

**Interreg  
Europe**



**Co-funded by  
the European Union**

**TOURBO**

## **ОБОБЩЕНИЕ НА НАУЧЕНИТЕ УРОЦИ**

Обобщението на научените уроци се изготвя във връзка с изпълнението на проект „Стимулиране прехода на ММСП в туризма към зелена и дигитална трансформация“ (TOURBO),  
Програма ИНТЕРРЕГ ЕВРОПА 2021 – 2027

*Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява само възгледите на автора и Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в нея. Възпроизвеждането е разрешено при посочване на източника.*

## СЪДЪРЖАНИЕ

I. Анализ на четири реализирани туристически проекти и инициативи в Северозападна България по отношение на тяхното въздействие - икономическо, социално и екологично.

1. „Destination Vratsa – Greatness & Beauty in 360°“ (VR филм)

2. Lions Balloon Festival – Белоградчик

3. Национален туристически поход „По пътя на Ботевата чета“ (Козлодуй – Околчица)

4. Съвместни събития от национално и местно значение (Леденика, Ботеви дни, Есенен панаир – Враца)

5. Четирите практики в сравнение и препоръки за надграждане.

II. Извеждане на основни уроци от реализираните проекти.

III. Обобщаване и категоризиране на научените уроци.

IV. Анализ на проблемите, постигнатите резултати и уроците, които могат да бъдат приложени в бъдеще.

IV. Заключение.

## I. Анализ на четири реализирани туристически проекти и инициативи в Северозападна България по отношение на тяхното въздействие - икономическо, социално и екологично.

### 1. „Destination Vratsa – Greatness & Beauty in 360°“ (VR филм)

**Какво представлява:** 14-минутно имерсивно 360° видео (BG/EN), представящо емблематични природни и културни обекти на района. Реализирано като публично-частна инициатива (Knigini центрове – Враца и Челопек, Община Враца, VM Vision). Показвано е на 15+ събития в страната и чужбина; над 1 200 души са гледали пълната версия на място (Knigini и пещера Леденика). Бюджет: ~10 000 лв. общинско финансиране + 10 000 евро частни средства.

#### Икономически ефекти:

- ❖ Нисък праг на разход при висок имиджов ефект – продуктът усилва видимостта на дестинацията, подкрепя маркетинга на местни атракции и косвено стимулира посещения и приходи (особено за водачи, музеи, информационни центрове).

#### Социални ефекти:

- ❖ Достъпност и включване: VR форматът отваря културни и природни обекти към младежи, възрастни и хора с увреждания; повишава локалната гордост и идентичност. Партньорството с читалищни/общински структури активира общности и доброволци.

#### Екологични ефекти:

- ❖ Положителни косвени: дигитална интерпретация без физическо натоварване върху чувствителни обекти; възможност за „виртуален достъп“ при капацитетни ограничения. Рискът от свръхпосещаемост се смекчава чрез насочване към подходящи сезони/часове в комуникацията.

Този проект е икономически ефективен инструмент за брандинг и образователно-социално включване, със „зелено“ послание чрез дигитален достъп.

### 2. Lions Balloon Festival – Белоградчик

**Какво представлява:** Международен фестивал (18–20 септ. 2024, продължаващ формат), съчетаващ полети с балони с културни събития. Организатор: Lions Club – Видин с Община Белоградчик, местен бизнес и доброволци.

#### Резултати:

- ❖ 23 000 посетители на крепостта „Калето“ по време на събитието; нарастване на приходите за хотели, ресторанти, туроператори; силна онлайн ангажираност; набиране на средства за детски програми.

#### Икономически ефекти:

- ❖ Значим краткосрочен мултипликатор: директни приходи от настаняване/хранене/активности; стимулиране на локални услуги (джип сафари, е-bike, посещения на Магура). Позиционира Белоградчик като „приключенска + културна“ дестинация и удължава сезона.

#### Социални ефекти:

- ❖ Силна общностна мобилизация (Lions, община, доброволци); културен обмен и видимост на региона; част от приходите с обществена кауза (деца в СЗ България).

*Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява само възгледите на автора и Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в нея. Възпроизвеждането е разрешено при посочване на източника.*

#### **Екологични ефекти:**

- ❖ Неутрални към умерено положителни при добро управление: концентрация на посетители в ограничен период → нужна е логистика за трафик/отпадъци. Фестивалът има потенциал да интегрира „зелени“ практики (разделно събиране, местно снабдяване, въглеродна компенсация за полетите).

Това е събитие с доказан икономически ефект и висок социален капитал; следва да се надгради с екостандарты и устойчив транспорт.

### **3. Национален туристически поход „По пътя на Ботевата чета“ (Козлодуй – Околчица)**

**Какво представлява:** Годишен поход от 1947 г. насам (~120 км/7 дни), с дълбок културно-исторически и възпитателен смисъл; организира се от областна администрация, общини, МОН, доброволци, исторически дружества.

#### **Икономически ефекти:**

- ❖ Директни локални приходи (настаняване, храна, транспорт по маршрута) и дългосрочно брандиране на Враца като дестинация за културен и планински туризъм.

#### **Социални ефекти:**

- ❖ Мощен ефект върху общностната сплотеност, патриотично възпитание и междупоколенчески диалог; привлича участници от цялата страна; активира училища, клубове и доброволци; утвърждава здравословния начин на живот.

#### **Екологични ефекти:**

- ❖ Походът изисква грижа за трасето и безопасността; добрите практики (маркиране, почистване, инструктаж) минимизират натиска върху пътеки и местообитания. Потенциал за екообразование „на терен“ (leave-no-trace, биоразнообразие).

Това е икономична инициатива с трайно социално въздействие и стабилни, макар и дифузни, икономически ползи; нужни са постоянни мерки за екологичен мениджмънт.

### **4. Съвместни събития от национално и местно значение (Леденика, Ботеви дни, Есенен панаир – Враца)**

**Какво представлява:** Координирано програмиране на ключови културни събития между местни и национални институции; пример за синергия „култура + туризъм“ с измерими резултати.

#### **Резултати (2022):**

- ❖ 10 000+ посетители; 80 000 реализирани нощувки; включени 200+ местни бизнеса и 350 изпълнители.

#### **Икономически ефекти:**

- ❖ Голям обем на туристопоток, силен ефект върху заетост, приходи и заетост на МСП; рамка за пакетирание на услуги и оферти извън пик.

#### **Социални ефекти:**

- ❖ Повишена видимост на местната култура; участие на творци и самодейци; укрепване на местната идентичност и гордост; достъп на жители до качествени събития.

### Екологични ефекти:

- ❖ Управленски предизвикателства (трафик, отпадъци, шум) → възможност за „зелени протоколи“ (чист транспорт, чаши за многократна употреба, локални доставчици, еко-комуникация).

Тези координирани събития са доказана формула за икономически и имиджов ефект; потенциал за стандартизиране на устойчиви събитийни практики.

### 5. Четирите практики в сравнение

#### Икономика:

- ❖ Събитийните формати (Балон фест, съвместни културни събития) носят силни **краткосрочни мултипликаторни ефекти** (трафик, нощувки, заетост). Походът и VR продуктът допринасят за **дългосрочен бранд** и разширяване на портфолиото (култура, природа, дигитални преживявания). Данните за 23 000 посетители на крепостта и 80 000 нощувки показват реална икономическа добавена стойност за МСП.

#### Социално въздействие:

- ❖ И четирите инициативи повишават **общността ангажираност**: доброволчество, участие на младежи, достъпност (вкл. чрез VR за хора с увреждания), патриотично възпитание. Това намалява „културната дистанция“ между гости и местни, увеличава локалната гордост и социалния капитал.

#### Екология:

- ❖ Преките екологични рискове са управляеми чрез планиране и „зелени протоколи“. VR продуктът и образователните елементи в похода/събитията имат **положителен възпитателен ефект**. Ключово е въвеждане на стандарти: управление на отпадъци, транспорт, капацитет на локации, енергийна ефективност и локално снабдяване.

### 6. Препоръки за надграждане

1. **Стандарти за устойчиви събития** (зелени протоколи) за Балон фест и масови културни прояви: разделно събиране, вода на наливно, стимули за обществен/споделен транспорт, измерване и компенсация на емисии.
2. **VR като „портал“ към реални посещения**: пакетиране на VR прожекции с отстъпки/ваучери за посещение на реални обекти извън пик; достъпно съдържание за училища и хора с ограничена мобилност.
3. **Образование „на терен“ в похода**: системни „leave-no-trace“ модули, citizen-science елементи (наблюдение на биоразнообразие), партньорства с парк „Врачански Балкан“.
4. **Данни и мониторинг**: единен формат за измерване на посещаемост, нощувки, разходи/доходи на домакинства и МСП, отпадъци, транспортен отпечатък – за всички събития и инициативи; публични годишни бюлетини.
5. **Диверсификация на сезона**: тематични издания (есен/зима), комбинирание с местни продукти и занаяти; включване на микро-предприемачи от селата.

Комбинацията от **иконични събития, иновативни дигитални продукти и участие на общностите** доказано работи в Северозапада: носи видимост и приходи (краткосрочно), изгражда идентичност и умения (дългосрочно) и може да бъде управлявана екологично при ясни стандарти. Следващата стъпка е систематизация (данни, зелени протоколи, пакети за целогодишност), за да се превърне ускорението от отделните инициативи в устойчив, измерим **растеж на посетителската икономика** на региона.

## II. Извеждане на основни уроци от реализираните проекти по категории

За целите на Обобщението подредихме основните уроци от реализираните проекти по категории, като посочваме към коя(и) практика(и) се отнася всеки урок :

### Политики и регулации

- ❖ **Институционализирана координация = по-голям ефект.** Когато общините, културните институции и организаторите планират заедно (общ календар, общи правила), се постига мащаб и предвидимост на посещаемостта; нужни са ясни протоколи за безопасност, трафик и управление на капацитет при масови събития (Белоградчик, „съвместни събития“).
- ❖ **„Меки“ регулации за устойчиви събития работят.** Доброволни „зелени“ стандарти (насоки за отпадъци, местни доставки, ограничаване на пластмаса) могат да се прилагат чрез наръчник/условия за партньорство – по-лесно се приемат от организаторите и бизнеса (Балон фест; общински културни формати).
- ❖ **Дигиталните продукти изискват рамка за публично-частно партньорство.** За VR съдържание е ключово да има ясни правила за собственост/ползване/разпространение и интеграция в общинския маркетинг (VR Vratsa 360°).
- ❖ **Безопасност и консервация по маршрути.** При походи и линейни маршрути са нужни минимални задължителни изисквания (маркировка, инструктаж „не оставяй следи“, контрол на групи) – това опазва ресурси и намалява рискове (Ботев поход).

### Икономическо въздействие

- ❖ **Събитията са „ускорители“ с краткосрочен мултипликатор.** Еднократни формати концентрират търсенето (нощувки, храна, доп. услуги) и подхранват сезонно удължаване; нужни са пакети с местни МСП, за да се задържи стойността локално (Белоградчик; съвместни събития).
- ❖ **Дигиталните преживявания изграждат дългосрочен бранд и „канал за продажби“.** VR съдържанието привлича и подгръва интерес, а когато е свързано с ваучери/отстъпки за реални посещения, превръща вниманието в пътувания (VR Vratsa 360°).
- ❖ **Иконичните маршрути носят „тиха“ но трайна стойност.** Походите генерират стабилно търсене за настаняване и услуги по трасето, като паралелно брандират дестинацията (Ботев поход).

- ❖ Комбинацията „култура + приключение“ вдига средния разход на турист. Пакетиране на балони/скални атракции + фестивали/обиколки увеличава престоя и средния чек (Белоградчик).

#### Работа в мрежа и ангажираност

- ❖ **Общност + доброволчество = социален капитал.** Успехът на масови събития и походи зависи от мобилизирането на местни клубове, читалища, НПО и бизнес – това повишава приемането и качеството на преживяването (Балон фест; Ботев поход).
- ❖ **Публично-частните коалиции ускоряват реализацията.** Сдружаването на община, туристически оператори и съдържателни партньори (напр. медии/продуценти) скъсява срокове и подобрява дистрибуцията (VR Vratsa 360°; съвместни събития).
- ❖ **Ясна роля на водеща институция или организация, която координира и подрежда усилията на всички участници.** Нужен е водещ координатор (община/Палата/клуб), който да държи календар, партньорства и стандартите – иначе се губи синергия (съвместни събития; Белоградчик).
- ❖ **Младежко участие и обучение.** Включването на ученици/студенти (водачи, доброволци, дигитален екип) създава приемственост и нови услуги (Ботев поход; VR прожекции в обучителен контекст).

#### Екологична устойчивост

- ❖ **„Дигитално първо“** (при планиране, управление и промотиране на туризма първо се мисли за дигиталното решение, а след това за физическото/традиционното) **намалява натиска върху чувствителни локации.** Виртуалните преживявания и хибридни модели (VR + реално посещение в непииков час) пазят природата и подобряват разпределението на поток (VR Vratsa 360°).
- ❖ **Зелени протоколи за събития са задължителни при пикова посещаемост.** План за транспорт, отпадъци, капацитет и местни доставки минимизира отпечатъка (Белоградчик; големи градски събития).
- ❖ **Образование „на терен“ променя поведение.** Инструктаж „Leave No Trace“, маркировка и доброволчески почиствания по маршрути намаляват еко-рисковете и възпитават посетителите (Ботев поход).
- ❖ **Стандарти за еко-сертифициране насърчават МСП.** Дори доброволни етикети (намалена пластмаса, енергийна ефективност) се приемат, когато са свързани с промоция/видимост в общия календар и кампании (съвместни събития).

### III. Обобщаване и категоризиране на научените уроци.

#### 1. Политики и регулации

Опитът от реализираните инициативи в Северозападна България показва, че ефективната политика в туризма изисква координация, гъвкавост и приложимост. Няколко аспекта се открояват:

- ❖ Координиран календар – когато събитията са обединени в общ календар на региона, се избягва вътрешната конкуренция и се изгражда по-силна дестинационна марка. Така Белоградчишкият балон фест и съвместните културни

*Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява само възгледите на автора и Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в нея. Възпроизвеждането е разрешено при посочване на източника.*

прояви във Враца могат да се подкрепят взаимно, вместо да се разпиляват ресурси.

- ❖ Леки и приложими зелени изисквания – вместо тежки и често неприложими регулации, успешни са „меките“ стандарти: препоръки за разделно събиране на отпадъци, насърчаване на местни доставчици или ограничаване на пластмасата при събития. Те са лесни за въвеждане, не натоварват прекомерно организаторите и същевременно изграждат култура на устойчивост.
- ❖ Публично-частни партньорства за дигитално съдържание – добрият пример е VR филмът „Destination Vratsa – Greatness & Beauty in 360°“. Той показва, че когато общини, читалища и бизнес инвестират заедно в нови технологии, се постига висок ефект с ограничени средства. Такива партньорства трябва да се институционализират, за да се мултиплицират.

## 2. Икономическо въздействие

Инициативите ясно демонстрират, че туризмът в региона може да носи двойно икономическо измерение – **краткосрочен пик и дългосрочна стойност**.

- ❖ Масови събития = пикова стойност. Балон фестът в Белоградчик и културните фестивали във Враца водят до внезапен ръст на приходи за хотели, ресторанти и местни производители. Те играят ролята на икономически „ускорители“.
- ❖ VR и иконичните маршрути = дългосрочен бранд. Виртуалните продукти и емблематични инициативи като Ботевия поход създават траен имидж и повтаряемо търсене. Те са „тихи двигатели“ на устойчивото развитие, които не носят моментален финансов пик, но изграждат разпознаваемост и доверие към региона.
- ❖ Комбинация за оптимален ефект. Съчетаването на събитийни формати с дигитални продукти и културно-исторически маршрути позволява да се постигне и краткосрочна финансова инжекция, и дългосрочен маркетингов капитал.

## 3. Работа в мрежа и ангажираност

Основен урок е, че туризмът не може да се развива изолирано – нужен е постоянен диалог и споделена отговорност.

- ❖ **Необходима е водеща институция или организация**, която координира и подрежда усилията на всички участници. Всяка инициатива трябва да има водеща институция (например община, областна администрация или регионален съвет), която да координира партньорствата, да поддържа календара и да задава стандарти. Без такъв „диригент“ усилията остават разпокъсани.
- ❖ **Широка коалиция**. Успешните практики показват, че включването на общини, НПО, културни институции, бизнеси и младежи гарантира не само ресурс, но и социална легитимност. Доброволци, читалища, клубове и местни предприемачи се превръщат в двигатели на устойчиви промени.
- ❖ **Младежи като фактор**. Включването на ученици и студенти като доброволци, стажанти или дигитални посланици осигурява приемственост и свежи идеи, като едновременно намалява риска от „застаряване“ на туристическите инициативи.

#### 4. Екологична устойчивост

Съвременният турист очаква устойчиво и отговорно поведение от дестинациите. Научените уроци потвърждават, че е възможно да се намали отпечатъкът, без да се жертва икономическата стойност:

- ❖ **Дигитални алтернативи.** VR съдържанието и дигиталните турове позволяват да се „разтоварят“ най-натоварените обекти, като се създават виртуални изживявания за широк кръг хора, включително такива с ограничена мобилност.
- ❖ **Зелени протоколи за събития.** Фестивали и масови прояви трябва да прилагат минимални еко стандарти: план за отпадъци, ограничаване на пластмасата, насърчаване на споделен транспорт. Такива практики не намаляват атрактивността на събитията, но засилват позитивния имидж.
- ❖ **Обучение и възпитание.** Инициативи като Ботевия поход показват, че когато посетителите и участниците са обучени да спазват принципите „Не оставяй следи“ и опазвай природата, екологичният отпечатък се минимизира, а положителният ефект върху местните ресурси се засилва.

Уроците сочат, че успешното развитие на туризма в Северозападна България зависи от интеграцията между политики, икономика, мрежи и екология. Не става дума за отделни проекти, а за цялостен подход, при който всяка инициатива едновременно стимулира икономиката, укрепва социалния капитал и пази природата.

#### IV. Анализ на проблемите, постигнатите резултати и уроците, които могат да бъдат приложени в бъдеще.

##### 1. Проблеми и предизвикателства

Анализът на туристическите инициативи и прилагането на Областната стратегия за туризма във Враца очертава няколко системни предизвикателства:

- ❖ **Политики и управление:** Стратегията формулира ясни цели, но липсва механизъм за координация и редовен преглед. Няма общ календар на събитията, което води до фрагментираност и пропуснати възможности за синергия.
- ❖ **Икономика:** Регионът разчита основно на масови събития за краткосрочни приходи, без достатъчно диверсификация и целогодишни продукти. Недостатъчно е включването на местни МСП и производители във веригата на стойност.
- ❖ **Мрежи и ангажираност:** Участието на общности и доброволци е налице, но липсва постоянен „оркестратор“, който да координира институции, бизнес и НПО. Ролята на младежите в сектора все още е ограничена.
- ❖ **Екология:** Екологичната устойчивост не е систематично интегрирана – няма „зелени протоколи“ за събития, няма системи за еко-сертифициране на МСП и образованието на туристите остава спорадично.

## 2. Постигнати резултати

Въпреки проблемите, реализираните инициативи в Северозападна България показват значителни постижения:

- ❖ **Политики и регулации:** Въведени са успешни модели за публично-частни партньорства, особено при дигитални продукти като VR филма „Destination Vratsa“. Наблюдава се тенденция към по-гъвкави и приложими регулации при събитията.
- ❖ **Икономическо въздействие:** Масовите събития като Балон феста в Белоградчик носят внушителен краткосрочен ефект – хиляди посетители, увеличени приходи за местния бизнес, разширено търсене на услуги. Културни маршрути и VR продукти създават дългосрочен бранд и разпознаваемост на региона.
- ❖ **Работа в мрежа:** Създадени са широки партньорства, които мобилизират общности, доброволци и културни институции. Съвместните културни прояви във Враца демонстрират как координацията между местни и национални институции може да донесе високи резултати.
- ❖ **Екология:** Макар и частично, въвеждат се практики за намаляване на натиска върху природни ресурси – VR съдържание, образователни инициативи по време на похода „По пътя на Ботевата чета“.

## 3. Научени уроци и тяхното приложение в бъдеще

### 3.1. Политики и регулации

- ❖ **Урок:** Работещата рамка е комбинация от координиран календар, приложими зелени изисквания и публично-частни партньорства за дигитализация.
- ❖ **Приложение:** Създаване на Областен съвет за устойчив туризъм и дигитален преход, който да координира календара и да въвежда стандарти.

### 3.2. Икономическо въздействие

- ❖ **Урок:** Масовите събития носят пикова стойност, докато VR продукти и културни маршрути изграждат дългосрочен бранд и стабилно търсене.
- ❖ **Приложение:** Комбиниране на краткосрочни събитийни формати с дългосрочни дигитални и културно-исторически продукти за балансиран растеж.

### 3.3. Работа в мрежа и ангажираност

- ❖ **Урок:** Успехът изисква водещата институция или организация, която да координира и подрежда усилията на всички участници и широка коалиция – общини, НПО, бизнес и младежи.
- ❖ **Приложение:** Формализиране на партньорства чрез споразумения, активно включване на младежи чрез стажове, доброволчество и дигитален маркетинг.

### 3.4. Екологична устойчивост

- ❖ **Урок:** Дигитални алтернативи, зелени протоколи и обучение на туристите намаляват отпечатъка, без да жертват стойността.
- ❖ **Приложение:** Въвеждане на минимални зелени стандарти за събития и обекти; интегриране на еко-образование в туристически инициативи.

## V. Заключение

Туризмът в област Враца е в преход: от традиционно ориентиран към природни и културни ресурси сектор към интегриран модел, в който **дигитализацията, устойчивостта и общественото участие** стават водещи. Постигнатите резултати доказват, че регионът може да привлича големи потоци от туристи, да изгражда дългосрочен бранд и да мобилизира местни общности.

Уроците сочат, че бъдещият успех ще зависи от:

- ❖ *инст ит уционализирана координация и адапт ивни полит ики,*
- ❖ *съчет аване на крат косрочни събит ия с дългосрочни дигит ални продукт и,*
- ❖ *широка ангажираност на мест ни акт ьори и младежи,*
- ❖ *сист емат ично въвеждане на зелени ст андарт и и еко-образование.*