



Park prirode Ulcinjska solana: turistički razvoj zasnovan na zajednici i prirodi

#SaveSalina #ForSalt #ForBirds #ForPeople

## INFORMACIJE O PROJEKTU, SMJERNICE I UPUSTVA ZA PRIJAVLJIVANJE

### O PROJEKTU

#### OBRAZLOŽENJE I CILJEVI PROJEKTA

Druga faza projekta „Park prirode Ulcinjska solana: turistički razvoj zasnovan na zajednici i prirodi“ stremlji da uz mjere zaštite prirode razvije i ekoturističke proizvode unutar i oko novozaštićenog područja Ulcinjska solana.

Jedna od najvažnijih komponenti je svijest i aktivizam lokalne zajednice, kao i podrška promociji radi ostvarenja društvene i ekonomske koristi.

Stoga pozivamo stanovnike Ulcinja da daju svoj doprinos mjerama usmjerenim ka zaštiti ovog područja sa njegovim jedinstvenim istorijskim i kulturnim vrijednostima, prirodom i divljim svijetom, te da učestvuju u zajedničkom kreiranju atraktivnih i tržišno-konkurentnih turističkih iskustava/proizvoda/usluga i ponuda kroz projekte koje će zajedno finansijski i logistički podržati fondacija EuroNatur, Centar za zaštitu i proučavanje ptica (CZIP) i društvo Dr Martin Šnajder Jakobi (MSJA).

Nakon 15 godina i pet međunarodnih konferencija, Ulcinjska solana je konačno proglašena parkom prirode i ramsarskim područjem – močvarom od međunarodnog značaja.

Zajedno sa javnim i privatnim sektorom, kao i sa angažovanim i zainteresovanim pojedincima, nastojimo da pomognemo u stvaranju osnove za pojačanu ekološku odgovornost i socioekonomski razvoj Ulcinja sa okolinom. Želimo da stvaramo i mjerimo ono što je bitno.<sup>1</sup>

#### KO MOŽE APLICIRATI?

**Svi koji imaju originalnu ideju** o tome kako razviti ili unaprijediti svoj biznis na održiv način, a od kojeg Ulcinjska solana može imati direktnu ili indirektnu korist mogu prijaviti svoj projekat na ovaj poziv.

Ohrabrujemo i pozivamo:

- turistička preduzeća i start-up kompanije, lokalne smještajne kapacitete, kampove, nove turističke operatore, vodiče na otvorenom, gastornomske djelatnosti, druge pružaoce usluga (iznajmljivanje bicikala i sl.), izrađivače rukotvorina i suvenirna;
- lokalne radne grupe, nevladine organizacije, udruženja koja se bave zaštitom nasleđa, kulture i prirode;
- mlade mještane/ke kako bi se pridružili i zajednički stvarali perspektive za svoje buduće kvalifikacije i poslovne prilike u održivom turizmu i povezanim oblastima rada, uključujući mogućnosti međunarodnog umrežavanja.

---

<sup>1</sup> Ključni pokazatelji učinka biće dio projektnog okvira.



## Park prirode Ulcinjska solana: turistički razvoj zasnovan na zajednici i prirodi

#SaveSalina #ForSalt #ForBirds #ForPeople

### Planirani tok realizacije i vremenski okviri:

#### 1) Poziv za podnošenje prijava biće lansiran 25. maja

Poziv će biti objavljen u medijima i na društvenim mrežama. Poseban akcenat biće na lokalnim medijima. Takođe, vijest ćemo raširiti i kroz već postojeću mrežu lokalnih partnera.

#### 2) Informativna radionica – 3. juna

Radionica će biti organizovana u vidu info sesije. Biće otvorenog tipa i moći će da joj prisustvuju svi koji su potencijalno zainteresovani da se prijave na konkurs.

Imajući u vidu da se ovim projektom uglavnom targetiraju lokalne zajednice čiji predstavnici obično nemaju mnogo iskustva u pisanju projekata, cilj ove radionice je da im podbrije objasni koja su očekivanja od pristiglih formulara.

Na radionici saznajte koji se projekti mogu kvalifikovati, kako da ideju učinite jedinstvenom, kako pripremiti jasan i primamljiv program, plan i paket za turiste i druge informacije i uputstva kako da vašu ideju uspješno sprovedete u djelo.

#### 3) Prijave građana u periodu 25. maja – 20. juna

Građani će u navedenom periodu popuniti i poslati prijavne formulare. U međuvremenu mogu kontaktirati osobe navedene kao kontakt sa bilo kojim dodatnim pitanjem, potrebom za dodatnom informacijom, pojašnjenjem i sl.

#### 3) Evaluacija pristiglih aplikacija u periodu 20. juna – 30. juna

U navedenom periodu EuroNatur, CZIP i društvo MSJA izvršiće evaluaciju pristiglih prijava.

#### 4) Radionica za nagrađene projekte – ukoliko se ukaže potreba za tim.

### BUDŽET

Maksimalan budžet za jedan projekat je 10.000 EUR (deset hiljada eura).

Pored prijavnog formulara aplikanti moraju propuniti i zaseban eksel dokument – *Bužet za male grantove*. Ovaj template te unaprijed pripremljen, kako bi učesnicima na pozivu olakšao učešće.

Još jednom ohrabujemo da kontaktirate navedene kontakt osobe u vezi sa svim nedoumicama koje imate prilikom popunjavanja i pripreme dokumenata.

Zadržavamo pravo da izmijenimo određene stavke i aktivnosti u pristiglim projektnim predlozima uz saglasnost aplikanta.



## Park prirode Ulcinjska solana: turistički razvoj zasnovan na zajednici i prirodi

#SaveSalina #ForSalt #ForBirds #ForPeople

### Preporuke za fazu pisanja programa i obraćanja gostima:

**Načelo:** Nova znanja, nove vještine, nove mogućnosti za saradnju, nove ideje i nove poslovne prilike učinjene su dostupnim svima koji su zainteresovani i aktivni za vrijeme trajanja procesa.

1. Vaša ideja mora biti jasna – šta želite da dobijete kroz našu podršku: proizvod ili uslugu koju želite da plasirate na tržištu
2. Obratite pažnju da ideja bude autentična kako bi na tržištu bila konkurentna
1. Razmislite o jedinstvenoj “priči”, iskustvu, proizvodu ili usluzi koja uključuje prirodno i kulturno nasleđe, ili njihovu kombinaciju kao i eventualnu saradnju sa drugima.
2. Fokusirajte se na novo iskustvo i opišite kakve koristi će nastati njegovom realizacijom, kako u pogledu ljudi tako i u pogledu prirode, edukacije.
3. Ukoliko je u pitanju proizvod, mislite o njegovom plasiranju
4. Razmislite o strategiji obraćanja turistima: Ko je vaša ciljna grupa? Šta oni preferiraju?  
Ukoliko je u pitanju proizvod – kako doprijeti do svoje ciljne grupe. Npr. Ukoliko planirate brendiranje i plasiranje vašeg maslinovog ulja na tržište, razmislite o tome da li su vam ciljna grupa domaći ili strani potrošači? Koji su to kanali kojima najbolje možete doprijeti do njih – ovdje već morate voditi računa o starosnoj dobi ciljne grupe i u skladu sa tim dodatno suziti ili proširiti način promocije i distribucije.  
Da li su u pitanju turisti zainteresovani za usko-specifične usluge – npr. posmatrači ptica. Da li im uz tu uslugu možete ponuditi neku dodatnu koja bi bila u sveri njihovog interesovanja? Pri tome vodite računa da to za vas ne predstavlja dodatno opterećenje koje ne možete iznijeti i negativno utiče na kvalitet vaše osnovne usluge. Dakle, vodite se principom: kvalitet, ne kvantitet.
5. Razmislite o tome da ukoliko želite da ponudite jednu uslugu, kontaktirate potencijalne saradnike, sa kojima možete zajedno konkurisati i imajući kompletniju ponudu i više šanse da vaša ideja bude podržana.  
Npr. ukoliko želite da ponudite vođenje tura za aktivni turizam, razmislite da se uvežete sa nekim iz vaše zajednice ko bi mogao, recimo, da ponudi smještaj i hranu.
6. Vodite računa da rokovi koje postavljate budu realistični, a ipak da ne odugovlačite, jer je vama u interesu da što prije završite projekat i dobijete novu ili unaprijedite postojeću ponudu.