. Често пъти колективните марки стават емблематични за цял регион като свързват продукта и територията и така съдействат за цялостното популяризирането на територията и оттам за устойчивото им развитие. (Дунавски казани, Дунавски вина).

Общи щандове в изложения са част от колективната реклама и улесняват участието на по-дребни производители. Участието в търговско изложение като самостоятелен изложител изисква сравнително голяма инвестиция и включва значителна логистична организация. Колективното участие също така дава възможност на участниците да имат по-голяма видимост и разпознаваемост, отколкото биха постигнали самостоятелно. Участието чрез регионални щандове е също ефективен начин да се извлече полза от икономите по отношение на мащаба, разходите и видимостта.

Коопериране в дистрибуцията и продажбите. Това може да стане чрез общо използване на търговски канали и коопериране или чрез създаване на общ сайт да онлайн продажби, общи фирмени магазини, фермерски пазари, щандове и др. По-големите производители работят добре с дистрибуторите на национално ниво, но по-малките, особено тези с биопродукция се нуждаят от обединение с други земеделски производители, най-вече в областта на директните продажби. Въпреки че директните продажби елиминират посредниците между производителя и крайния потребител, изисква се значителна инвестиция в работна ръка, логистика и транспорт. Директните продажби на биологична продукция разчитат основно на местните фермерски пазари, а на територията на страната това обикновено става чрез онлайн поръчки, което е скъпо и трудоемко за единичен производител. Историята и репутацията за качество, която върви с продукта, доверието в производителя са също толкова важни и са част от добавената стойност на директните продажби. Затова и такъв вид търговия се осъществява в общи фермерски сайтове за биологични продукти. Вид директни продажби е потребителите да си купуват вино директно от избите, в такива случаи обаче е необходимо организиране на дегустация или препоръка от други консуматори.



- ✓ **Местният пакт за качество** трябва да повиши информираността и да подпомага кооперирането в сектора – на ниво създаване организации на производители и кооперации или на ниво производители на грозде/винопроизводители, тъй като в световен мащаб стоката, която се продава е вино, а не грозде, а в повечето европейски страни пазарите са или на много големи производители със собствени лозови масиви, или на кооперации, които общо произвеждат вино или продават гроздето си срещу част от печалбата на избите. Организацията в сектора у нас на много малки производители става все по-неконкурентоспособна.
- ✓ **Местният пакт за качество** може да инициира между секторното сътрудничество като организира работни срещи, конференции и обучения на заинтересованите страни - не само лозари, но и местни туристически оператори, културни институции, МСП в преработващата промишленост, услугите и рекламата, да обмени опит в диверсификацията и добавянето на стойност към винарството с други **общини и области**, чиято територия има лозарски профил – от България или по линия на трансграничното сътрудничество, както и да участва в изработването на туристически стратегии и продукти за територията на цялата област.
- ✓ **Местният пакт за качество** може да инициира или да съдейства на публичните власти на ниво община, няколко съседни **общини и областната администрация** в съставянето на модерен винарски профил на територията, обща за региона марка – на земеделска продукция и вино, на туризъм и вино, културни забележителности и вино, обща реклама и промоции на винените и туристическите продукти, съставяне на винени маршрути, общи участия в различни национални и международни форуми, общо предлагане на туристически продукти в областта на винения туризъм.
- ✓ **Местният пакт за качество** трябва да повишава информираността на земеделските стопани относно диверсификацията на дейностите и добавянето на стойност в лозаро-винарския сектор и най-вече в развиването винен туризъм и други алтернативни форми на туризма, които са подходящи за съчетаване с него – културен, селски, екологичен.

Допълнителни мерки относно промотирането и развитието на традиционни храни и вина в област Хасково:

- Провеждане на рекламни кампании - телевизионни и радио клипове, аудио-визуални материали, билбордове, обявление за дадено събитие и др.;
- Създаване на печатни и дигитални рекламни издания – в т.ч каталози, брошури, справочници, рецептурни книги, карти и др.;
- Провеждане на рекламни дейности в търговски обекти;
- Организиране на срещи с вносители, дистрибутори и др. търговци;
- Организиране на посещения в България на заинтересовани представители от трети държави (търговци на дребно, сомелиери, туристически агенти, хотелски агенти, международни журналисти, отразяващи теми, свързани с вино и местна кухня);
- Провеждане в трети държави на дни, посветени на вината на ЕС чрез покана на заинтересовани представители (търговци на дребно, сомелиери, туристически агенти, хотелски агенти);



- Обособяване на лесно за намиране и добре обозначено място, където да се предлагат дегустации/представяне на продукти;
- Обособяване на клуб на вино посетителите и предоставяне на членски карти;
- Организиране на посещения на винени туристически обиколки в Хасково;
- Панаири и международни изложби, секторни или общи, насочени към специалисти или към потребителите;
- Организиране на бизнес срещи между професионалисти и потребителите, провеждане на работни срещи, дегустации, семинари и др.;
- Отразяване на фестивали за местна кухня и вина;
- Публикации и филми, посветен на местната кухня и история на виното;
- Създаване на мрежа на производители и ресторанти;
- Организиране на конференции и други популяризиращи събития;
- Организиране на готварски курсове онлайн и на място;
- Разработване на занимателни игри в приложения и в Интернет относно местната кухня и вината;
- Георефериране на всеки вид данни, който допуска това, както представяне върху интерактивни карти;
- Интегриране на данните в Google Maps, OpenStreetMap и др., чрез профили на проекта;
- Интегриране на данните в национални/браншови/комерсиални портали за туристически забележителности;
- Кампания в социалните мрежи (FB, Instagram, Pinterest, Foursquare) с акцент върху визуална или географска информация.

Библиография/ източници на информация

По-долу е показана примерна библиография, взета предвид както за проучването на Пакта за качество, така и за плана за действие на Пакта за качество.

- Областна стратегия за развитие на област Хасково за периода 2014-2020 г.;
- Национален статистически институт, Република България;
- Регистър на лозята. 2016. Изпълнителна агенция по лозята и виното;
- Лозарство и винарство: състояние, възможности за добавяне на стойност, европейски стандарти, местна идентичност на продуктите - Проучване и анализ на територията на МИГ Харманли;
- Национална стратегия за развитие на лозарството и винарство 2005-2025 г.;
- Национална Стратегия за устойчиво развитие на земеделието на Р. България 2014-2020 г.;
- Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ, 2014-2030 г. регионални планове за развитие, регионални оперативни програми, Лидер Програми и др.);
- Аграрен доклад на МЗХГ за 2017 г. и др.



Съдържанието на този документ е изцяло отговорност на Хасковската търговско-промишлена палата и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

„The contents of this document are sole responsibility of Haskovo Chamber of Commerce and Industry and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat“.

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

Проучване за местния пакт за качество Пакт за качество в сектора на храните, туризма и търговията Област Кърджали

Работен пакет 5.8.3 (Del. 5.8.3)

*Проект „Разработване на идентичност на добива, почвите и местностите“
/ДИОНИСОС, номер на проекта 1952 (Developing Identity On Yield, Soil and Site/Acronym:
DIONYSOS) се изпълнява в рамките на сключен Договор за субсидиране №
В2.6с.04/01.11.2017г., финансиран по Програма за сътрудничество INTERREG V-A „Гърция-
България“ 2014-2020, съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие и
националните бюджети на участващите страни*

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

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>

СЪДЪРЖАНИЕ

Въведение

ЧАСТ А: Общите характеристики на Пакта за качество

- A.1 Възможност за създаване на Пакта за качество
- A.2 Някои значими характеристики на качествения продукт за винен туризъм
- A.3 Цел за създаване на местния пакт
- A.4 Кой може да участва
- A.5 Принципи на местния пакт
- A.6 Критерии за участие
- A.7 Финансиране на местния пакт
- A.8 Администрация и действие на местния пакт
- A.9 Формата на сътрудничеството

Част Б: Пактът за качество в областта на _____

Библиография

Въведение

Настоящият текст е съставен в рамките на проект „Разработване идентичността на продукцията, почвата и региона“, с акроним: DIONYSOS (ДИОНИСОС), договор за финансиране № В2.6с.04/01.11.2017 по Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция-България 2014-2020, приоритетна ос: 2 Устойчив и приспособим към климата трансграничен регион, инвестиционен приоритет: 6с - Съхраняване, опазване, популяризиране и развитие на природното и културното наследство. Проектът се изпълнява от партньори от Гърция и България.

„Проучване за местния пакт за качество“ е част от изпълнението на Работен пакет **5.8.3** „Пакт за качество в сектора на храните, туризма и търговията“, реализиран в контекста на работния пакет 5 „Подготовка за туризъм“ и има за цел да постави рамката за създаване на местни и трансгранични мрежи за качество в областите, в които се изпълнява проектът, така че да се надградят тези райони към дестинации за винен туризъм.

Настоящият документ „Проучване за местния пакт за качество“ се допълва от два последващи документа, озаглавени „План за действие“ и „Протокол за споразумение“ на Пакта за качество и всички заедно трябва да съставят „инструментариум“ за създаване на Пакт за качество за винен туризъм в областите на проекта DIONYSOS.

Освен това, Резултати от 5.3 заедно с резултати от 4.2 и 4.3 „Подобряване на ландшафта: Поставяне на QRC подобрени информационни указателни табели в района на лозето“ и „Подобряване на селищата: (проучвания, засаждане на лози, поставяне на бъчви, табелки и др.), (проучване, доставка, поставяне)“, съответно, зададените интервенции за пространствено развитие на проекта DIONYSOS, докато другите проекти и дейности имат различна тематична насоченост, например по отношение на продукта (виното), или за популяризиране на проектните площи и техните продукти (пускането им на пазара) и т.н.

Текстът е структуриран в две основни части (А и Б).

Част А се отнася до общите характеристики на местния пакт за качество, както е посочено в обхвата и стратегията на проекта DIONYSOS.

Част Б има за цел прилагането на конкретната стратегия в областите на проекта и обвързването на конкретния опит с местното действие за развитие в зоните на проекта. В този смисъл тя е „специфична за района“, тъй като съдържа данни и информация, свързани с всяка от зоните на интервенция.

ЧАСТ А: Общите характеристики на Пакта за качество

A.1 Възможност за създаване на Пакта за качество

По проекта „Дионисос“ се извършват проучвания по Дейности 4.2 „Надграждане на ландшафта: Поставяне на QRC подобрени информационни табели в района на лозето на проекта“ и 4.3 „Подобряване на селищата: проучвания, засаждане на лози, поставяне на бъчви, указателни табели и т.н.“, върху които се избират конкретни винени маршрути и селища, докато се подчертава необходимостта от разработване и популяризиране на местния продукт за винен туризъм.

По-конкретно, Дейност 4.2 се насочва към по-общото оформяне на лозаро-винарския район, което води до екскурзоводско обслужване за посетителя (винен турист) - въз основа на проектирането на **маршрут за винен туризъм**. Въз основа на този маршрут се избират както местата за поставяне на информационни табели, така и съдържанието за предаване на посетителите чрез тях.

Дейност 4.3 предлага интервенции за развитие на идентичност на винения туризъм във вътрешността на населените места.

Очаква се тези две дейности да бъдат засилени от Местния пакт за качество, действащ пространствено по маршрута **за винен туризъм, проследен от всеки партньор и по-широката му зона**.

Пактът за качество, основан на сътрудничеството и взаимния ангажимент на членовете му, следва да допринесе чрез координацията на местните участници за оформянето на „качествена идентичност“ за винено-туристическия продукт в конкретните области на проекта.

A.2 Някои значителни характеристики на качествения продукт за винен туризъм

По-долу са цитирани някои значими качества на качествения винен туристически продукт:

- винарни, отворени за посетителите
- качество на настаняване
- качество и автентичност в гастрономията
- допълнителни качествени услуги - туристическите услуги (напр. винарни, през лозето и т.н.)
- запазени и достъпни природни и културни ресурси
- маркиране на маршрута и ресурсите с грижа за околната среда
- организиране на фестивали за повишаване на продуктивната идентичност на района
- предоставяне на услуги от обучен, квалифициран персонал

- възможност виненият турист да участва в дейности по лозарство и винарството, в програми за обучение по лозарство и винопроизводство, както и по общи въпроси, като например курсове за местна кухня и др.

Подходът към качеството на продуктите и предоставянето на услуги, особено в областта на туризма и по-специално във винения туризъм, създава ново поле на дейност в контекста на местното предприемачество. Нетната работа на предприятия и участници - институции в рамките на местния пакт за качество **се характеризира с приемането и спазването на правилата и спецификациите, освен насърчаването и прилагането на взаимодействия, които подобряват качеството на услугите за винен туризъм в района и им предоставят идентичност.** По този начин Местният пакт за качество се превръща във важен инструмент за повишаване на качеството на услугите и продуктите на дестинацията и за подобряване на конкурентоспособността и устойчивостта на местния бизнес.

Ползата от участието в Пакта за качество е от особено значение, тъй като:

- **Образът/имиджът** на всяко участващо предприятие е подобрен, тъй като неговият **Знак за качество**, присъден от Пакта служи за доказателство, че качеството на предлаганите продукти/услуги се основава на систематични и подробно документирани процедури;
- **Видимостта** на всяко участващо предприятие се увеличава в резултат на насърчаването на Знака за качество от Пакта за качество;
- **Образът на района като цяло** се подобрява и става по-привлекателен за посетителите;
- Налице са **финансовите ползи** за лозари/производители (например винарни) и за бизнеса със свързани и други местни продукти;
- Предизвиква се положително въздействие върху икономическия растеж (туризъм, инфраструктура и т.н.) и **цялата икономика на района;**
- Отчита се положително **въздействие върху запазването и подчертаването на местните културни „паметници“** и традиции и върху **укрепването на социалното сближаване;**
- Отчита се положително въздействие върху природната среда чрез проектирането на екологични маршрути.

A.3 Цел за създаване на местния пакт

Местният пакт за качество е съвместно усилие на местните фирми, участници, агенции, власти за засилване на взаимодействието помежду си с цел повишаване на района като качествена дестинация за винен туризъм.

В този контекст **Пактът** се стреми да обедини мрежи от предприятия и участници в областта, така че заедно:

- да насърчават района изцяло като дестинация за винен туризъм с подобрени качествени услуги;
- да предлагат нови преживявания в туризма;
- да привличат посетители на винен туризъм в района;
- да създават възможности за предприятия (както доставчици на услуги, така и производители), работещи в района.

A.4 Кой може да участва

Пактът е адресиран към:

- Лозари, винопроизводители и винарни
- Производители на други местни продукти (от първичния и вторичния сектор)
- Туристически услуги за настаняване
- Ресторанти
- Туристически бюра
- Туристически агенции, особено за алтернативни дейности
- Професионалисти, свързани с туризма (водачи, интернет компании, сдружения на таксиметрови организации и др.)
- Магазини за местни традиционни продукти
- Барове
- Музеи и културни заведения
- Културни сдружения - организатори на културни събития
- Органи за управление на природни защитени територии
- Клубове за алпинизъм
- Регионални власти
- Общини, фирми за развитие на местните власти
- Търговски асоциации, палати
- Колективни агенции.

Пактът за качество е адресиран до възможно най-голям брой предприятия и институции - действащи лица, разположени по винените маршрути (или в по-широкия регион на тези маршрути), тъй като те са проследени в рамките на проекта Дионисос.

Предполага се, че **възможно най-широко участие** ще създаде силна група, чиито членове, приемайки правилата на Пакта **както поотделно, така и главно заедно**, допринасят за създаването на **добро име** за новата дестинация за винен туризъм, в допълнение към поддържането и запазването ѝ като „**колективна собственост**“.

На първата фаза от създаването на местния пакт се изискват действия за повишаване на осведомеността и овластяване. Критичен параметър е първоначално да се насърчи участието на малък брой предприятия. За тази цел трябва да се провеждат срещи с предприемачи и местни заинтересовани страни, за да се обясни чрез информативни дискусии важността и приноса на Местния пакт, както и взаимните ползи, които те могат да получат от участието си в него. В допълнение, комуникацията с потенциалните членове на Пакта ще спомогне за идентифициране на нуждите, очакванията и тематичните области на действие, така че планът за действие на Пакта (да бъде разработен на по-късен етап) да отговаря на реалните нужди на членовете му.

A.5 Принципи на Местния пакт

Следните въпроси могат да бъдат принципи на Пакта за качество:

1. Сътрудничеството на участниците на доброволни начала, със самостоятелна ангажираност, за насърчаване на района като дестинация за винен туризъм, в споделена визия за подобряване на качеството на предлаганите услуги и продукти;
2. **Сътрудничеството и доверието** между участниците, които са ключов компонент за успеха на Пакта. Всички заедно като екип могат да оформят атрактивно изживяване за винен туризъм
3. Вярата, **че индивидуалното развитие произтича от развитието на екипа;**
4. Вярата и приемането **на необходимостта от качество** в зоните за производство, настаняване и хранене и т.н., **като основна ценност на Пакта;**
5. Приемането на **изтъкването на винената идентичност на района като допълнителна основна ценност на Пакта;**
6. Вярата в **стойността на знанието** и сътрудничеството със съответните опитни участници в България и чужбина за приемане на добри практики;
7. Приемане на **значението на обучителни дейности, образование**, информация, дейности за повишаване на осведомеността за персонала на местния бизнес и организации, които подобряват техните знания, умения и способности и развиват тяхната предприемаческа култура.

А.6 Критерии за участие

Пактът за качество се основава, от една страна, на **волята** на местните предприятия и местните участници да създадат качествена дестинация за винен туризъм в своя район, а от друга, на **някои много прости критерии**, така че колкото се може повече предприятия и възможно най-много организации могат да се присъединят към него. Следователно, с волята си и спазването на малък брой критерии субектите ще могат да участват в Пакта.

Като **задължително изискване** за участието на бизнеса в Пакта е неговото правно действие и съответствието му с институционалната рамка, уреждаща конкретната стопанска дейност.

Основната критерия за допустимост е:

1. Да принадлежи към споменатите по-горе сектори на дейност. В изключителни случаи в Пакта могат да участват органи и организации с опит, ноу-хау и престиж (напр. Търговски палати, търговски сдружения, центрове за образование и обучение, културни организации и др.) от по-широката област.
2. Да се намира в зоната на винения маршрут, проектиран по проект **ДИОНИСОС**, или в по-широката му зона.
3. Да се предостави „лист за обратна връзка“ (кратък въпросник или книга за обратна връзка) или място за коментари в случая на цифрови медии (напр. на уебсайта на компанията, в социалните медии, достъпни от компанията, при специализирани пътувания портали като TripAdvisor,

Booking и др.), където клиентът /посетителят/ потребителят може да остави забележки - препоръки - предложения - коментари за продуктите или услугите, които му се предлагат.

В допълнение, за **определени бизнес категории трябва да се прилагат следните критерии:**

- **За винарните:** да могат да предложат обиколка в лозето и избата, както и възможността да се осигури процес за дегустация на вино.
- **За места за настаняване:** например за закуска да се предлагат поне 3 местни хранителни продукта. Освен това заведенията за настаняване трябва систематично да извършват рециклиране на отпадъци.
- **За ресторантите:** да сервират поне 2 местни продукта и 2 местни вина.

В следващата фаза, след период от една година, участниците в Пакта трябва да спазват определени стандарти за качество, за да останат в пакта. И разбира се, те трябва да се споразумеят за изготвения бизнес план който трябва да спазват както през първата година, така и след това.

Първата година обхваща само „**меки**“ **критерии** в първата фаза на усилията, за да се осигури време за **изграждане на доверени взаимоотношения** между членовете на Пакта, **като необходимо условие** за постигане на краен успех на подобна инициатива. Тези „**меки**“ критерии засягат въпроси, свързани с подобряването на качеството на услугите, а не с въпроси, засягащи бизнес инфраструктурата, като по този начин се предпочитат предимно меките действия. **(Критериите са представени подробно в Плана за действие, който е разработен и също е обобщен в таблицата с индикативни действия на плана за действие).**

Очаква се, тъй като участниците ще осъзнаят ползите и предимствата на прилагането на правилата за стандартите за качество, в Пакта да бъдат интегрирани нови стандарти, като по този начин съответно ще се повиши рейтинга му.

Местното лого се присъжда на участниците в Пакта, при условие че отговарят на специфичните критерии, определени по ниво (както бе споменато по-горе) като доказателство за качеството на услугите и продуктите, които предлагат.

Механизмът за контрол за оценка на съответствието с критериите и за присъждане на логото ще се основава на прости и лесни за прилагане процедури. Механизмът за управление е представен по-долу.

A.7 Финансиране на местния пакт

Местният пакт трябва да бъде самофинансиран. Финансирането трябва да бъде получено от:

- вноските на членовете му,
- участието на пакта в проекти и програми,
- спонсориране,
- услугите, които предоставя.

Въпреки това, на началния етап от функционирането му (2 години) се препоръчва да се подпомогне с ресурси (средства, но също така и с осигуряване на персонал, например чрез създаване на "мениджърски екип", който да работи по Споразумението за качество) на Общината или [Хасковската търговско-промишлена палата](#) и след това, след този първоначален етап, да се финансира от вноските на своите членове.

Таксата за членовете може да бъде определена въз основа на оборота на члена - компанията. Индикативно може да бъде:

50 евро за предприятия с оборот до 30 000 евро годишно
100 евро за предприятия с оборот до 60 000 евро годишно
150 евро - 200 евро за бизнес с оборот над 60 000 евро годишно

Размерът на членския внос се определя по време на консултациите в зависимост от броя на членовете, нуждите, предоставяните услуги на Пакта.

A.8 Администрация и действие на местния пакт

Администрация на местния пакт

Административните органи на Местния пакт са три: Общото събрание (върховният орган), Управителният комитет (изпълнителният орган), Комитетът за одит и изпълнение (отговорен за мониторинга и контрола на условията и критериите за съответствие).

Действие на Местния пакт

Пактът за качество отговаря за управлението, мониторинга и оценката на дейностите по Плана за действие.

Пактът **формулира спецификациите на логото за качество, което трябва да бъде присъдено на предприятията и местните органи в областта на интервенцията и има контрол върху спазването на условията за придобиване.**

Много важен критерий за успеха при изпълнението на Местния пакт за качество е **прилагането на информационни действия, действия за повишаване на осведомеността, консултации и обучение на членовете** и потенциалните членове, на участващия персонал и на всички, които пряко и косвено участват в неговото приложение. Поради тази причина Пактът трябва да изготви информационен материал, да създаде сайт, който да очертава целите му, ползите за членовете му, условията за членство и да организира семинари и програми за обучение (такива действия са посочени в Плана за действие).

За своята устойчивост и по-нататъшно развитие Пактът **трябва да изготвя проекти и да прави предложения** за финансови инструменти както от името на самия пакт, така и от името на своите членове. Установяването на контакти и партньорства с други мрежи за винен туризъм в България и в чужбина значително ще допринесе за съвместното изпълнение на проекти и обмена на ноу-хау.



Също така важни за развитието на Пакта и неговата област са **промоционалните дейности**, върху които трябва да се наблегне: участието в изложби, в събития като конференции, семинари, лекции, публични дебати, гостоприемството на журналистите (пътувания за опознаване), рекламни материали и т.н.

За **мониторинга и оценката на въздействието** (положително или не-положително) върху зоната от действието на Пакта трябва да има непрекъснато запазване на данни, като например на увеличението или спада на броя на посетителите, степен на удовлетвореност или неудовлетвореност на посетителите и идентифициране на проблемите, така че съвместно да се вземат решения за необходимите интервенции. Пактът ще предостави някои инструменти за оценка на горните елементи, като например „Служба за управление на жалбите“ (както е предвидено в Плана за действие), която ще му позволи да събира коментари на посетителите, както и непрекъснато сътрудничество с членовете си.

И разбира се, Местният пакт **контролира условията и стандартите за качество**, които членовете му трябва да спазват. Комитетът за одит и прилагане на Местния пакт за качество отговаря за този контрол.

Пактът подготвя въпросник - одит от категория предприятия с критериите за конкретната категория (т.е. различен въпросник за ресторанти, различен за винарите и т.н.) и според етапа на Пакта, т.е. различен въпросник за първата фаза на пакта, друга за фаза Б, след първата година и пр. Тези въпросници трябва по принцип да бъдат попълнени от заинтересованите страни и изпратени до Пакта за качество. Впоследствие на място се извършва одит от комитета за изпълнение, при който в сътрудничество с ръководителя на дружеството се проверява законната работа на дружеството, както и изпълнението на критериите и съответната форма (на Одитния комитет) е попълнена. Тогава Комитетът, в зависимост от резултатите от одита, препоръчва включването или не на кандидата в Пакта и Управителният комитет взема решение за това.

Всяко решение се съобщава на кандидата, писмено, най-късно в рамките на един месец от датата на одита. В случай на малки отклонения от изискваните спецификации, се правят препоръки за съответствие и се посочва конкретен период за адаптиране.

Кандидатите, отговарящи на съответните стандарти, се награждават с Местното лого на пакта за качество.

Всеки член на местния пакт за качество подлежи на редовни проверки за съответствие, провеждани ежегодно.

Извънредни проверки обаче могат да се извършват и след обосновано решение на Комитета за управление на пакта.

Подкрепа за местния пакт

За да се подкрепи Пактът в неговото администриране и функциониране, се предлага да се включи **Общината ...** или **Хасковската търговско-промишлена палата**.



Тази организация е широко приета и като цяло от местните предприятия, участници, от местното население и може да има значителен принос за развитието на Местния пакт. Освен това той има необходимия опит и може значително да подпомогне функционирането на пакта. Общината или Дружеството за развитие могат да помогнат на проекта да бъде развит с финансови ресурси и ноу-хау. Предлага се конкретният субект да участва като член на Пакта, а също и в неговата администрация.

Общината или Дружеството за развитие могат първо да поемат инициативи за контрол, оценка на спазването на правилата, както и инициативи за обучение и трансфер на знания, съгласувани от членовете на Пакта. Общината или Дружеството за развитие също могат да подкрепят предложения за финансиране на програми, които обслужват цялостния проект и целите на Пакта.

А.9 Формата на сътрудничеството

Формата на сътрудничество за създаването на Местния пакт се основава на подписването на "Протокол за споразумение" (проект на протокол за споразумение е приложен) от участниците. В следващата фаза Местният пакт може да приеме официална правна форма.

Част Б: Пактът за качество в област Кърджали

Област Кърджали заема 3 209,1 кв. км площ в югоизточната част на Република България, което представлява 2,9% от територията на България. Намира се в Южен централен район. Граничи на запад със Смолянска област, на север с Хасковска и Пловдивска области, на юг и югоизток с държавната граница на страната с Република Гърция (Областна стратегия за развитие на Област Кърджали за периода 2014-2020, 2017).

В административно-териториалните граници на област Кърджали са включени седем общини - Ардино, Джебел, Кирково, Крумовград, Кърджали, Момчилград и Черноочене.

Таблица 1: Площ на общините в област Кърджали, 2019 г.

Район/Област/Община	Площ (кв. км)
Южен централен район	22 365,1
Област Кърджали	3 209,1
Ардино	338,8
Джебел	229,1
Кирково	537,9
Крумовград	843,3
Кърджали	574,7
Момчилград	358,1
Черноочене	327,1

Източник: Национален статистически институт

Данните в Таблица 1 разкриват, че най-голяма по площ е община Крумовград (843,3 кв. км), следвана от община Кърджали (574,7 кв. км) и община Кирково (537,9 кв. км).

Географско разположение и територия Област Кърджали е разположена в Източните Родопи и заема голяма част от долината по горното и средното течение на река Арда. Областта граничи на запад с област Смолян, на север с области Хасково и Пловдив, а на юг и югоизток – с Република Гърция. Област Кърджали се намира в Южен централен район за планиране. Град Кърджали се намира на 260 километра от столицата София. Най-близкият граничен пункт с Гърция е на 75 км. (при гр. Златоград), а с Турция – на 130 км. (при Капитан Андреево). Разстоянието до най-близкото действащо летище Пловдив е 100 км, а до най-близкото пристанище Бургас е 295 км. Област Кърджали заема 3 209 кв.км. площ, което представлява 2.9% от територията на Република България. Климат и релеф Климатът е преходно-средиземноморски, мек и влажен, с много слънчеви дни в годината. Релефът е главно планински и полупланински. По долината на река Арда и нейните притоци Върбица, Боровица и Крумовица са най-плодородните почви на областта. Средната надморска височина е 329 метра. Население Населението на област Кърджали към 31.12.2009г. (по данни на НСИ) е 154 719 души с различен етнически състав–българи, турци, роми, арменци. Районът е олицетворение на българския етнически модел, сочен за пример на Балканите и в Европа, заради толерантните взаимоотношения между различните етноси и религиозни групи. Живеещите в градовете на областта са 64 660, което представлява 42% от населението, а в селата живеят 90 059 души, съответно 58%. Населени места Центърът на административната област е град Кърджали. В административно-териториалните граници на областта са включени седем общини – Ардино, Джебел, Кирково, Крумовград, Кърджали, Момчилград и Черноочене. Броят на населените места в тях е 470. Транспортна инфраструктура На територията на област Кърджали общата дължина на пътната мрежа е 2073.7 км, от които републиканските пътища–първи, втори и трети клас са 620.5 км и 1453.2 км принадлежат към общинската пътна мрежа. В областта няма автомагистрали и частни пътища. Изградената железопътна инфраструктура с обща дължина 65 км и е част от четвърта главна ж.п. линия Русе-Стара Загора-Подкова. Тя е от ж.п. линиите с национално значение, неелектрифицирана, включваща 5 гари, 13 спирки и 11 индустриални клона. За икономическото и трансграничното развитие на област Кърджали от ключово значение е изграждането на международния път през прохода Маказа, който преминава през територията на областта и е част от Общоевропейски транспортен коридор № 9 „Хелзинки–Санкт Петербург–Москва/Псков–Киев–Любашевка–Кишинев–Букурещ–Русе–Димитровград–проход Маказа–Александруполис“. Икономика Област Кърджали е богата на природни изкопаеми и е с изградени традиции в сферата на преработващата и добивната промишленост. Значителен икономически растеж бележат строителството и предприятията от текстилната, трикотажната и хранително-вкусовата промишленост. Областта има най-добрите традиции в България в отглеждането на ориенталски тютюни и суровинна база за развитието на цветната металургия, златодобива, дърводобива, преработката на нерудни изкопаеми, машиностроенето и леката промишленост. Важно място в икономическото развитие на област Кърджали заема преработващата промишленост. В този отрасъл са направени най-много разходи за дълготрайни материални активи. Фирмите от отрасъла са специализирани в преработката на нерудни и рудни изкопаеми и производство на олово, цинк, калай и техните сплави, пластмасови изделия, продукти от бентонит, перлит и зеолит, както и изделия след металообработка. Значимите за региона подотрасли на преработващата промишленост са текстилната и шивашката промишленост, където е и значителна част от чуждестранните преки инвестиции–Гърция, Турция, Германия и Холандия. Фирмите от сектора за производство на хранителни продукти, напитки и тютюневи изделия са ориентирани предимно в хлебопроизводство, сладкарство, млекопреработване, месопреработване и преработка на тютюн.

Добивната промишленост е представена с добива на нерудни изкопаеми и оловно-цинкова руда. Дърводобивът е много добре развит. Дървеният материал се изнася за вътрешността на страната и в чужбина, като дървесината не се преработва дълбочинно в региона. Дължината на общата граница на област Кърджали с Република Гърция е около 90 км. Граничното положение на областта е благоприятно от гледна точка на възможностите за нейното развитие. Преди всичко това местоположение обуславя значителния потенциал на област Кърджали за осъществяване на трансгранично сътрудничество. Районът притежава голям потенциал за привличане на чуждестранни инвестиции. Природни и културноисторически забележителности Природата е дарила Източните Родопи с необикновена красота. Земята тук крие огромни залежи от бентонит, перлит, зеолит, азбест, скъпоценни и полускъпоценни минерали, злато. Големите находища на оловно-цинкови руди дадоха възможност на района да стане един от важните центрове на българската цветна металургия. Източните Родопи са убежище на уникален растителен и животински свят. В ландшафта на област Кърджали могат да се срещнат някои от най-ценните дървесни и растителни видове, вписани в Червената книга на България. Само в Източните Родопи расте необикновеното цвете родопски силивряк. В този край на България са запазени ценни естествени находища на вечнозеления тракийски дъб, на вековен бял бор, синя хвойна, пърнар. Край Момчилград и днес могат да се видят вековни дървета от прочутата „Silva Magna Bulgarica” (Великата българска гора), съществувала в Родопите преди 300 години. Природният резерват „Гюмюрджински снежник” край Кирково събира на едно място застрашени от изчезване растителни и животински видове – родопски крем, казашка хвойна, тис, джел, планински явор, кафява мечка. В защитените територии „Средна Арда” и „Юмрук скала” от двете страни на река Перперешка гнезди рядък вид на белоглавия лешояд.

Природни и културноисторически забележителности Природата е дарила Източните Родопи с необикновена красота. Земята тук крие огромни залежи от бентонит, перлит, зеолит, азбест, скъпоценни и полускъпоценни минерали, злато. Големите находища на оловно-цинкови руди дадоха възможност на района да стане един от важните центрове на българската цветна металургия. Източните Родопи са убежище на уникален растителен и животински свят. В ландшафта на област Кърджали могат да се срещнат някои от най-ценните дървесни и растителни видове, вписани в Червената книга на България. Само в Източните Родопи расте необикновеното цвете родопски силивряк. В този край на България са запазени ценни естествени находища на вечнозеления тракийски дъб, на вековен бял бор, синя хвойна, пърнар. Край Момчилград и днес могат да се видят вековни дървета от прочутата „Silva Magna Bulgarica” (Великата българска гора), съществувала в Родопите преди 300 години. Природният резерват „Гюмюрджински снежник” край Кирково събира на едно място застрашени от изчезване растителни и животински видове – родопски крем, казашка хвойна, тис, джел, планински явор, кафява мечка. В защитените територии „Средна Арда” и „Юмрук скала” от двете страни на река Перперешка гнезди рядък вид на белоглавия лешояд.

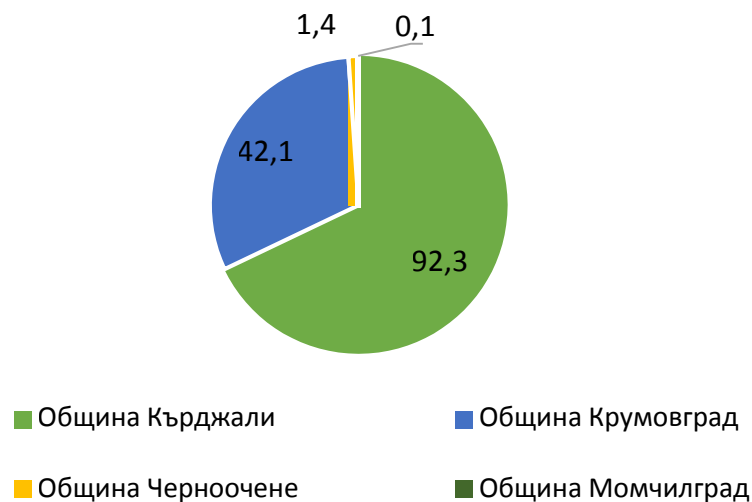
Животворна чудодейна вода извира веднъж годишно в нощта на 5 срещу 6 май от стръмна скала в митичната местност Дамбалъ над Момчилград. Природните феномени Каменната сватба, Скален прозорец, Каменните гъби край Кърджали, уникалните скали на Устра край Джебел, най-голямото на Балканите естествено находище на бели брези край Ардино са само част от причудливата красота на този край. Старините на областта се родяат с най-древните културни центрове на Егея и Средиземноморието. Откритият в местността Боровица епископски център е считан за най-ранния

подобен християнски паметник в Югоизточна Европа. С изключително значение за изучаването на средновековната архитектура и изкуство, както и за историческата съдба на Източните Родопи, е манастирът „Св.Йоан Продром“ в кв. „Веселчане“ в Кърджали. При проучванията на комплекса беше доказано, че християнството навлиза по тези земи още през 9 век. Стените на църквата в манастира са били покрити с великолепни изображения на светци войни в дрехи на византийски аристократи. В криптата на „Св.Йоан Продром“ бяха открити останки от висш митрополит в уникални златоткани одежди и платнен кръст с изображение на Богородица. Култовият комплекс Перперикон е безспорният фаворит сред многобройните исторически паметници на област Кърджали. Свещеният град заема площ от 17 хил. кв. м. Този уникален паметник е по-ранен от прочутата Троя и с право беше наречен българската Микена. На това място Александър Македонски получава предсказанието, че ще завладее света. Перперикон е археологическа сензация, която накара света да заговори за Кърджали и за България. Частиците от Христовия кръст, намерени на култовия комплекс бяха пренесени с литийно шествие в манастирския комплекс „Успение Богородично“. Безспорно най-монументалната от скалните гробници в област Кърджали е гробницата край с.Татул. Гробницата е част от тракийско скално светилище, в което са се извършвали както ритуални действия, така и астрономически наблюдения на големите небесни тела. Скалното светилище е едно от най-интересните многопластови паметници и се предполага, че мястото е свързано с култа към Орфей. Многобройните тракийски скални ниши, некрополи, светилища, средновековни крепости, с които е осеяна област Кърджали са част от удивителното културно-историческо наследство на този край. Регионалният исторически музей в Кърджали притежава една от най-богатите колекции в България. Повече от 45 хиляди експонати, разположени на 1800 кв. м. площ, разказват за необикновената история и съдба на Източните Родопи. Само тук могат да се видят най-добрите образци на народната култура от Източнородопската област за периода от края на 19- ти до началото на 20-ти век. Експозицията проследява и поминъка на местното население, създал условия и традиции за съвременното развитие на областта. Две религии, християнската и мюсюлманската, съжителстват през вековете до наши дни в Източните Родопи. Великолепни образци на религиозни храмове пазят за поколенията духа и вярата на предците.

ПРОИЗВОДСТВО НА ГРОЗДЕ И ВИНО

По данни на Изпълнителната агенция по лозата и виното площта на лозя с винени сортове в област Кърджали възлиза на 135,8 ха. Лозята с винени сортове са разположени главно общините Кърджали (92,3 ха) и Крумовград (42,1 ха) (Изпълнителната агенция по лозата и виното, 2016).

Фигура 3 : Площ на винени лозя в Област Кърджали, 2016г., ха



Фигура 4: Видове винени сортове в Община Кърджали през 2016г., в ха



Съгласно регистъра на лозята към Изпълнителната агенция по лозата и виното, през 2016г. в община Кърджали са се отглеждали винените сортове Памид (46,2 ха), Мерло (13,1 ха), Димят (10,8 ха), Маврут (10,2 ха), Каберне Совиньон (8,5 ха), Мускат Отонел (3,5 ха). В община Крумовград преобладава сортът Алиготе (41,9 ха), следван от Памид (0,1 ха). В община Черноочене се отглежда сортът Мерло (1,4 ха), а в община Момчилград – Памид (0,1 ха).

Данните показват, че червените винени сортове, отглеждани в област Кърджали са представени основно от местния винен сорт Памид (58,2% от общата площ на лозята с червени винени сортове в областта), чиято площ е в размер на 46,3 ха и е разположена почти изцяло на територията на община Кърджали. Другият основен местен сорт, отглеждан в района – Маврут заема 10,2 ха. От интродуцираните сортове в областта са застъпени единствено сорт Мерло и сорт Каберне совиньон като площта им възлиза съответно на 14,5 ха и 8,5 ха.

На територията на област Кърджали функционира винарна "Ария Сатра" ООД, адрес: ул. "Софроний Врачански" 7, гр. Момчилград, работно време от понеделник до петък: 08:00 – 17:00ч.
<https://ariasatra.business.site/>

Отношението на района към виното

Исторически преглед на лозарството и винопроизводството в района. Култивирана земя, вино производство, сортове и др.

Виното в Древна Тракия

Ние не знаем кога за пръв път човекът е започнал да се занимава с лозарство и кога е било направено първото вино. Сигурните данни за българските земи датират от бронзовата епоха (III хил. пр. Хр.). Омир описва Древна Тракия като земя, в която се правело прекрасно вино. Сведения за добре развито лозарство и винарство намираме и в произведенията на други антични автори като Платон, Ксенофонт, Атеней, Полиен и др. Не случайно в Древна Тракия широко разпространение получил култът към бог Дионис (Загрей), засвидетелствуван в множество археологически паметници.

Гроздоберът в Древна Тракия

Гроздоберът за древните траки бил празник, свързан с множество ритуали, посветени на бог Дионис (Загрей). Това е и една от най-експлоатираните теми в античното изкуство. Изображения, свързани с беритбата на гроздето и приготвянето на вино, се срещат върху керамични съдове, стенописи и мозайки в жилищни и обществени сгради, че дори и в някои гробници.

В онези далечни времена траките берели гроздето в кошници, пресипвало се в кошове или бъчви и се пренасяло с коли до местата за изстискване на гроздовия сок. Последните представлявали доста сложни стационарни съоръжения, изработени от дърво, изсечени от камък или пък иззидани и измазани с гипсова мазилка. Най-старата техника за отделянето на сока от гроздето било мачкането му с крака в обширни скални басейни или т. нар. „шарапани“.

Ферментацията продължавала поне шест месеца. Младото вино отлежавало вторично в керамични съдове и ставало пивко на втората година от производството му. Висококачествените тракийски вина отлежавали в продължение на 5-10 години.

В заключение бихме могли да добавим, че традицията на нашите предци е жива – в хасковския регион има десетки изби, които съхраняват и развиват наученото от древните траки.

Лозята на траките

В античността са познавали около 150 сорта грозде. Плиний изброява 91 от тях, но счита, че броят им надхвърля 400! Римският агроном Колумела обяснява това многообразие с факта, че отглежданите при различни условия лози от един и същи сорт дават различно по качество грозде. Във всеки случай лозарите от тази епоха добре познавали отделните сортове и способността им да виреят при различни условия – климат, почви и т. н. Нормална практика било облагородяването на лозниците посредством присаждане. Често траките оставяли лозите да се увиват върху засадени специално за целта дървета, провесвайки ги като гирлянди между тях.

За добър добив от лозе, което за пръв път дава грозде, се считал този, който осигурявал сто амфори вино от един югер. В съвременни мерки това се равнява на 1050 л от декар. В имението на Сенека от същата площ получавали по 1680 л вино. Колумела препоръчва да се изкореняват лозята, даващи под 630 литра от декар.

Тракийските пиршества

„Всички траки са пияници” – пише Атеней. Разбира се, тези му думи не трябва да се приемат буквално, но за невероятните пиячески способности на траките говорят множество древни автори. При това трябва да се има предвид, че в антична Гърция и Рим консумацията на вино била ежедневие. Явно е, че траките пиели доста повече, за да ги впечатлят.

За умението им да издържат на здраво пиене говори един обичай, описан от Ксенофонт. Става дума за бойния танц, наречен „колабрисмос”, който траките обичали да изпълняват по време на пиршества. При него танцьорите имитирали истинска битка, разделени по двойки „...накрая единият удрял другия така, че всеки мислел, че действително го е убил, докато той падал само някак си изкусно...”. Танцът си е танц, но за да се имитира истински бой, с истинско оръжие, след множество наздравници със силно вино бил нужен бистър ум! Впрочем пак Ксенофонт описва едно пиршество при тракийския цар Севт, на което самият той бил свидетел. След многото наздравници и танци, в които владетелят участвал, на излизане той „...ни най-малко нямал вид на пиян...”

Тракийското вино

В античността било прочуто сладкото тракийско библинско вино. По-късно лозата, от която се добивало то, била пренесена в Италия и Сиракуза. „И така сладкото вино, наричано от сицилийците полисово, би било библинско вино” – пише Атеней. Омир описва как тракийският жрец Марон подарява на Одисей „...дванадесет амфори сладко, неразредено вино, божествено питие ... когато искаха да пият от това червено вино, сладко като мед, той напълваше една чаша от него, смесваше го с двадесет пъти по толкова с вода и приятно, божествено благоухание се разнасяше от съда. Тогава беше много трудно да се въздържиш от него...”. Това сведение за разреждането на виното може и да е преувеличено. В древна Гърция и Рим обикновено му добавяли три части вода. За „варварски” се считал обичаят на траките да пият виното неразредено и то на един дъх. Тук трябва да отворим скоба и да поясним, че античните вина били изключително гъсти и силни.

Ефектът от напиване с тракийско вино бил сходен с този от съвременните. Плиний Младши споделя, че „от тях боли глава до шестия час (до обяд) на следващия ден”.

Източник: Книжка Виното в древността, 2013, автор: Ирко Петров – археолог

<http://map.vinobg.com/>

На ниво региони през последните години в ЕС все повече се налага клъстерния подход за повишаване на конкурентоспособността на районите. Това изисква насърчаване на всички локални фактори за развитие на регионалните отрасли на икономиката, на ниво сътрудничество между няколко общини, на областно ниво или ниво регион на планиране. В различните региони лозарството притежава свои строго специфични особености, които районите за планиране у нас могат да използват за формиране на собствени конкурентни предимства. Един вид стратегия на регионално ниво например е стратегията на сортова специализация – до голяма степен постигната чрез формирането на лозаро-винарски региони. Друг вид стратегия е изборът на водещ сектор в регионалната икономика – например винарския туризъм като основен вид в определен регион, който предполага винени маршрути и места за настаняване в самите винарни или като спомагателен към друг основен вид – организиране на дегустации и процедури в спа хотели, в ски или морски курорти. Различните стратегии предполагат коопериране и между различните сектори – винарство и кулинария, винарство и туристически организации, винари и културни институции – музеи, забележителности, коопериране с местни асоциации, работещи за популяризиране на териториите, неправителствени организации в областта на екологията, местните МСП и техни обединения, университети, учебни институции. За регионите важи основният принцип на държавите – преди да има конкуренция между отделните марки, трябва обединение с цел

развитие на целия регион. Кооперирането на винарство, туризъм – хотели и ресторанти, хранителна промишленост, занаяти и годишни културни събития, местни магазини и фермерски пазари, общи сайтове за продажби, включително и директни продажби на потребители чрез доставка до дома – всичко това е проект за добавяне на стойност като част от една обща стратегия за съответната територия. Включването на други сектори от местната икономика дава възможност, не само ресурсите да се използват оптимално чрез съгласувани действия, но и да се пренесе и придобития от един сектор опит към другите. Развиването на общи дейности, чиято цел е да се добави стойност дава възможност за разработване или поддържане на стабилна икономическа рамка и за извличане на полза от всички налични ресурси - човешки, икономически и културни и така да се гарантира конкурентоспособността и устойчивото развитие на селските райони.

Създаване на колективни и регионални марки. Колективните марки дават възможност на предприятия, които са прекалено малки, да се възползват от индивидуална марка, за да станат известни и да имат по-лесен достъп до определени пазари. Някои колективни марки са резултат от инициатива на няколко винарни или производители, които работят заедно, като така се пестят средства за преработка и реклама. За да са успешни този вид действия, е необходимо внимателно обмисляне на свързването между продуктите и очакванията на пазара. Пример в това отношение в региона са изба Братанови и вината на Иво Върбанов, произведени в нея. Колективната марка може да включва само винопроизводители от определен регион – например марката Тракийска низина или всякакви земеделски производители - примерно Новото Тракийско злато, което продава вино, млечни продукти, месо, био зеленчуци и селски туризъм. Често пъти колективните марки стават емблематични за цял регион като свързват продукта и територията и така съдействат за цялостното популяризирането на територията и оттам за устойчивото им развитие. (Дунавски казани, Дунавски вина).

Общи щандове в изложения са част от колективната реклама и улесняват участието на по-дребни производители. Участието в търговско изложение като самостоятелен изложител изисква сравнително голяма инвестиция и включва значителна логистична организация. Колективното участие също така дава възможност на участниците да имат по-голяма видимост и разпознаваемост, отколкото биха постигнали самостоятелно. Участието чрез регионални щандове е също ефективен начин да се извлече полза от икономииите по отношение на мащаба, разходите и видимостта.

Коопериране в дистрибуцията и продажбите. Това може да стане чрез общо използване на търговски канали и коопериране или чрез създаване на общ сайт да онлайн продажби, общи фирмени магазини, фермерски пазари, щандове и др. По-големите производители работят добре с дистрибуторите на национално ниво, но по-малките, особено тези с биопродукция се нуждаят от обединение с други земеделски производители, най-вече в областта на директните продажби. Въпреки че директните продажби елиминират посредниците между производителя и крайния потребител, изисква се значителна инвестиция в работна ръка, логистика и транспорт. Директните продажби на биологична продукция разчитат основно на местните фермерски пазари, а на територията на страната това обикновено става чрез онлайн поръчки, което е скъпо и трудоемко за единичен производител. Историята и репутацията за качество, която върви с продукта, доверието в производителя са също толкова важни и са част от добавената стойност на директните продажби. Затова и такъв вид търговия се осъществява в общи фермерски сайтове за биологични продукти. Вид директни продажби е потребителите да си купуват вино директно от избите, в такива случай обаче е необходимо организиране на дегустация или препоръка от други консуматори.

- ✓ **Местният пакт за качество** трябва да повиши информираността и да подпомага кооперирането в сектора – на ниво създаване организации на производители и кооперации или на ниво производители на грозде/винопроизводители, тъй като в световен мащаб стоката, която се продава е вино, а не грозде, а в повечето европейски страни пазарите са или на много големи производители със собствени лозови масиви, или на кооперации, които общо произвеждат вино или продават гроздето си срещу част от печалбата на избите. Организацията в сектора у нас на много малки производители става все по-неконкурентоспособна.
- ✓ **Местният пакт за качество** може да инициира между секторното сътрудничество като организира работни срещи, конференции и обучения на заинтересованите страни - не само лозари, но и местни туристически оператори, културни институции, МСП в преработващата промишленост, услугите и рекламата, да обмени опит в диверсификацията и добавянето на стойност към винарството с други **общини и области**, чиято територия има лозарски профил – от България или по линия на трансграничното сътрудничество, както и да участва в изработването на туристически стратегии и продукти за територията на цялата област.
- ✓ **Местният пакт за качество** може да инициира или да съдейства на публичните власти на ниво община, няколко съседни **общини и Областната администрация** в съставянето на модерен винарски профил на територията, обща за региона марка – на земеделска продукция и вино, на туризъм и вино, културни забележителности и вино, обща реклама и промоции на винените и туристическите продукти, съставяне на винени маршрути, общи участия в различни национални и международни форуми, общо предлагане на туристически продукти в областта на винения туризъм.
- ✓ **Местният пакт за качество** трябва да повишава информираността на земеделските стопани относно диверсификацията на дейностите и добавянето на стойност в лозаро-винарския сектор и най-вече в развиването на винен туризъм и други алтернативни форми на туризма, които са подходящи за съчетаване с него – културен, селски, екологичен.

Допълнителни мерки относно промотирането и развитието на традиционни храни и вина в област Кърджали:

- Провеждане на рекламни кампании - телевизионни и радио клипове, аудио-визуални материали, билбордове, обявление за дадено събитие и др.;
- Създаване на печатни и дигитални рекламни издания – в т.ч каталози, брошури, справочници, рецептурни книги, карти и др.;
- Провеждане на рекламни дейности в търговски обекти;
- Организиране на срещи с вносители, дистрибутори и др. търговци;
- Организиране на посещения в България на заинтересовани представители от трети държави (търговци на дребно, сомелиери, туристически агенти, хотелски агенти, международни журналисти, отразяващи теми, свързани с вино и местна кухня);
- Провеждане в трети държави на дни, посветени на вината на ЕС чрез покана на заинтересовани представители (търговци на дребно, сомелиери, туристически агенти, хотелски агенти);
- Обособяване на лесно за намиране и добре обозначено място, където да се предлагат дегустации/представяне на продукти;

- Обособяване на клуб на вино посетителите и предоставяне на членски карти;
- Организиране на посещения на винени туристически обиколки в Хасково;
- Панаири и международни изложби, секторни или общи, насочени към специалисти или към потребителите;
- Организиране на бизнес срещи между професионалисти и потребителите, провеждане на работни срещи, дегустации, семинари и др.;
- Отразяване на фестивали за местна кухня и вина;
- Публикации и филми, посветен на местната кухня и история на виното;
- Създаване на мрежа на производители и ресторантьори;
- Организиране на конференции и други популяризиращи събития;
- Организиране на готварски курсове онлайн и на място;
- Разработване на занимателни игри в приложения и в Интернет относно местната кухня и вината;
- Георефериране на всеки вид данни, който допуска това, както представяне върху интерактивни карти;
- Интегриране на данните в Google Maps, OpenStreetMap и др., чрез профили на проекта;
- Интегриране на данните в национални/браншови/комерсиални портали за туристически забележителности;
- Кампания в социалните мрежи (FB, Instagram, Pinterest, Foursquare) с акцент върху визуална или географска информация.

Библиография/ източници на информация

По-долу е показана примерна библиография, взета предвид както за проучването на Пакта за качество, така и за плана за действие на Пакта за качество.

- ✓ Областна стратегия за развитие на Област Кърджали за периода 2014-2020;
- ✓ Национален статистически институт, Република България;
- ✓ Регистър на лозята. 2016. Изпълнителна агенция по лозята и виното
- ✓ Национална стратегия за развитие на лозарството и винарство 2005-2025 г.;
- ✓ Национална Стратегия за устойчиво развитие на земеделието на Р. България 2014-2020 г.,
- ✓ Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в РБ, 2014-2030 г. регионални планове за развитие, регионални оперативни програми, Лидер Програми и др.)
- ✓ Аграрен доклад на МЗХГ за 2017г. и др.

Съдържанието на този документ е изцяло отговорност на Хасковската търговско-промишлена палата и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.



„The contents of this document are sole responsibility of Haskovo Chamber of Commerce and Industry and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat“.

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



Пакт за качество в сектора на храните, туризма и търговията

План за действие на Пакта за качество - индикативни действия

Работен пакет 5.8.3

Проект „Разработване на идентичност на добива, почвите и местностите“ / ДИОНИСОС, номер на проекта 1952 (Developing Identity On Yield, Soil and Site/Acronym: DIONYSOS) се изпълнява в рамките на сключен Договор за субсидиране № В2.6с.04/01.11.2017г., финансиран по Програма за сътрудничество INTERREG V-A „Гърция-България“ 2014-2020, съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие и националните бюджети на участващите страни

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

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Съдържание

ПРЕДГОВОР.....	4
Въведение	4
Ос 1: Винарните - Качествени услуги	5
Дейност 1.1: Създаване на винарни, отворени за посетители.....	5
Дейност 1.2: Уеб сайтове за надграждане на Винарните	6
Дейност 1.3: „Еко“ Винарни.....	7
Дейност 1.4: Участие на винарните в Мрежата „Винени пътища на“	8
Ос 2 .: Популяризиране на опит, свързан с лозето и виното	8
Дейност 2.1: Създаване на пешеходни и велосипедни маршрути в лозята	8
Дейност 2.2: Създаване на автомобилни маршрути в лозята	9
Дейност 2.3: Предлагање на други дейности за преживяване от винарни	10
Ос 3. Качествени услуги за настаняване	11
Дейност 3.1: Подобряване на качеството на услугите по настаняване	11
Дейност 3.2: Предлагање на качествени услуги	12
Дейност 3.3: Прилагане на практики за пестене на енергия и рециклиране.....	13
Ос 4. Подобряване на местната гастрономия и местните вина	14
Дейност 4.1: Сервиране на местни продукти.....	14
Дейност 4.2: Организиране на събития: Дни на гастрономически и винен туризъм.....	15
Дейност 4.3: Местни вина в супермаркетите, хранителните магазини, винарските изби	16
Дейност 4.4: Насърчаване / подкрепа на винени барове.....	16
Ос 5. Повишаване на популярността на културни обекти.....	16
Дейност 5.1: Популяризиране на културните обекти.....	16
Ос 6. Подчертаване на лозарската идентичност на селищата.....	17
Дейност 6.1: Интервенции за подчертаване на лозарската идентичност на населените места	17
Ос 7. Повишаване на осведомеността и програми за обучение	18
Дейност 7.1 Дейности по повишаване на осведомеността	18



Дейност 7.2 Дейности за обучение	19
Ос 8. Популяризиране на района като дестинация за винен туризъм	20
Дейност 8.1: Създаване на подходящи туристически пакети и промотиране от туристическите бюра.....	20
Дейност 8.2: Покана за журналисти/средства за масова информация	21
Дейност 8.3: Реализиране на контакти и схеми за сътрудничество с други мрежи за винен туризъм в България и чужбина.....	21
Дейност 8.4: Подготовка на рекламни материали (на български и чужд език)	21
Дейност 8.5: Популяризиране на оценката на винен туризъм на печатни и електронни носители, както и в транспортните средства и в пунктовете за пристигане	21
Дейност 8.6: Създаване на Дигитален портал за местения пакт.....	21
Ос 9. Услуга за управление на жалби.....	22
Ос 10. Управление - мониторинг – оценка	23
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	23



ПРЕДГОВОР

Настоящият текст е съставен в рамките на проект „Разработване на идентичност на добива, почвите и местностите“, акроним: ДИОНИСОС, реализиран в контекста на програмата Interreg VA, Гърция - България 2014 - 2020, от партньори от Гърция и България.

„Планът за действие на Пакта за качеството - индикативни действия“ е част от изпълнението на **5.8.3** „Пакт за качество в сектора на храните, туризма и търговията“, реализиран в контекста на работния пакет 5 „Подготовка за туризъм“ и има за цел да постави рамката за създаване на локални и трансгранични мрежи за качество в областите, в които се изпълнява проектът, така че да се надградят тези райони към дестинации за винен туризъм.

Настоящият документ „План за действие за местния Пакт за качество“ се допълва от два последващи документа: „Проучване за местния пакт за качество“ и „Протокол за споразумение“ на Пакта за качество и всички заедно трябва да съставят „инструментариум“ за създаване на Алианс за качество, Пакт за качество за винен туризъм в областите на проекта DIONYSOS.

Освен това, резултати от Дейност 5.3 заедно с резултати от Дейности 4.2 и 4.3 „Подобряване на ландшафта: Поставяне на QRC подобрени информационни указателни табели в района на лозето“ и „Подобряване на селищата: (проучвания, засаждане на лози, поставяне на бъчви, табели и др.), (проучване, доставка, поставяне)“, съответно, зададените интервенции за пространствено развитие на проекта DIONYSOS, докато другите проекти и дейности имат различна тематична насоченост, например по отношение на продукта (виното), или за популяризиране на проектните площи и техните продукти (пускането им на пазара) и т.н.

„Планът за действие“ съдържа настоящия текст и се допълва от допълнителна таблица с индикативни действия, която може да се прилага от Местния пакт за качество.

„Планът за действие“ обхваща видове интервенции, структурирани в 10 различни оси, считани за полезни при организиране на работата на Пакта за качество. Очевидно е, че действията за приемане на Пакта за качество от всяка местна структура зависят от капацитета и готовността на нейните членове. Затова планът трябва да се разглежда като ориентиран и гъвкав, за да покрие нуждите и ангажираността на местните партньори с цел качество и развитие.

Конкретните действия в рамките на отделните оси на интервенция съдържат кратко описание на дейност, заедно с указания за потенциални участници и потенциални източници на финансиране. Тъй като разходите за всяка дейност са зависими от региона и държавата, и не само, не беше сметнато за полезно да се правят каквито и да било оценки на разходите в настоящия текст.

Въведение

Споразумението за качество поставя някои минимални, прости, но съществени и необходими критерии за участие в Пакта за качество, така че всички или почти всички участници, компании,

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



разположени около маршрутите, планирани по проект ДИОНИСОС (Дейност 4.2) и в по-широка област, следва да ги приемат в първия етап на действие на Пакта.

Въпреки това, в следващите фази, след като членовете на пакта разберат предимствата на стандартите за качество и осъзнаят свързаните с тях ползи, те ще бъдат поканени да приемат допълнителни стандарти за качество в своята бизнес дейност, като по този начин съответно ще се повиши рейтинга на Пакта.

Следователно планът за действие за Пакта за качество беше съставен, като се взема предвид този аспект и той е представен по-долу.

Акцентът трябва да бъде поставен предимно върху винените маршрути, планирани по проект ДИОНИСОС в зоните на проекта (Дейност 4.2).

Ос 1: Винарните - Качествени услуги

Дейност 1.1: Създаване на винарни, отворени за посетители

Винарните трябва да имат високо ниво на инфраструктура и обслужване на посетители, предлагайки екскурзоводско обслужване във винарната и лозята, дегустационни услуги във връзка с продажба на вина и други традиционни продукти, както и подходящи аудиовизуални материали за лозята, традицията на винопроизводството и местните вина, които да се представят на посетителите. Може да се предоставят и услуги за настаняване (например малки туристически резиденции), както и заведения за хранене (например малък ресторант).

Мерки за утвърждаване на автентичен образ на българското вино

- Формиране на положителното отношение на обществото към виното (във връзка със здравеопазването, околната среда и начина на живот).
- Целенасоченото насърчаване на производството на качествени вина е предпоставка за ограничаване на негативното влияние на домашно произведените вина и намаляване на употребата на спиртни напитки.

Разработване на целенасочена обществена стратегия за реклама на уникалността и възможностите на българската винарска промишленост:

- Създаване на условия за реклама на българските вина за създаване на нов имидж: осигуряване на финансови средства за насърчаване на реализацията и за изграждане на положителен имидж на българските вина в страната организиране на рекламни и промоционални мероприятия.
- Увеличаване на българското участие на световните винарски форуми и институции

Развитие на винен туризъм:

- Капитализиране възможностите на винарския туризъм посредством неговото стимулиране за подобряване доходността на винарните;



- Съвместна рекламна кампания с туроператорските фирми за популяризиране на винарския туризъм, подкрепена с подходяща инфраструктура и умело организирани комплекси за дегустация и почивка;
- Винарните от България, участващи в местния пакт за качество, трябва да бъдат сертифицирани като винарни, отворени за обществеността в рамките на две години.

Участниците

Местни винарни (особено винарни във винените маршрути на проекта ДИОНИСОС)

Очаквани разходи

В зависимост от нуждите на всяка винарна

Източник на финансиране

Национални и регионални програми

Програми на ЕС

Дейност 1.2: Уеб сайтове за надграждане на Винарните

Кратко описание

Повечето винарни имат уебсайтове, но в много случаи техните страници съдържат само информация за произвежданите вина и самите винарни. В смисъла на винен туризъм те трябва да включват в своя уебсайт информация за региона, маршрутите за винен туризъм, местната гастрономия и др. Разбира се, в случай ако се предлагат посещения на винарни е необходимо на уебсайта да се добави информация за възможността за обиколка, за дегустация на вино, за цената на тези услуги и т.н.

Също така беше констатирано, че много от уебсайтовете на винарни са само на български език. Всички уеб-страници трябва да съдържат поне една чуждестранна версия (на английски език).

И накрая, трябва да се качи кратка справка - текст, общ за всички членове на Пакта за качество, за местния пакт за качество и за неговите цели. Информацията трябва да се подновява при настъпване на промени, така че да бъде точна и да отразява реалната картина.

Според горепосоченото, уеб страниците на винарските изби от България, участници в Местния пакт за качество, трябва да бъдат надградени с горепосочените изисквания в рамките на една година.

Участници

Местни винарни (особено винарни във винените маршрути на проект ДИОНИСОС)

Очаквани разходи

В зависимост от нуждите на всяка винарна



Източник на финансиране

Национални и регионални програми

Програми на ЕС

Собствени средства (като се има предвид ниската цена на дейност)

Дейност 1.3: „Еко“ Винарни

Кратко описание

Винарните използват големи количества гореща вода, те се нуждаят от отопление и охлаждане в складовите помещения, електричество за осветлението, двигатели, филтри, помпи, вентилатори и т.н

Следователно е необходимо да има подходящи машини - оборудване, което ще им помогне да пестят енергия, да се насочат към използването на екологично чисти енергийни източници и да помогнат за намаляване на емисиите на CO₂.

Такива системи могат да бъдат:

- Слънчеви топлинни системи,
- Геотермални термо охлаждащи помпи,
- Фотоволтаични покривни елементи и др.

Освен това, за да се намали въздействието върху изменението на климата, могат да бъдат приети и други по-прости практики, като например:

- Компостиране на органични отпадъци
- Рециклиране
- Повторна употреба на материали и предмети за ново използване.

Според горепосоченото, винарните от България, участващи в местния пакт за качество, трябва да отговарят на едно от горните изисквания в рамките на една година.

Участниците

Местни винарни (особено винарни във винените маршрути на проекта Дионисос)

Очаквани разходи

В зависимост от нуждите на всяка винарна

Източник на финансиране

Национални и регионални програми

Програми на ЕС

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Дейност 1.4: Участие на винарните в Мрежата Винени турове в България

<https://winetours.bg/>

„Винените турове в България“ Winetours.bg е първият онлайн пътеводител за винен туризъм в България, който обединява всички изби, отворени за посещения от туристи.

Целите на сайта winetours.bg са да повиши интереса и да улесни организацията на пътуването към винени обекти в България.

Онлайн пътеводителят winetours.bg е собственост на „Уайнтурс България ЕООД“ (създадена през 2011г.)

Основни функции на winetours.bg са:

- Да Обедини обектите за винен туризъм в интерактивна онлайн карта;

Да създаде Интерес у посетителите на България чрез карта с обекти за винен туризъм – актуалност, атрактивност, обективност и многообразие от винени дестинации, събития и фестивали на виното в България;

Достъпност на информацията (безплатно ползване на пътеводителя и картата; висок рейтинг в Google);

Координация и Взаимодействие между субектите на винения туризъм и подобряване на връзката „потребител – туроператор/турагент – винопроизводител“ и „потребител – винопроизводител“

Мисията на сайта winetours.bg е винения туризъм в България да се превърне в отличителна част от цялостната представа за страната.

Интересът за българското вино не се заражда в избите, а води туристите към тях!

Участници

Местни винарни (особено винарни от винените маршрути на проекта Дионисос)

Източник на финансиране

Собствени средства (като се има предвид ниската цена на дейност).

Ос 2 .: Популяризиране на опит, свързан с лозето и виното

Дейност 2.1: Създаване на пешеходни и велосипедни маршрути в лозята

Кратко описание

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Пешеходни или велосипедни маршрути в лозята са дейност, която може лесно да се осъществи и има значителна добавена стойност, тъй като винените туристи ги харесват.

Винарните в сътрудничество с местните власти първо трябва да проектират пътеките за туризъм из лозята и избите. След това тези пътеки трябва да бъдат отворени или почистени и поддържани, така че да станат достъпни (препоръчва се да се използват и поддържат вече съществуващите пътеки, а не да се изграждат нови).

Бъдещото поддържане на пътеките трябва да бъде осигурено (например от доброволчески групи). Предлага се да се създадат и места за почивка и гледки за туристите.

По тези пътеки трябва да бъдат установени указателни табели за насочване на посетителя (знаци за посока и местоположение, съчетани с информация за различните атракции, на които посетителя може да попадне по маршрута).

Отговорни за изграждането и поддържането на пешеходните пътеки могат да бъдат местните власти.

В същия контекст трябва да се проектират и велосипедни маршрути.

Освен това трябва да се подготвят дигитални карти за пешеходни и велосипедни маршрути, както и интернет приложение, насочващо към културните обекти.

Трябва да се отбележи, че в проект ДИОНИСОС, по Дейност. 4.2, се предлагат маршрути за винен туризъм и на определени места ще бъдат поставени информационни табели. В случай, че тези винено-туристически маршрути се отнасят за пешеходни или велосипедни маршрути, настоящата дейност 2.1 ще обогати тези маршрути или ще се отнася до други, нови маршрути за винен туризъм.

Според гореизложеното, винарните, местните власти, туристическите асоциации от България, участващи в местния пакт за качество, трябва да проектират пътеки по горепосочените изисквания в срок от две години.

Участниците

Местни винарни, местни власти, местни заинтересовани лица от туристическия сектор, местни културни дейци, местни органи за управление на защитени от околната среда области.

Източник на финансиране

Национални и регионални програми

Дейност 2.2: Създаване на автомобилни маршрути в лозята

Кратко описание

Същото, както е описано по-горе (за пешеходни или велосипедни маршрути в лозята), се прилага за създаването на автомобилни маршрути в лозята.



Винарните в сътрудничество с местните власти, местните заинтересовани лица в туристическия сектор, местни културни дейци, органите за управление на защитената околна среда и др. трябва да създадат автомобилни маршрути, пресичащи лозята със спирки за посещение на винарни, в природни и културни обекти на района.

Тази дейност изисква наличието на културни обекти, отворени за обществото, наличието на определени часове за провеждане на обиколките (във винарните, паметниците на културата и др.), създаването на специфични туристически пакети.

В допълнение (както е описано в дейност 2.1) трябва да се подготвят цифрови карти за тези маршрути, както и приложение за ориентиране в културните и природните обекти.

Трябва да се отбележи, че в проект ДИОНИСОС, Дейност. 4.2, се предлагат маршрути за винен туризъм, като на определени места ще бъдат поставени информационни табели. В случай, че тези винено-туристически маршрути се отнасят за автомобилни маршрути, настоящата Дейност 2.1 трябва да обогати тези маршрути или да се отнася до други, нови маршрути за винен туризъм.

Съгласно гореизложеното, винарните, местните власти, туристическите асоциации от България, участващи в Пакта за качество, трябва да проектират автомобилни маршрути по горепосочените изисквания в рамките на две години.

Участниците

Местни винарни, местни власти, местни заинтересовани лица от туристическия сектор, местни културни дейци, местни органи за управление на защитени от околната среда области.

Източник на финансиране

Национални и регионални програми
Програми на ЕС

Дейност 2.3: Предлагане на други дейности за представяне от винарни

Кратко описание

Винарните могат да организират съвместно или поотделно дейности за представяне на посетителите като:

- дегустация на местни вина и местни продукти – комбиниране на храна и вино;
- участие в гроздобера и в други селски дейности в лозето;
- организиране на събития по темата за виното и гастрономията;
- организиране на концерти, музикални събития в лозята;
- организиране на образователни програми, свързани с лозята и виното за деца;



- организирани на конференции за вино, винен туризъм и др..

Според гореизложеното, винарните от България, участници в Местния пакт за качество, трябва да организират една от горните дейности в рамките на две година.

Участниците

Местни винарни (**особено винарни във винените маршрути, планирани по проект ДИОНИСОС**)

Източник на финансиране

Собствени средства

Дейност 2.4: Създаване на Музей на виното и лозата

Кратко описание

Трябва да се създаде Музей на виното, който да подчертае особения характер на винопроизводството на района. Местната община би могла да има значителен принос за създаването на този музей.

Изискваните дейности са следни:

- закупуване или дългосрочно наемане на имот;
- изготвяне на проекти за реставрация на сградата, архитектурни проекти, конструктивни проекти, други проекти;
- проектиране на ландшафт;
- извършване на строителни работи;
- подготовката на музейни изследвания.

Конкретната дейност трябва да се извърши в рамките на 4 години.

Участниците

Местна власт, винарни

Източник на финансиране

Национални и регионални програми

Ос 3. Качествени услуги за настаняване

Дейност 3.1: Подобряване на качеството на услугите по настаняване

Кратко описание

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Услугите по настаняване на членовете на Местния пакт за качество трябва да бъдат на висок стандарт, минимум 3 звезди за хотели и 3 звезди за стаи под наем. Поради тази причина хотелите, стаи под наем и т.н. трябва да бъдат модернизирани и трансформирани в 3, 4 и 5 звездни хотели и 3, 4 звездни стаи под наем (Конкретната дейност се отнася до всички видове настаняване при условие, че се предоставят всички необходими разрешителни).

Разбира се, в Пакта могат да участват бутикови хотели, места за настаняване във винарните, съоръжения за настаняване във ферми, сертифицирани като такива от компетентните органи.

Места за настаняване в България, които се присъединяват към местния пакт за качество, трябва да бъдат модернизирани съгласно горепосочените изисквания в рамките на пет години.

Участниците

Хотели, наеми на стаи и т.н.

Източник на финансиране

Национални и регионални програми

Дейност 3.2: Предлагане на качествени услуги

Кратко описание

Хотелските обекти, стаи под наем и т.н. трябва да предоставят качествени услуги като:

- 3.2.1 Информация за винения туризъм в района (за винарните, винените маршрути, местните културни аспекти и т.н.), в печатни и цифров вид, трябва да бъдат на разположение на клиентите;
- 3.2.2 Всеки хотел трябва да има уебсайт преведен поне на английски език. Освен информацията за профила на компанията, която трябва да се актуализира при настъпване на всякакви промени, на уебсайта трябва да се качва информация за района, виното и лозята му, информация за достойни за посещение обекти, маршрути и т.н.;
- 3.2.3 Всеки хотел трябва да осигури активно присъствие на местния пакт на своя портал. С основната информация за услугите, които предлага, контактна информация, както и препратка към собствения си уебсайт;
- 3.2.4 В случай на сервиране на закуска, тя да включва най-малко 3 местни хранителни продукта (евентуално качествени продукти, като например продукти с обозначение на произход).

Според горепосоченото, места за настаняване от България, участващи в Местния пакт за качество, следва да могат да предоставят горепосочените услуги в рамките на една година.

Участниците

Хотели, стая под наем и др .



Източник на финансиране

Собствени средства.

Дейност 3.3: Прилагане на практики за пестене на енергия и рециклиране

Кратко описание

Винените туристи обикновено са осведомени по въпросите на околната среда, затова предпочитат еко хотели. Тези хотели също така спестяват пари на собственика, спестяват природни ресурси на планетата, повишавайки устойчивостта, като в същото време насърчават екологичната осведоменост на гостите.

3.3.1 Хотелите, наемите на стаи и т.н. трябва да прилагат енергоспестяващи практики като:

- Топлоизолация на сгради
- Увеличаване на засадените площи
- Приложения за възобновяема енергия, като фотоволтаични панели и др.
- Техники за пестене на вода
- Електронни устройства със сертифицирана ниска консумация на енергия
- Редовна поддръжка на климатици и котли
- Монтаж на стайни термостати и автономно отопление или климатизация
- Лампи с ниска консумация на енергия
- Светлинни сензори във всички коридори и обществени зони
- Използване на ключови карти за контрол на осветлението и климатик.

3.3.2 Също така е важно систематичното рециклиране на материали/отпадъци (например стъкло, хартия, олио за пържене, алуминий и др.).

Разбира се, хотелите могат да бъдат сертифицирани с еко-етикети като напр. етикет „Green Key” /Зелен ключ/ е еко-етикет, чиито представител за България е Българско Движение „Син флаг”. Той цели да повиши еко-информираността и съзнанието на служителите и клиентите на хотелите по света, за да се използват само устойчиви методи и технологии за работа и предлагането на хотелски услуги да се превърне в екологосъобразен и отговорен бизнес, който се стреми към намаляването на използваните ресурси, вода и енергия, и икономия на значителни средства.

Програмата „Зелен ключ” е неправителствена, нестопанска и независима и се ползва с подкрепата и признанието на институционални партньори като Световната туристическа организация на Обединените нации /World Tourism Organization /UNWTO/ и Екологичната програма на Обединените нации /United Nations Environmental Program /UNEP/. Програмата е



ценена и отлично работи с хотелските вериги Radisson Hotel Group, NH Hotel Group, Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., Best Western Hotels & Resorts, компаниите Apollo/DER Touristik Nordic и SGS, както и с електронни платформи и резервационни системи като Expedia, Bookdifferent, Ecobnb, eventplanner.be, eventplanner.nl, eventplanner.tv, Glooby, HRS (Hotel Reservation Service), Relais & Châteaux, SustyTrip, TiCATi, TravGanic.

Освен хотели, по стандартите на Зелен ключ могат да бъдат сертифицирани също къмпинги, ресторанти, конферентни центрове, увеселителни паркове и заведения.

Според горепосоченото, места за настаняване от България, участващи в Местния пакт за качество, трябва да прилагат систематично практики за рециклиране на материали и поне 5 от енергоспестяващи практики в рамките на една година.

Участниците

Хотели, стаи под наем и т.н.

Източник на финансиране

Програмата „Зелен ключ“

Национални и регионални програми

Ос 4. Подобряване на местната гастрономия и местните вина

Дейност 4.1: Сервиране на местни продукти

Кратко описание

Сервирането на местни специалитети в ресторантите в района означава предлагане на истинско изживяване за мястото за посещение, местните жители и съставки на хранителни продукти, които те произвеждат. Разбира се, особено в дестинации за винен туризъм трябва да се предлага местно вино.

В първата фаза на Местния пакт ресторантите трябва да предлагат най-малко 3 местни ястия и 3 местни вина в менюто си. Във втора фаза горният списък трябва да бъде обогатен с допълнителни продукти или рецепти.

Ако съществуват сертифицирани местни продукти, тези продукти трябва да бъдат популяризирани. Също така служителите на ресторанти трябва да предоставят знания за местното вино и сервирането му. Готвачите и персоналът на ресторантите трябва да бъдат обучени (както е описано в Дейност 7.2 на настоящия документ).

В ценовата листа на обекти ("менюто") трябва да се посочва използването на местни съставки, продукти при приготвянето на ястията, като по възможност да се посочват производители или доставчици.

Това меню с горепосочените изисквания също трябва да е достъпно в интернет.



Според горното, ресторантите от България, участващи в Местния пакт за качество, трябва да предложат местни продукти в менюто си: най-малко 3 местни ястия и 3 местни вина в рамките на една година.

Участниците

Ресторанти, заведения за хранене

Източник на финансиране

Собствени средства

Дейност 4.2: Организиране на събития: Дни на гастрономически и винен туризъм

Кратко описание

Ресторантите в сътрудничество с винарните и местните власти трябва да организират събития на конкретни дати (да се изберат дати) и главно по време на гроздобера или в други дни, свързани с виното, за да се популяризира местното вино. Разбира се, местните (предимно сертифицирани, ако има такива) продукти също трябва да бъдат популяризирани.

Предлага се **всяка година** да се организира **едно голямо събитие** (тридневно или четирдневно), би могло да бъде гастрономичен маршрут през ландшафта и вкусовете на района, богатството на винената традиция, културата и гостоприемството на региона, с множество дейности с висока естетическа стойност и гастрономически преживявания.

Например в Харманли се провежда винен тур Южен Сакар 4x4. Турът е 4x4, защото участниците посещават 4 винарни и във всяка винарна дегустират по 4 вина. Винарните, които участват в са в община Харманли, област Хасково.

Всяко събитие може да бъде посветено на местен продукт, като се започне от местното вино и местното грозде.

Събитието, ориентировъчно може да включва:

- посещения на винарните и лозята
- дегустация на вино
- дейности за преживяване по време на гроздобера
- представяне на новото вино на годината на собствениците на ресторанти /хотелиери от производителите
- дегустация на ястия и вина в ресторанти на специални цени
- музикални събития
- туристически дейности
- посещения на културни обекти в района и др.



Според горепосоченото, ресторанти, винарни и др. от България, участващи в Местния пакт за качество, трябва да организират 1 събитие в рамките на две години.

Участниците

Ресторанти, винарни, местни власти, местния пакт за качество

Източник на финансиране

Собствени средства

Дейност 4.3: Местни вина в супермаркетите, хранителните магазини, винарските изби

В хранителните магазини и съответните магазини за търговия на дребно (изби, барове и т.н.) трябва да се предлагат местни вина и възможно най-много местни продукти.

Според горепосоченото магазините за хранителни стоки, участващи в Местния пакт за качество, трябва да предлагат местни продукти в рамките на две години.

Участниците

Супермаркети, хранителни магазини, винарски изби

Източник на финансиране

Собствени средства

Дейност 4.4: Насърчаване/подкрепа на винени барове

Винените барове са пряко свързани с продукта за винен туризъм на районите и поддържат тяхната идентичност по отношение на дестинацията за винен туризъм.

Следователно трябва да се насърчава/да се подкрепя работата на винени барове по стандартите за качество, както и превръщането на традиционен бар или магазин във винарска изба или бар.

Ето защо работата на барове трябва да се насърчава/да се подкрепя, както и превръщането на традиционни барове или магазини във винарска изба или малък ресторант / бар за вино.

Участниците

Собственици на барове, местни бизнесмени, винарски изби, отделни инвеститори

Източник на финансиране

- Собствени ресурси

Ос 5. Повишаване на популярността на културни обекти

Дейност 5.1: Популяризиране на културните обекти

Кратко описание

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Паметниците на културата по винения път и в по-широкия район трябва да бъдат достъпни (с кола или пеша).

Може да се наложи на някои места да се почистят пътеки, които водят до тях, или зоната да се организира и да се оборудва, например със сенници или с някои места за почивка. В някои други области могат да се наложат по-важни интервенции, като възстановяване и / или поддръжка на археологически обекти и съоръжения. Общините в сътрудничество с местните служби, отговарящи за опазване на древните паметници, трябва да се грижат за горепосоченото.

Освен това паметниците на културата трябва да бъдат оборудвани с информация. Също така тази информация трябва да бъде качена на уебсайта на Местния пакт и на уебсайтовете на местата за настаняване, на винарните и др. Ако има часове за посещение, те също трябва да бъдат отразени.

Също така се препоръчва да се инсталират приложения за мобилни телефони и таблети за екскурзоводско обслужване на място и информация за посетителите. Това приложение трябва да бъде и на английски език.

Според гореизложеното местните власти от България, участващи в Пакта за качество на местно ниво, трябва да пристъпят към реставрация и подходящо маркиране на паметниците във винения маршрут, проектирано по проект на Дионис, в рамките на три години.

Участниците

Местни власти, отговорни органи за опазване на древните паметници

Източник на финансиране

- Фондове на местната община
- Национални и регионални програми
- Програми на Европейския съюз

Ос 6. Подчертаване на лозарската идентичност на селищата

Дейност 6.1: Интервенции за подчертаване на лозарската идентичност на населените места

Примерни предложения за интервенции могат да бъдат:

- интервенции на входа на селището (за демонстриране на отношението на района към виното);
- популяризиране на площади - общински площи, свързани с виното (например подходящо оформяне на фасади на сгради, поставяне на традиционни предмети от производството на вино за украса на площади - общински пространства;
- подмяна на табели за адрес (улици) с други, украсени с подходяща декорация (например, с изображение на грозде);



- адаптиране на уличното осветление (инсталиране на декоративни осветителни лампи, например под формата на грозде и др.);
- поставяне на подходящи предмети за декориране на избрани места в селището, като например предмети, отнасящи се до вино (напр. традиционно оборудване на винопроизводството на площади, поставяне на перголи/конструкции/ - парапети - пощенски кутии - табели с номерация на улици и т.н.)
- подмяна на кошчетата за отпадъци (напр. подмяна на общински кошчета с кошчета, под формата стари бъчви и т.н.)
- висящи декоративни табели на сгради - магазини (напр. табели под формата на грозде, надписи, носещи имена свързани с виното) и др.

Според гореизложеното местните власти от България, участващи в Пакта за качество, трябва да пристъпят към изпълнение на две от горните предложения.

Участниците

Местни власти, отговорни органи за опазване на антиките

Източник на финансиране

- Фондове на местната община
- Национални и регионални програми
- Програми на Европейския съюз

Ос 7. Повишаване на осведомеността и програми за обучение

Повишаването на осведомеността и обучението на членовете на Пакта и на други местни участници е много важно за успешното изпълнение на бизнес плана на Местния пакт. Тези дейности за повишаване на осведомеността и обучението трябва да бъдат непрекъснати и да обхващат различни области, както е показано по-долу.

Дейност 7.1 Дейности по повишаване на осведомеността

Мерки за повишаване на осведомеността:

- относно целите и дейностите на Пакта за качество, относно значението на сътрудничеството, мерките следва да бъдат адресирани до местните участници, както и към широката общественост;
- върху наследственото богатство на района и потенциала на района да се превърне в дестинация за винен туризъм;
- насърчаване на доброволчеството в региона, например за организиране на събития, поддържане на пътеки и др.



Според гореизложеното, местните участници от България, участващи в Пакта за качество на местно ниво, трябва да участват (или организират) в две дейности за повишаване на осведомеността за период от една година.

Участниците

Местно население, местни участници

Източник на финансиране

- фондове на ЕСФ
- Общини
- Дарения

Дейност 7.2 Дейности за обучение

Програми за обучение за виното в региона, неговата история/наследство, винени маршрути, концепция за дестинация за винен туризъм, философия на Местния пакт, за обработка на забележки и оплаквания в сферата на хотелиерството, за използването на местни продукти в ресторантите, поведение към посетителите / потребителите на предлаганите услуги и продукти, по местната гастрономия и др., но и по-широки програми за обучение, целящи подобряване на качеството на продуктите и услугите, предоставяни в по-широкия контекст на маршрута за вино трябва да бъдат адресирани до ръководителите и служителите на предприятията, институциите и организациите - членове на пакта. Индикативните категории „обучаемите“ включват: отговорните лица, мениджърите и персонал във винарните и хотелите, в туристическите агенции, производители на местни продукти, магазините за хранителни стоки, както и тези в археологическите обекти и музеи на региона.

Подобни обучителни дейности трябва да бъдат адресирани и до нечленуващи в Пакта за качество, които обаче оказват влияние върху качеството на услугите в района, като например върху шофьорите на туристическите автобуси, шофьорите на обществеността транспортни автобуси и таксиметрови шофьори.

Изискват се и **по-специализирани обучителни дейности**, например:

- по темата на енологията, дегустация на вино, развитие на винен туризъм за приемния персонал и екскурзоводите във винарните;
- за дегустация на вино, развитие на винен туризъм за персонала на ресторантите;
- по въпросите на винения туризъм, за познанията на районите за водачите на туристите, другите водачи и професионалисти.



Според гореизложеното партньорите от България, участващи в Пакта за качество на местно ниво, трябва да участват в (или да организират) два семинара на две различни теми от горните предложения в рамките на една година.

Участниците

Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници

Източник за финансиране

- фондове на ЕСФ
- Общини
- Дарения

Ос 8. Популяризиране на района като дестинация за винен туризъм

Много действия могат да бъдат приложени за популяризиране на района като дестинация за винен туризъм. Някои индикативни са представени по-долу.

Дейност 8.1: Създаване на подходящи туристически пакети и промотиране от туристическите бюра

Примерните инициативи могат да се отнасят до:

- Проектиране на нови винено - кулинарно туристически пакети.
(посещения на винарни, лозя, музей на виното и лозата), запознаване с културното наследство (посещения на фолклорни музеи и изложби), запознаване с местните / традиционни продукти (посещения на ферми), запознаване с местната кухня (посещение на избрани ресторанти за местна кухня).
- Допълване на вече предлагани туристически пакети с дейности за винен туризъм;
- Интегриране на обиколките в лозята в цялостните туристически/велосипедни турове, организирани от специализирани туристически агенции, със спирки и почивки за закуски по винарни и ферми/;
- Систематично поддържане на контакти и сътрудничество с туристически агенти и туристически агенции в региона за интегриране на дейностите за винен туризъм в предлаганите туристически пакети;
- Сътрудничество със специализирани туристически агенции в чужбина, организиращи турове за винен туризъм, туристически турове и др.
- Сътрудничество с асоциации за алпинизъм / туризъм в региона и чужбина.

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Дейност 8.2: Покана за журналисти/средства за масова информация

Покани на национални и международни журналисти, както и изтъкнати специалисти по вино и гастрономия, с цел запознаване с региона.

Дейност 8.3: Реализиране на контакти и схеми за сътрудничество с други мрежи за винен туризъм в България и чужбина

Комуникация и работа в мрежа, с цел проучване възможността за съвместни дейности.

Дейност 8.4: Подготовка на рекламни материали (на български и чужд език)

Както например изготвянето на документален филм за традицията на винопроизводството в региона, заедно с печатни промоционални материали с цел да бъдат достъпни за телевизионни предавания и интернет канали.

Дейност 8.5: Популяризиране на оценката на винен туризъм на печатни и електронни носители, както и в транспортните средства и в пунктовете за пристигане

Поставяне на всякакъв вид рекламни материали, свързани с дестинацията за вино, в горепосочените места.

Дейност 8.6: Създаване на Дигитален портал за местения пакт

От изключително значение е предоставянето на постоянен поток от информация и разнообразяване на уебсайта, въвеждане на информация за нови дейности, събития и др.

Дизайнът и впоследствие управлението, техническата поддръжка и разработването на сайта трябва да се гарантира от Пакта за качество.

Освен това е много важно уебсайтовете на Общините на всеки регион да предоставят линк към уебсайта на Местния пакт.

От особено значение е използването на съвременни приложения за смартфони и таблети, които да се насочват към младата и непрекъснато разрастваща се целева група, за да предоставя информация и насоки за културни събития, хепънинги и т.н., които се провеждат в региона, като същевременно им позволяват да изпращат съобщения до други потребители.

Според гореизложеното, Местният пакт за качество в България трябва да подготви материали за публичност и дигитален портал в рамките на две години.

Участниците

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>



Местният пакт за качество

Източник на финансиране

- Собствени средства на членове
- Общински средства
- Ресурси от програми за подкрепа на бизнеса.
- Дарения

Ос 9. Услуга за управление на жалби

Всяка компания, участваща в Местния пакт, трябва да предложи на своите клиенти услуга за управление на жалби. Службата за управление на жалби е инструмент за оценка и самоусъвършенстване и по-нататъшно развитие на самата компания, както и за администриране на Пакта. Тази услуга трябва да се предлага в интернет или чрез SMS от мобилния телефон на посетителя (трябва да се отбележи, че в началната фаза на пакта би било приемливо предприятията да имат само формуляр за мнения - кратък въпросник или книга за мнения - но те ще трябва да я заменят с услуга, предлагана в интернет или по телефона).

В интернет чрез специален сайт, поддържан на портала на пакта, респ. сайтът на обекта или алтернативно в социалните медии и/или на специализиран портал за туристически услуги (например Booking.com и др.), който ще бъде избран за промотиране на всяко предприятие, участващо в Местния пакт.

Алтернативно, съобщение от мобилния телефон на всеки посетител / потребител може да бъде изпратено до редица получатели, определени от ръководството на Пакта, и впоследствие да бъде съобщено на заинтересования член (предприятие). Предприятието е длъжно да отговори директно на съответното лице или на медия, не по-късно от 10 дни след уведомяване за жалбата или критичния коментар. Когато отговорът е направен директно на заинтересованото лице, той се съобщава на ръководството на пакта.

Номерът за SMS съобщения и адресът на портала за коментари / оплаквания или конкретния адрес на социалните медии или портала, които предприятието използва за тази цел, трябва да бъдат съобщени на посетителите по електронен път и в печатна форма.

В резултат на гореизложеното е препоръчително предприятията от България, участващи в Местния пакт за качество, трябва да предложат гореспоменатата услуга в рамките на три година.

Участниците

Местни предприятия и други членове на Пакта за качество



Източник на финансиране

- Собствени средства

Ос 10. Управление - мониторинг – оценка

- Пактът за качество отговаря за управлението, мониторинга и оценката на действията на плана за действие
- Пактът формулира качествени спецификации на Етикета за бизнеса, операторите в района (маршрута) и системата за проверка на съответствието на условията за неговото придобиване.
- Разработва и поддържа „Портала“ на винения маршрут и той е (както е описано по-горе) отговорен за разработването на неговото съдържание, определяне на процедурата за получаване и обработка на жалби и предприема всички необходими мерки за предотвратяване на дублиране.
- Прилага с конкретни действия и интервенции професионално актуализиране и обучение на членовете на Пакта чрез назначаване на квалифицирани организации за обучение (центрове за учене през целия живот и др.) и/или чрез сътрудничество с образователни институции, организации, палати.
- Разработва в сътрудничество с компетентните органи на Пакта, маркетингови и промоционални програми и осигурява всички необходими средства за популяризиране (в печатна и цифрова форма) както на международно, така и на национално ниво на Винения път и на Пакта. Горното включва: участие в изложби, всички видове събития като конференции, семинари, лекции и обществени дискусии, организиране на пътувания до и от други страни.
- Представя, самостоятелно или в сътрудничество с членовете на пакта, или от тяхно име, предложения за участие във финансови инструменти и се ангажира с тяхното изпълнение.
- Установява контакти и партньорства с други мрежи за винен туризъм в България и в чужбина с цел обмен на ноу-хау.
- Създава механизъм за наблюдение, като записва, анализира и оценява различни данни във връзка с размера и атрибутите на винения туризъм в района на маршрута, като прави изводи и формулира предложения във връзка с необходимостта от интервенции.
- Пактът за качество организира редовни срещи на своите членове за обсъждане на конкретни предложения, приети като цели. Индивидуални срещи между конкретни членове ще се провеждат по определени теми.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Препоръки към винарните за посещения от туристи:

- а) Да има **индивидуално или в комбинация**: стая за гости, многофункционална зала, дегустационна зала (зона), предназначена за дегустация, място за презентация и продажба на продукти
- б) По-специално дегустационната зона трябва да бъде оборудвана най-малко с:



- чаши за дегустация на вино (стъклени чаши, какъвто и да е размер);
- представка за изплюване на вина при дегустация на вино;
- хладилници за вино и/или охладители, осигуряващи необходимата температура на виното (температура на сервиране).

в) Обозначения (указателна табела) на входа на Винарната с полезна информация относно работните часове и дни за посещение на винарната, също така и контактна информация.

г) Наличие на видно място във фоайе на винена листа и цена (ако има такава) на дегустационната процедура.

д) Наличие на видно място във фоайе на ценовата листа на останалите предлагани услуги.

е) Задължително уведомяване по всякакъв удобен начин и по-специално чрез обозначаване, и чрез интернет или телефон или печатна информация - за възможността Винарната да приема хората с увреждания.

ж) Ясно обозначение на вътрешните и външните зони на Винарната.

з) WC тоалетни за мъже и WC тоалетни за жени.

и) Пожарна безопасност и сигурност на помещенията. При минимално наличие на пожарогасители (чийто срок на годност е контролиран), маркиране и ограждане на опасни зони и предотвратяване на достъпа до кладенци.

й) Определяне на отговорното лице за посрещане и екскурзоводско обслужване на посетителите.

Съдържанието на този документ е изцяло отговорност на Хасковската търговско-промишлена палата и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

„The contents of this document are sole responsibility of Haskovo Chamber of Commerce and Industry and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat”.

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



Проект!

План за действие на Пакта за качество в сектора на храните, туризма и търговията

Таблица с индикативни действия

Работен пакет 5.8.3 (Del.5.8.3)

Проект „Разработване на идентичност на добива, почвите и местностите“ / ДИОНИСОС, номер на проекта 1952 (Developing Identity On Yield, Soil and Site/Acronym: DIONYSOS) се изпълнява в рамките на сключен Договор за субсидиране № В2.6с.04/01.11.2017г., финансиран по Програма за сътрудничество INTERREG V-A „Гърция-България“ 2014-2020, съфинансирана от Европейския фонд за регионално развитие и националните бюджети на участващите страни.

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

Проектът е съфинансиран от Европейския Фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от националните фондове на страните участващи в Програмата за сътрудничество Гърция-България ИНТЕРРЕГ V-A 2014-2020 <http://www.greece-bulgaria.eu>

План за действие на Пакта за качество - Таблица с индикативни действия

A / A	Оси - дейности	Участниците	Кога	Условие да се присъедините като член на Пакта за качество	Необходимо е за първата година
Ос 1 : Винарните – Качествени услуги					
1	Дейност 1.1: Създаване на винарни, отворени за посетителите	Местни винарни (особено винарни по винените маршрути,	в период от две години	Тези, които могат да предложат обиколка в избата и лозето и дегустацията	
2	Дейност 1.2: Уеб сайтове за надграждане на винарните	Местни винарни (особено винарни по винените маршрути, планирани по проект ДИОНИСОС)	в период от една година		за период от една година
3	Дейност 1.3: "Еко" Винарни	Местни винарни (особено винарни по винените маршрути, планирани по проект ДИОНИСОС)	едно от изискванията, за период от една година		за период от една година
4	Дейност 1.4 : Участие на винарните в мрежа „Винени пътища на Южен Централен район в България"	Местни винарни (особено винарни по винените маршрути, планирани по проект ДИОНИСОС)	в период от две години		

A/A	Оси - дейности	Участниците	Кога	Условие да се присъедините като член на Пакта за качество	Необходимо е за първото година
Ос 2 : Популяризиране на опит, свързан с лозето и виното					
5	Дейност 2.1: Създаване на пешеходни и велосипедни маршрути в лозята	Местни винарни, местни власти, местни туристически асоциации, местни участници в сектора на туризма, местни културни дейци, местни органи за управление на защитени от околната среда области	в дейност. 4.2 са предложени винени туристически маршрути. Настоящата дейност ще допълни тези маршрути или ще се насочи към нови маршрути за винен туризъм. В период от две години.		
6	Дейност 2.2: Създаване на автомобилни маршрути в лозята	Местни винарни, местни власти, местни заинтересовани лица от туристическия сектор, местни културни дейци, местни органи за управление на защитени от околната среда области	В дейност. 4.2 са предложени маршрути за винен туризъм. Настоящата Дейност 2.1 ще обогати тези маршрути или ще се насочи към нови маршрути за винен туризъм. В период от две години		
7	Дейност 2.3: Предлагане на други дейности за преживяване от винарни	Местни винарни (особено винарни по винените маршрути, планирани по проект Дионисос)	организира една от дейностите в период от една година		в период от една година

8	Дейност 2.4: Създаване на Музей на виното и лозата	Местна власт, винарни	В период от четири години		
A/A	Оси - дейности	Участниците	Кога	Условие да се присъедините като член на Пакта за качество	Необходимо е за първото година
Ос 3. Качествени услуги за настаняване					
9	Дейност 3.1: Подобряване на качеството на услугите по настаняване	Хотели, места за настаняване и т.н.	В период от пет години		
10	Дейност 3.2: Предлагане на качествени услуги	Хотели, места за настаняване и т.н.	В период от една година	Предлагане на закуска (ако има такава) с поне 3 местни продукта	В период от една година
11	Дейност 3.3: Прилагане на практики за пестене на енергия и рециклиране	Хотели, места за настаняване и т.н.	Систематично прилагане на практики за рециклиране на материали и най-малко 5 от енергоспестяващите практики за период от една година	Прилагане на систематично рециклиране на материали	
Ос 4: Подобряване на местната гастрономия и местните вина					
12	Дейност 4.1: Предлагане на местни продукти	Ресторанти	Предлагайки поне 3 местни продукта и 3 местни вина в менюто, за период от една година	Предлагайки поне 3 местни продукта, 3 местни вина	В период от една година
13	Дейност 4.2: Организиране на събития: Дни на гастрономически и винен туризъм	Ресторанти, винарни, местни власти, местен пакт за качество	В период от една година		

A/A	Оси - дейности	Участниците	Кога	Условие да се присъедините като член на Пакта за качество	Необходимо е за първото година
14	Дейност 4.3: Местни вина в супермаркетите, хранителните магазини, винарските изби	Супермаркети, хранителни магазини, винарски изби	В период от една година		В период от една година
15	Дейност 4.4: Насърчаване на винени барове	Собственици на барове, местни бизнесмени /, винарски изби, отделни инвеститори			
Ос 5: Повишаване на популярността на културни обекти					
16	Дейност 5.1. Популяризиране на културни обекти	Местни власти, отговорни органи за опазване на древните паметници	В период на три години		
Ос 6: Подчертаване на лозарската идентичност на населените места					
17	Дейност 6.1: Интервенции за подчертаване на лозарската идентичност на населените места	Местни власти	В дейност 4.3 на проект ДИОНИСОС бяха предложени редица малки интервенции. Насочване към две от предложенията (също като се има предвид проучването 4.3), за период от две години		
Ос 7: Повишаване на осведомеността и програми за обучение					

A/A	Оси - дейности	Участниците	Кога	Условие да се присъедините като член на Пакта за качество	Необходимо е за първото година
18	Дейност 7.1: Дейности по повишаване на осведомеността	Местно население, местни участници	Да участва (или организира) в две дейности за повишаване на осведомеността за период от една година.		в период от една година
19	Дейност 7.2: Дейности за обучение	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	Да участва (или организира) в два семинара по две различни теми на предложенията, в период от една година.		в период от една година
Ос 8: Популяризиране на района като дестинация за винен туризъм					
20	Дейност 8.1: Създаване на подходящи туристически пакети и промотиране от туристическите бюра	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	в период от една година		в период от една година
21	Дейност 8.2: Покана за журналисти/средства за масова информация	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	в период от една година		в период от една година
22	Дейност 8.3: Реализиране на схеми за контакти и сътрудничество с други мрежи за винен туризъм в България, Гърция и чужбина	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	в период от една година		в период от една година
23	Дейност 8.4: Подготовка на рекламни материали (на български и на чужд език)	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	в период от една година		в период от една година



24	Дейност 8.5: Популяризиране на дестинацията за винен туризъм на печатни и електронни носители, както и в транспорта и в пунктовете за пристигане	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	в период от една година		в период от една година
25	Дейност 8.6: Създаване на Дигитален портал за местен пакт	Местен пакт за качество, предприятия, местни власти, местни участници	в период от една година		в период от една година
Ос: 9 Услуга за управление на жалби					
26	Дейност 9.1: Услуга за управление на жалби	Местни предприятия и други членове на Пакт за качество	в период от една година		в период от една година
Ос: 10 Управление – мониторинг – оценка					

Съдържанието на този документ е изцяло отговорност на Хасковската търговско-промишлена палата и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.

„The contents of this document are sole responsibility of Haskovo Chamber of Commerce and Industry and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat“.

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