



НАРЪЧНИК

Как се създава
алтернативен
туристически тур
с разказване на
история?





Европейски наръчник

ЧАСТ I _____ Методически Стъпки

7 дни / 7 стъпки на създаване
на алтернативен туристически тур, основан на:

Уникална история
Популяризиране на местното наследство
Включване на общността

- I.1 Напишете история
- I.2 Включете общността
- I.3 Защо трябва да участват и творци?
- I.4 Предложете преживяване
- I.5 Целеви публики
- I.6 Съставете план за комуникация
- I.7 Развийте екосистема

ЧАСТ II _____ Вдъхновяващи преживявания

Европейски турове с истории
12 примера от България, Ирландия,
Италия, Франция и Германия
<https://eurostories.eu>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия по Програма Еразъм +. Настоящата публикация отразява единствено вижданията на автора и Комисията не носи отговорност за начина, по който може да бъде използвана съдържащата се информация.

Този наръчник задава няколко (добри) въпроса, които да се запитате в подготовка на вашия туристически проект в посока

... по-добро остойносттаване на местното наследство,
... по-пълноценно участие на местните общности,
... по-силна интеграция чрез икономическа дейност

Тези методи и критерии са разработени чрез **допитване до ръководителите на европейски проекти**, които са успели да създадат различен, нетрадиционен подход при развитието на туристически предложения. Той дава нова посока отвъд задължителните туристически атракции и доминиращите наративи. Дейностите му обединяват групи в обществото и създават нова колективна памет.

Как? Чрез възприемане на нова и оригинална гледна точка, чрез популяризиране на малко известни местни ресурси, чрез предлагане на атрактивни формати, чрез адаптиране на предложението за определена група хора и други методи, които ще откриете в това ръководство. Много от ръководителите на проекти вече са проправили нови пътеки , за да предоставят на туристите **удивително и уникално преживяване...** което те ще запомнят!

Въпреки че повечето от тях са срещали трудности при изпълнението на проекта си, те са успели да постигнат напредък. Именно това ноу-хау и тези методи разкриваме тук, за да ги споделим с вас.

Надяваме се, че опитът, събран в този текст, ще помогне и ще бъде от полза за бъдещите начинания на всеки читател на това ръководство. Убедени сме, че на тези страници ще намерите вдъхновение, макар всеки проект да има своя контекст и история.

Пожелаваме ви приятно четене и успех в създаването на ВАШИЯ алтернативен туристически проект!

Напишете история

Туристическият маршрут трябва да разказва история...

История от миналото, настоящето или бъдещето на конкретното място и неговите жители.

История, която искате да изтъкнете и споделите с други, защото ви се струва **уникална и интересна** за разкриване.

Независимо дали са “малки” (индивидуални анекдоти) или “големи” (колективна памет), всички истории са красиви. От вас зависи да ги откриете и обогатите, да намерите какво ги прави уникални, привлекателни и атрактивни.

Историята, която ще напишете, трябва да предлага информация за:

- наследството (архитектура, пейзаж, градоустройство и т.н.),
- нематериалните аспекти на мястото (език, изкуства, занаяти, начин на живот и т.н.).

За да изпъкнат тези елементи, трябва да се

- Определи тема (която да се отличи)
- Събере информация (за документиране на темата)
- Изработи сюжетна линия (която да даде ритъм на историята)
- Организира преживяване (което да съживи историята)
- Направи пътя ясен (за да дойдат хората!)

Именно този наратив ще помогне да позиционирате и подчертаете уникалността на маршрута Ви на пазара за туристически оферти.

А

Колекция

Архиви, интервюта, снимки

Сюжетна линия

Интрига, герои, атмосфера

Преживяване

Маршрут, етапи, ритъм

Включете общността

Местната общност има водеща роля в този тип туристически проект. Важно е общността да бъде включена поне на 2 нива:

- 1. Използвайте познанията им за мястото, които туристите да разкрият.** Членовете на общността често имат познания по темата, която ще илюстрирате във Вашето алтернативно туристическо преживяване. Опитът им е от съществено значение, за да придадете конкретно, необичайно и оригинално съдържание на Вашия проект. Това ще Ви помогне да вдъхнете живот на историята, която разказвате. Наличието на съюзници, като например неправителствени организации или асоциации, може да бъде безценно при осъществяването на контакт с тези хора и привличането им.
- 2. Дайте роля на членовете на общността в самото преживяване.** Те могат да се превърнат в гидове, ако са добре обучени. Но, внимание, не е достатъчно да си жител на едно място, за да бъдеш водач на група. Гидът трябва да може да коментира художествената стойност и да обогати историите от местността. Публично говорене, увереност да се изяви пред група от хора, умение за разказване на истории, чувство за хумор, спазване на програма, владеене на английски или друг чужд език са сред основните качества на отдадения на ролята си гид.

Терминът "посрещачи" се отнася до понятието за доброволен труд, безплатни посещения на туристи, със структурирана, почти "брандирана" световна мрежа. Въпреки това, членовете на общността, участващи в създаването и управлението на маршрута, могат също да бъдат заплатени или компенсирани с подходящи финансови споразумения. Може да е подходящо за някои туристически проекти да включат подход за интеграция, който да позволи на участващите хора да получат допълнителни доходи и най-вече да поемат пътя към активна интеграция.

В процеса на работа трябва да има **представа за търсене и качество**. Включването на жителите е чудесно! Това означава да поставите дейността си на основата на солидарност, да оживите тура си, но освен това е и задължение да създадете "качествен подход", както към жителите, така и към туристите.

Участие на местни жители = Качествен подход ++.

Защо трябва да участват и творци?

От самото начало на създаване на проекта, за да се отличите, е важно да включите творци.

Дали са писатели, режисьори, визуални артисти, художници, актьори, музиканти, дизайнери, хореографи, моделиери, готвачи, графични дизайнери, или от всичко по малко (!) зависи от проекта. Тези творци ще помогнат развитието на:

емоционален подход към темата

... чрез който може да бъде написана история,
... чрез който ще създадете туристическия си маршрут.

Тази специална артистична перспектива ще направи историята Ви уникална и туристическия Ви проект атрактивен.

Ще позволи разграничаването на Вашия маршрут от конвенционалните туристически преживявания, предлагани от туристически агенции.

Днес културните оператори и творческите колективи развиват собствени художествено-туристически маршрути, за да затвърдят икономическия си модел, от една страна, и, за да подчертаят уменията си по отношение на културната медиация, от друга.

ПРЕЖИВЯВАНЕ

Разходката на Самюъл Л. Джаксън

Авторът Кристоф Дабич създава комикси, но тук работи със слабо позната история от миналото на един квартал в покрайнините на Бордо. Тя разказва за появата на чернокожи хора в белия град. Става въпрос за войници от американската армия по време на Първата световна война настанени в покрайнините около пристанището. Историята може да бъде проследена в 4 геолокализирани етапа в тура, който е представен чрез аудиозаписи достъпни през смартфон или аудиогид. Това са писмата написани от войник, който се присъединява към армията на САЩ, за да избегне сегрегацията в родната си страна.

Предложете преживяване

Туристите трябва да се потопят в историята, предложена от маршрута. Те трябва да могат да преживеят тура и да открият места, хора и усещания. Ако има повече от една рецепта за де се подсили «потопянето» в едно преживяване, то изборът се основава на човешките отношения и директния контакт с хора. Има няколко начина да вдъхнете живот на едно преживяване:

- **„Да живееш като местен“** през споделени моменти от живота и от ежедневието, основани на межкултурен диалог.
- **„Откриване на тайни“**, на забранени места или достъп до другата страна на очевидното, за да срещнете туристите с недостъпни хора и създадете усещане за VIP преживяване.
- **„Да споделиш усещания“** с възможност участниците да докоснат, почувстват и вкусят елементи от наследството, отвъд видимото. Предлаганите дейности могат да бъдат спортни и развлекателни, артистични и творчески.
- **„Търсене на съкровища“** – подход, основан на забавния принцип за решаване на загадки (чрез геокешинг), за придвижване и откриване на града и неговите съкровища.
- **„На фокус“** – центриране на преживяването около пренебрегвана тема, която обединява общността, буди интерес и изгражда нова социална, художествена или историческа стойност (улично изкуство, дискриминация, бавен живот и др.)
- **„Добавена реалност“ (AR)** – тя все повече присъства в «потопящи» обиколки чрез смартфон или друг инструмент (аудио или видео допълнение), но технологията не е заместител на доброто разказване.

Качеството на ГОСТОПРИЕМСТВОТО, което предоставяте на туристите, е от решаващо значение.

Още при първия обмен на имейли, SMS или телефонно обаждане, трябва да бъдете активни, приятелски настроени и приканващи. Не забравяйте да зададете достъпна точка за срещи в началото на вашето преживяване (пеша, с велосипед, автобус, метро, скутер / помислете за хората с увреждания), защитена от лошо време (студ, жега, дъжд) и видима (трябва да сте лесно откриваеми).

Пътят
трябва да е
...



Изненадващ
Интерактивен
Удобен
Образователен

Целеви публики

След като създадете историята, трябва да се насочите към Вашата аудитория. Запитайте се кой ще има интерес да дойде и открие историята на това преживяване? Приема се, че алтернативните туристически маршрути привличат основно 2 категории публики.

- **Туристи живеещи наблизо** („градски“) във вашия район, заинтригувани от откриването на предложената тема.
- **Туристи гостуващи в града**, които пътуват средно веднъж или два пъти годишно, за да открият един град и неговата културна идентичност. На 2 часа с влак или самолет от дома си, те ще бъдат във вашия град за 1 или 2 дни, за уикенд или празник. Тези двойки или семейства търсят почивка от ежедневието и промяна на обстановката.

От Вас зависи да се насочите към аудиторията, да намерите добра комбинация между двете категории, според Вашите цели и Вашия бизнес модел. Туристите, които са най-близо, не са непременно най-лесните за привличане!

Стратегията Ви трябва да се адаптира спрямо целите защото и начините за привличане и посрещане на туристи са различни. Помислете кой профил туристи търсите: дали са местни, или международни? Също така трябва да прецизирате профила по отношение на възрастта и мобилността според предложения маршрут. Подходящ ли е, или не...

- за деца? (в каква възраст?)
- за хора с ограничена подвижност? (възрастни хора, хора с увреждания)
- за хора, които не познават езика? (има ли превод?)
- за непосветените? (широка публика или специалисти?)

Стратегията Ви ще зависи и от Вашия бизнес модел: Вашият тур безплатен ли е, или платен? От Вас зависи да намерите "правилната цена", приемлива за целевата аудитория, съвместима с конкуренцията и икономически рентабилна.

Маршрут за...



Местни и/или чужди?
Деца и/или възрастни?
Широка публика и/или специалисти?
Безплатно или платено?

Съставете план за комуникация

Днес всичко се случва онлайн. Повечето хора организират, резервират и плащат за своя туристически престой по интернет.

Пред компютъра си (малко) или чрез смартфона си (много), туристите забелязват, информират се и се позиционират (щракат!) и все по-бързо (правят импулсни покупки), но се вслушват също в препоръките на своята "общност" (мнението на хората, на които се доверяваме)

В този контекст Google е навсякъде, Airbnb никога не е далеч, а TripAdvisor е задължителен. **И така, как да се позиционирате?** Особено ако искате да стоите далеч от тези гиганти в мрежата.

Една тайна: поставете се на мястото на клиента, туриста.
Задължително: разпространете просто, запомнящо се и ясно послание, което защитава ценностите на Вашата организация.
Инструмент: разработете стратегически план за комуникация.

Планът ще определи Вашата стратегия за привличане на туристи. Въз основа на Вашите ценности, този план ще определи точно:

- Потенциални целеви групи
- Реалистични цели за посещаемост
- Поддържка (уебсайт + Instagram, но не само това ... също хартиени: пощенска картичка, флаер, карта - за да се откриете)
- График (прогноза, степен на разпространение, таблица на Гант)
- Партньори (екосистема, която ви подкрепя)
- Бюджет (разходи, приходи, доброволчество)
- Оценка на въздействието на инструментите (за да се разрастне проектът)

**Бъдете много активни в комуникационните си канали.
Не забравяйте да вземете и мнение от туриста.
Бъдете търпеливи и дръжте курса, защото няма да е лесно!**

Развийте екосистема

Трябва да се изгради екосистема около пътя на преживяването, за да се засили неговата привлекателност. Кооперативната и кръгова икономика е от съществено значение за оцеляването и разпознаваемостта на алтернативни проекти в туризма и културата

Колкото е възможно по-рано потърсете и информирайте:

- Туристически институции (туристически информационни центрове и бюра, развиващи региона като дестинация)
- Местните власти (хора на различни позиции)
- Инфлуенсъри и блогъри
- Местни и международни асоциации с близки до Вас ценности
- Училища, културни центрове и спортни клубове (свързани с темата на преживяването)
- Местни компании (кръстосан маркетинг) свързани с или допълващи темата на преживяването (биомагазини или спортни магазини).
- Магазини, хотели и обекти на културно наследство, които приветстват туристи.
- Проучете ЖП и автобусните гари, както и възможностите за транспорт от и до летища наблизо.

Публиката ще остане трудна за улавяне. Алтернативните туристически маршрути са насочени към нишова публика, състояща се от любопитни, приключенски настроени хора. Тази общност трябва да бъде изграждана и подхранвана.

Ще Ви е необходима **мрежа от посланици**, които да споделят за преживяването с други.

В духа на маркетинга от един потребител към друг (C2C), те трябва да говорят помежду си. Започнете с тези, които вече са участвали в преживяването и ще споделят снимки в техните социални мрежи и ще коментират в платформи. Ако е възможно, подканете ги да използват конкретни хаштагове на български, но и на английски език.

Цел

#experience #actlikealocal
 #alternativestories #newline
 #explore #visitcity #urbanlife
 #adventure #culturalheritage
 #feelthecity #europeanstories
 #newcollectivememory

За да проектирате и разработите правилно своя алтернативен туристически маршрут, от съществено значение е да заложите метод на сравнителен анализ чрез:

- **Мониторинг в цяла Европа и по света**, търсене на подобни алтернативни инициативи, основани на разказване на истории, които дават (добри) идеи по отношение на анимация и комуникация, дизайн или организация.
- **Създаване и поддържане на местна база данни**, с наличните туристически предложения във Вашия град, класически или оригинални, които по един или друг начин ще бъдат на един и същ „пазар“ с Вас.

Тези преживявания ще са полезни както за вдъхновение, така и за разграничаване на Вашето предложение от други подобни.

Съвет: Използвайте инструментариума, разработен от партньорите на «Истории от Европа».

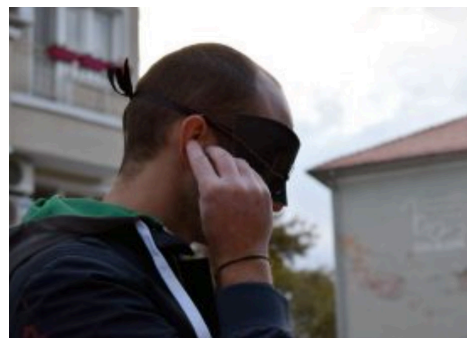
<https://eurostories.eu>

<https://www.facebook.com/EuropeanStoriesProject>

«Да извървиш мила в обувките на някой друг не е толкова свързано с вървенето или с обувките; това означава да можеш да мислиш така, както мислят другите, да чувстваш това, което чувстват те и да разбираш защо са такива каквито са и накъде са се насочили. Всяка такава стъпка е свързана с емпатия»

Сензорен пешеходен тур в Пловдив Усети града

Да свържем хората с разбиране и да направим града достъпен за всички: това е мисията и визията на АКЕА „Медиатор“, Асоциация за култура, етнология и антропология. „Усети града“ е **Сензорен пешеходен тур в Пловдив**. Асоциацията разработва специален метод, който фокусира вниманието върху различни интерпретации на градското пространство и културното наследство, съчетавайки дейности, които помагат да се „видят“ централните части на град Пловдив по нов начин. Посетителите се опитват да открият града със завързани очи, но използвайки другите си сетива: докосване, мирис, звук и т.н. Обиколките са подходящи за хора от различни възрастови групи. Маршрутът е резултат от антропологично изследване с прилагане на подходи на сензорната етнография. Той се реализира в партньорство с Пловдивския университет и Националния център за рехабилитация на слепи – Пловдив. АКЕА „МЕДИАТОР“ предлага също така сетивни лаборатории, младежки работилници, обучение за водачи и интерактивни обиколки. Екипът споделя опит от различни сензорни техники, използвани за изследване на пространства, места, хора и идеи за усвояване на нови умения.



ФОРМАТ ___ 2 часа

Календар: система за записване_ културни събития

Цена : бесплатно

Местни посетители/ Туристи: 50% / 50%

CONTA

Светослава МАНЧЕВА

Пловдив, България

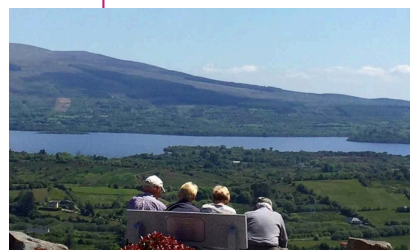
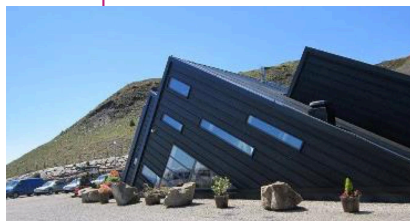
aceamediator@gmail.com

www.aceamediator.com



IR

Преживяване и обиколка на мината в Аригна



Преживяване в мината в Аригна преоткрива опита от добива на въглища и е разработено на основата на вдъхновена от общността инициатива за запазване и защита на минното наследство в района. Обиколката незабавно връща посетителя към местната традиционна минна култура, начин на работа и живот. Има много различни елементи и услуги за постигане и предоставяне на това уникално изживяване на посетителите, като основното включва исторически тур, посещение на Минният център за преживявания в Аригна, изживяване под земята, изложбено пространство, магазин за подаръци и кафене.

Екскурзководите (бивши миньори) са част от самата тъкан на това, върху което е изградено *Преживяването в мината в Аригна*. Те обичат да споделят личния си житейски опит, но също опита на техните бащи, дядовци и прадеди като източник на истории, който поддържа жив местния фолклор. По време на подземната обиколка посетителите усещат какво е да работиш в някои от най-тесните въглищни пластове в западния свят.

Това засилва преживяването и го прави незабравимо. „Обиколката с екскурзковод в мината е преживяване, което ще ви спечели – тя е автентична, уникална, лична, на няколко нива, да си под земята е „предизвикателство“ и, не на последно място, е информативна.“ Аудио/Визуално/Видео елементът има ключова роля в обиколките на Аригна. В крайна сметка проектът изгражда важно чувство на увереност и гордост за наследство в местната общност, която се изправя пред трудни предизвикателства при затварянето на работещата мина.

ФОРМАТ ___ 50 минути/ 20 души

Календар: регистрация чрез уебсайт & по телефон

Цена: от 7 до 13 евро

Публика: Туристи (национални или международни посетители)

КОНТАК

Валери СТЕНСЪН

Росоком, Ирландия

valerie@arignaminingexperience.ie

www.arignaminingexperience.ie



Велосипеди Километри от истории и открития

Тази обиколка се организира от кооператива ETHRA Археология и туризъм със седалище в Таранто. Той предлага на местните жители да открият част от своя град, която повечето не познават. За целта те разказват истории за видни личности от миналото и настоящето, включващи любопитни археологически места, специалност на ETHRA и силна страна на наследството на Таранто. Разказването на истории е изградено чрез оценяване и хвърляне на светлина върху съществуващи събития, които често се игнорират или пренебрегват от гражданите: истории на паметници, истории на рибари, истории на собственици на магазини, на минали и настоящи писатели от Таранто, истории на хора, живели в този град в миналото... Освен това обиколките се извършват на колело, за да се насърчи устойчивата мобилност. Днес хората, които участват в обиколките в Таранто, са предимно местни жители и международният туризъм все още е сравнително нисък, но стремежът на кооператива е да привлече повече международни туристи.



ФОРМАТ___ 2,5 часа

Един път в седмицата

Цена: 10 евро

Местни посетители / Туристи, Основно местни посетители.

КОНТАКТ

fpazzato@gmail.com



FR

Хайде да се разходим в Бастид



Обиколката кани хората да създадат спомени в квартала Бастид в Бордо, на десния бряг на града. Този квартал е слабо познат дори на местните жители на Бордо! Районът е с лозарско и индустриално минало свързано с имението Бонкур от 20-те години на XX век и имението Бенауж, което се среща с квартал Нил и една голяма железопътна пустош, но преживява бързи промени. Посетителите на тура следват местни водачи - „*éclairieurs urbains*“, тези които осветяват историята на градското пространство. За всеки етап от маршрута водачът разказва случка или събитие. Това са истински истории, събрани от местни хора (благодарение на мрежата от доброволци на сдружението). Има и художествена литература, написана от емблематични личности от Бордо от края на XIX до XX век. Хората, които водят посетителите, са местни в квартала на възраст от 18 до 60 години, които преминават през процес на професионална интеграция

Подпомагани от социални структури, те преминават обучение в организациите „Alternative Urbaine“ и „Urban Scout Guide“, за да получат професионални знания и опит.

Обучението е с продължителност от 2 месеца (3 дни в седмицата, 80 часа). Участващите в него се срещат с професионалисти от сектора, работещи в Аквитанския музей, Центъра за интерпретация на световното наследство – Бордо), които ги обучават. Когато участват в туристически маршрути (между 2 и 5 на месец), те получават допълнително заплащане (между 100 и 300 € на месец). Преди всичко те получават набор от полезни умения в търсенето на постоянна работа: междуличностни умения, самочувствие, умения за говорене пред публика и др.

ФОРМАТ___ 90 минути/ 8-10 души

Календар: регистрация чрез уебсайта & чрез телефон

Цена: при заявка (около 5 на човек)

Публика: Местни посетители (90%)

КОНТАКТ

Елоди ЕСКУЗА

Бордо, Франция

coordo.bx@alternative-urbaine.com

<https://bordeaux.alternative-urbaine.com>



DE

Турове основани на Кръгова икономика

#economytour #actlikealocal



Тези посещения са предложени от туроператорска фирма, основана от Клауди и Ариана, мрежови предприемачи и експерти по устойчиви иновации. Те предлагат на туристите и местните жители възможността да открият кварталите на Берлин (Neukölln, Wedding и P'Berg) от оригинална гледна точка: иновативните и устойчиви проекти, които се разгръщат там. Обиколките се завъртат около разказването на истории въз основа на обяснението на основните принципи на кръговата икономика, както и чрез представянето на местни иновативни проекти и хората, които ги създават. Те имат за цел да свържат туристите с екологични и социални предприемачи в по-малко известни райони на Берлин. По време на обиколката посетителите се срещат със създателите на промяната и обменят с тях опит и дейности, тяхната история и ценностите, които те отстояват. Тези обиколки имат много интереси: откриване на по-малко известните квартали на Берлин, опознаване на създателите на проекти, които живеят там, откриване на принципите на кръговата икономика и насърчаване на принципите на устойчивост.

ФОРМАТ ___ Един ден
Провежда се при заявка
Цена : около 50 евро
Местни посетители/ Туристи: 50% / 50%

КОНТАКТ

Клауди & Ариана

hi@circulareconomytours.com

<https://circulareconomytours.com>



IR

Дериглад Музей на фолклора и наследството

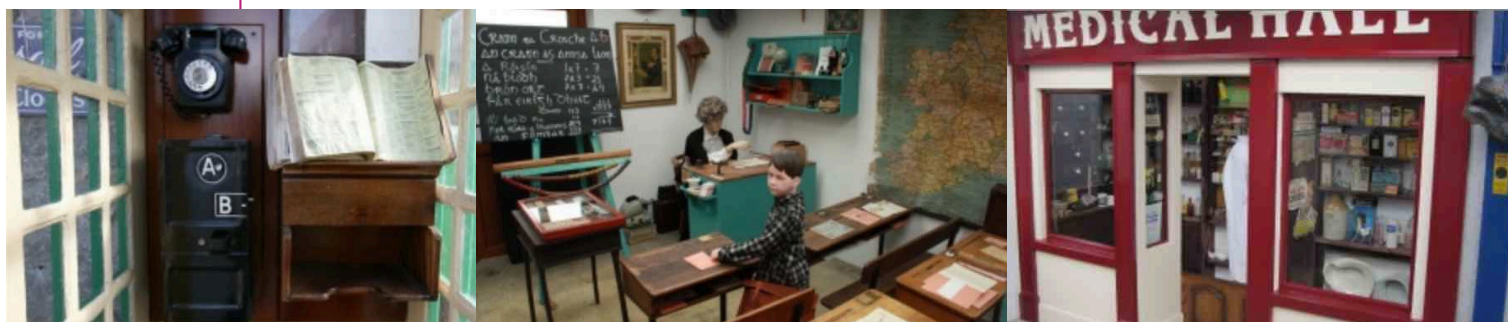
Това е лична инициатива на семейство Рън, които имат специално отношение към културното наследство. Създаденият от тях музей предоставя на посетителите колекции и предмети от фермата, които са пропити с вкуса на случки и разкази за селския живот в Ирландия от XVIII век до близкото минало. Семейството се гордее с разказването на истории от поколения назад, и се опитва да поддържат жив спомена за тях. Целта е да се създаде уникално и запомнящо се изживяване, основано на паметни събития. Тази атракция, основана на участието на общността, предоставя истинско преживяване на селския живот и ирландското наследство от края на XIX век. Всички колекции и предмети са любезно дарени от местните хора, които представят своята общност от отминалите дни. Туристическите обиколки сега се предлагат в аудио формат, но преди Ковид, служителите на музея са абилити тези, които разказват историите на местните поколения. Семейството, особено Чарли, собственикът на музея за народно наследство Дериглад, има огромна страст към ирландския фолклор и експонати. Едновременно със събирането и създаването на колекции за музея, се събират и техните истории и така знанията му за миналото се умножават. Чарли предава тези истории на посетителите и чрез тях придава чар на обиколките в музея.

ФОРМАТ ___ 1 - 2 часа

Понеделник-събота от 10 до 18 часа по предварителна уговорка

Цена: 7 евро за възрастни / 4.50 евро за пенсионери и студенти/ 4 евро за деца

Местни посетители/ Туристи



КОНТАК

Чарли или Бърди Финеран

Роскомон, Ирландия (IR)

info@derrygladfolkmuseum.com

www.derrygladfolkmuseum.com



IT

Тип "Gita Fuori Porta" или Обиколка извън града

#biketour #landscape



Асоциацията „Руот Андо“ организира както кратки, така и дълги велосипедни екскурзии, които дават възможност за преоткриване на всички градски квартали и близките села на Лече (град в Пулия, Южна Италия), за да се представят предградията на местността и повече хора да посетят театъра, а също и да се насърчи използването на велосипеди.



Идеята е, че „всеки велосипед има своя собствена история: всеки възстановен, рециклиран, разбит, пробит, бракуван, разглобен, откраднат, разпродаден велосипед, има какво да разкаже, точно както всеки от нас има своя собствена история.“ Историите в тура също включват места, квартали и хората, които живеят там и разказват за тях.



Освен това асоциацията има за цел да приобщи имигранти, които работят в техния гараж за ремонт на велосипеди, за да усвоят нови практически умения и да спечелят малко пари от дарения.

ФОРМАТ ___ 5 часа

По заявка

Цена: 100 евро

Местни посетители/ Туристи Основно национални и международни туристи.

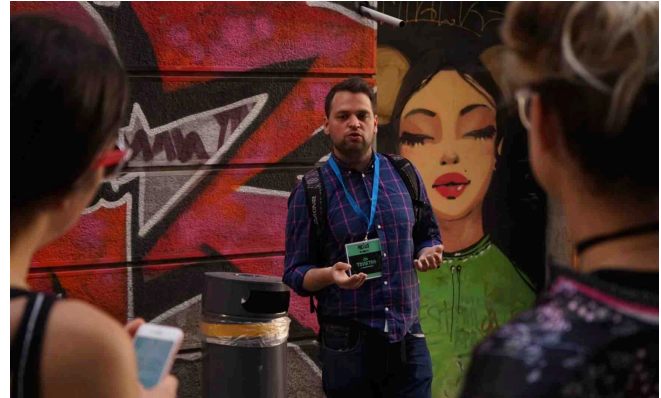
КОНТАКТ

Руот Андо

Лече, Италия

ruotando@gmail.com

<http://www.associazioneruotando.it>



„Ние го живеем, вие го виждате“. Частната фирма София Графити тур организира обиколки, насочени към съвременното улично изкуство. Водачите отвеждат посетителите на столицата извън туристическите пътеки, за да се докоснат до алтернативната атмосфера на София, наситена с истории и градско изкуство. Обиколките често включват квартали, отдалечени от центъра на града, някои от които свързвани с отрицателни стереотипи. Компанията участва и в инициативи, свързани с напредната на градско изкуство и преустройство на пространства. Понякога художници от градската арт общност се включват в обиколките или в други събития, организирани от компанията. Има 2 възможности: компанията начислява цени на билети за физически лица при самостоятелна обиколка или билет за малки групи (2-3 души) при обиколка с личен водач. Това е алтернативно приключение, което ще ви накара да погледнете града през очите на уличен художник.

ФОРМАТ ___ 2 часа

при заявка

Цена: 10 евро (при самостоятелна обиколка) 15 евро на човек (с личен водач)

Местни посетители/ Туристи: 50/50

КОНТАКТ

София Графити тур

София, България

info@sofiagraffititour.com

<https://sofiagraffititour.com>



Cyop&Kaf's Карта на уличното изкуство

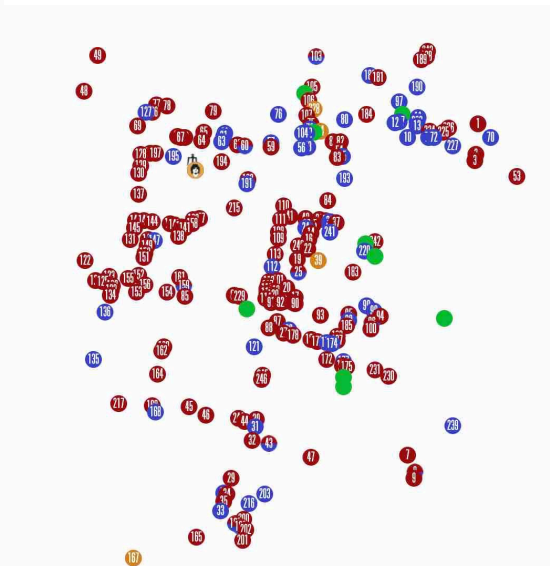
#streetart #explorecity



cyop&kaf
Quartieri Spagnoli Napoli

vivi morti morti viventi privati?

7. Bipolarismo, 2013
9. Seconda ustione, 2013
14. Autosgambetto, 2012
15. Equilibrio, 2012
16. Rodeus, 2012
17. L'alchimista, 2012
18. Il va pensiero, 2012
19. Polvere, 2013



Cyop&Kaf's е вид активистко улично изкуство, което изпълва с художествени произведения кварталите с население в неравностойно положение. Тяхната цел е да отворят подобни квартали, като Испанския квартал в Неапол или Стария Таранто, за изкуство, като изрисуват стените им с особени, загадъчни фигури, които предизвикват любопитството на жителите както при създаването, така и след това.

Организаторите често включват деца в неравностойно положение в процеса на изработване на стенописите, за да засият тяхното приобщаване. След това те картографират произведенията и създават виртуална карта, която отпечатват и на хартия. Всеки стенопис има своето име и значение, посочени в картата. Така се предоставя информация и се дава възможност на туристи, жители и всички заинтересовани да се разходят, като използват уличното изкуство като мотив. Освен това, те „обучават“ водачи, които да обяснят на посетителите тези значения и да ги свържат със социалната несправедливост и промяна.

ФОРМАТ___ При заявено желание

Един път в месеца

Цена: безплатно

Местни посетители/ Туристи

КОНТАКТ

CYOP & KAF

Неапол, Италия

info@cyopekaf.org

<http://www.cyopekaf.org/qs-map>



Разработен от неправителствената организация Meeting Points, проектът се състои от месечни културни обиколки с българи и чужденци, превърнали София във втори дом. По време на разходките гостите имат възможност да се запознаят с арабската кухня и култура.



Тази обиколка се провежда в малки групи с водач, който посещава предварително уговорени места: магазини и ресторанти в Ючбунар (квартал в София с имигранти, който често **поради предразсъдъци** се смята за нежелан и опасен). Водачът обяснява повече за различните подправки, стоки и храни, които могат да бъдат закупени и опитани. Има кратки интервюта със собствениците на местата, които се посещават, откъде са, от колко време са в България и как са започнали бизнеса си. Понякога споделят виждането си за това как кварталът се е променил през времето, през което са живели или работили там.

Обиколката включва дегустация на храна и подправки. Срещите дават възможност на местните хора да споделят информация за храните и подправките и да разкажат истории, свързани с тях. Поради популярността на обиколките, този проект продължава без крайна дата в плана.

ФОРМАТ ___ 2 часа

Регистрация с Google form

Цена: дарение по желание на участниците

Публика: Местни посетители и Туристи

КОНТАКТ

Веси ДЕЯНОВА_Диана НЕДЕВА София,
България (BG)

hello@meetingpoints.bg

<https://www.facebook.com/meetingpointsbg>



Гастрономичен трекинг или Гастрономично пешеходство

#slowtourism #authentic

Консултантската агенция MetaFarm Social Food Lab предлага обиколки, разказващи идентичността на територията чрез търсене на храна и аромати, готвене и дегустация. Гастрономическият трекинг със социална добавена стойност е естествената комбинация от храна и преживяване на територията. Той е създаден, за да включи посетители и местни жители в автентичен ден на местната храна.

Това е уникално изживяване, с което опознавате пейзажа и културата на хранене, запознавате се с местността през обектива на културата и ходите пеша. Посетителите могат да изживеят чрез сетивата си селскостопанското наследство, като се срещат и разговарят с местни фермери и жители, разхождайки се из овощни градини, гори и пътеки. Експертните водачи ще ви преведат през техниката и споделянето на идеи, като ви дават богата представа за използването на фуражни и смесени хранителни продукти.

ФОРМАТ ___ часове по желание

При заявка

Цена: по договорка

Местни посетители/ Туристи



КОНТАК

Джакомо МИОЛА

www.metafarm.net

www.gastronomictrekking.com/en/

FR

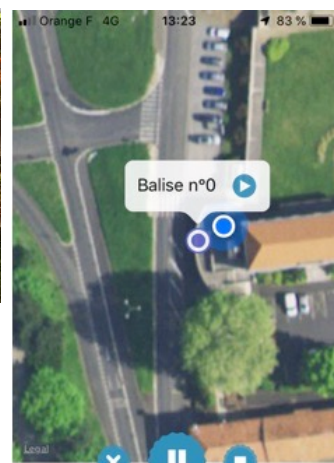
Кратки туристически обиколки в Нова Аквитания

#food #legacy #sport

Три геолокирани туристически маршрута за откриване на десния бряг на агломерацията Бордо. Този район е известен със социалните си жилища, а не с туристическото си наследство! Лаба покани трима художници да създадат три маршрута по теми, които популяризират всички живеещи както и ресурсите на района.

- В Сенон графичният дизайнер Гийоми създаде маршрут около световната кухня с Асоциацията за подкрепа на селското земеделие „Лакомниците“: „7 рецепти от семейства“.
- В Басенс, писателят Кристоф Дабич работи с асоциацията „История и наследство“ за създаване на тур, основан на *Черната история* (присъствието на Армията на САЩ в този район)
- В Лормонт звуковият дизайнер Еди Ладор проектира маршрут с ръгби клуба въз основа на анекдоти и разговори в съблекалнята.

Туристите могат да извървят маршрутите сами с безплатното приложение LISTENERS (СЛУШАТЕЛИТЕ) (разработено от Unendliche Studio). „PLUS“ версия на това приложение ви позволява (срещу заплащане) да се срещнете с местни хора, да опитате храна, да се срещнете с бивши и/или настоящи играчи в зависимост от маршрута. Предстои да бъде разработен и в други градове в региона ... с превод на английски (понастоящем се предлага само на френски език).



- La balade de Samuel j. Lewis -
CHRISTOPHE DABITCH

ФОРМАТ ___ 2 часа

По заявка

Цена: безплатно или с такса при допълнителна уговор fee (

Местни посетители/ Туристи

КОНТАК

Софи ГЪОНЕБО

<http://courts-circuits-nouvelleaquitaine.eu>

@courtscircuits.na

contact@lelaba.eu



Истории от Европа

ЕВРОПЕЙСКИ ПАРТНЬОРИ

Франция: Les Balades Alternatives

България: Intercultura Consult
University of Plovdiv "Paisii Hilendarski".

Италия: Consortium Materahub Cultural and Creative
Industries

Ирландия: Momentum Marketing Services Ltd
Roscommon Leader Partnership

Румъния: Universitatea Nationala de Arta Teatrala si
Cinematografica Ion Luca Caragiale

КОНТАКТИ

Франция: LE LABA

<https://lelaba.eu>

+33 (0)5 57 04 09 72

contact@lelaba.eu



www.eurostories.eu



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

