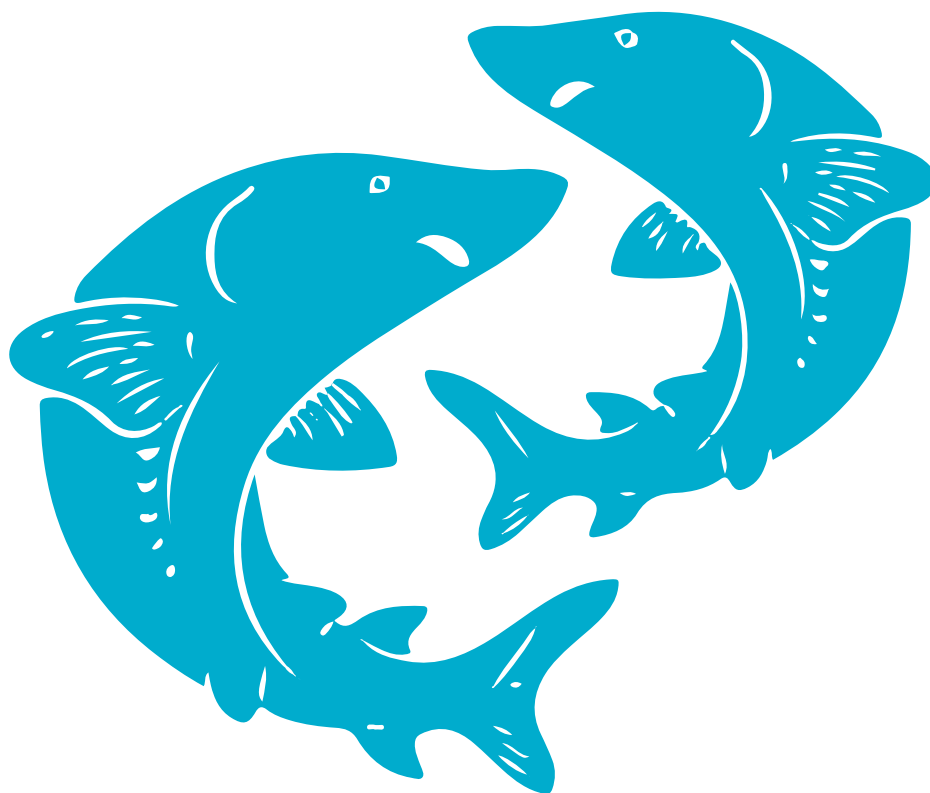




OVAJ
PROJEKT
SE FINANSIRA
IZ EU LIFE
PROGRAMA



2018



Razvijanje alternativnih izvora prihoda sa ciljem očuvanja i zaštite dunavskih jesetri

Projekat „Održiva zaštita jesetri donjeg Dunava sprečavanjem i borbom protiv krivolova i ilegalne trgovine - ŽIVOT za dunavske jesetre”



WWF i projektni partneri zahvaljuju Evropskoj komisiji na finansijskoj podršci. Sav sadržaj i mišljenja izražena u ovoj brošuri su isključivo stavovi i mišljenja WWF-a i projektnih partnera.

© Svetska organizacija za prirodu

Sva prava zadržana. Zabranjeno je kopiranje i umnožavanje fotografija i teksta elektronskim putem ili na bilo koji drugi način bez prethodne dozvole autora i izdavača.

SADRŽAJ

Dunavske jesetre	5
Projekat „ŽIVOT za dunavske jesetre” i rad sa lokalnom zajednicom	6
Studija „Procena društveno-ekonomske situacije i dostupnosti prirodnih resursa u Prahovu, Radujevcu i Negotinu - Istočna Srbija”	8
Društveno-ekonomska situacija u Negotinu i okolini	11
Dostupni prirodni resursi kao potencijali za razvoj biznisa	13
Predlozi i preduslovi za razvoj alternativnih izvora prihoda	16
Mogući izvori finansiranja	19
Faza 1 - Kreiranje brenda	24
Faza 2 - Prateći programi	25
Faza 3 - Razvoj scenarija za privredni razvoj zajednice	28
Beleške	30

PROCENA DRUŠTVENO-EKONOMSKE SITUACIJE I DOSTUPNOSTI PRIRODNIH RESURSA U PRAHOVU, RADUJEVCU I NEGOTINU, RADI RAZVIJANJA ALTERNATIVNIH IZVORA PRIHODA SA CILJEM OČUVANJA I ZAŠTITE DUNAVSKIH JESETRI

DUNAVSKE JESETRE

Jesetre vode poreklo još iz vremena dinosaurus, od pre 200 miliona godina. Danas su nažalost najugroženije životinje na svetu prema Crvenoj listi ugroženih vrsta Međunarodne unije za zaštitu prirode (IUCN), sa svega nekoliko preostalih prirodnih staništa koja im pružaju odgovarajuće uslove za opstanak. Reka Dunav je jedno od poslednjih staništa ovih migratornih vrsta riba (nizvodno od hidroelektrane „Đerdap II“), a Rumunija i Bugarska čuvaju jedine značajne populacije jesetri u Evropskoj uniji.

Dunavske jesetre su važne, jer predstavljaju indikatore zdravog ekosistema. Uglavnom žive u Crnom moru, migrirajući u Dunav radi mresta. Mogu dostići 6 metara dužine (u proseku 2 – 3,5 metra), 1.000 kilograma težine, i mogu da žive oko 100 godina.

Ilegalni ribolov i trgovina mesom i kavijarom glavna su pretnja opstanku dunavskih jesetri, uz presecanje migratornih puteva za mrest usled izgradnje brana, uništavanje i gubitak njihovih staništa, i zagađenje voda, i WWF aktivno radi na uklanjanju ovih pretnji.

A large fish, likely a Danube sturgeon, is shown lying on a brown fishing net. The fish is positioned diagonally across the frame, with its head towards the bottom left and its tail towards the top right. The net is made of a coarse, woven material and is spread out on a dark surface. The fish has a long, pointed snout and a large, flat head. Its body is covered in small, bony scutes. The background is dark and out of focus.

PROJEKAT „ŽIVOT ZA DUNAVSKE JESETRE“ I RAD SA LOKALNOM ZAJEDNICOM

Projekat „ŽIVOT za dunavske jesetre“ u Srbiji je fokusiran na doprinos zaustavljanju i smanjenju gubitaka populacije divljih jesetri, simbola i blaga reke Dunav, kao i na sprovođenju EU strategije za dunavski region i Programa za zaštitu dunavskih jesetri „Jesetre 2020“. Ovi ciljevi ostvaruju se kroz podizanje svesti javnosti i društveno-ekonomske mere koje podržavaju očuvanje jesetri, kao i izgradnju kapaciteta svih donosioca i sprovodilaca zakona u borbi protiv ilegalnog ribolova i trgovine ovim vrstama.



*Ilegalni ribolov i trgovina kavijarom glavna su pretnja opstanku jesetri
© WWF - Emma Duncan*

Jedan od osnovnih ciljeva projekta je da se alasi i lokalne zajednice do 2020. godine zauzmu za zaštitu jesetri, kao i da budu voljni i sposobni da koriste alternativne izvore prihoda kao zamenu za izlov jesetri, i na taj način omoguće populacijama jesetarских vrsta da se obnove.

Kako je migratorni put jesetarских vrsta na Dunavu presečen izgradnjom brana HE „Đerdap I” i „Đerdap II”, najuzvodnija tačka u Evropi do koje jesetre mogu da stignu na teritoriji Republike Srbije je brana HE „Đerdap II” i sela Prahovo i Radujevac. Upravo zbog ove činjenice opština Negotin i sela Prahovo i Radujevac su odabrana kao značajna i uključena u projekat.

STUDIJA „PROCENA DRUŠTVENO-EKONOMSKE SITUACIJE I DOSTUPNOSTI PRIRODNIH RESURSA U PRAHOVU, RADUJEVCU I NEGOTINU - ISTOČNA SRBIJA“

Kako bi pronašli mogućnosti za razvijanje alternativnih izvora prihoda, WWF i konsultantska kuća Iskriva u saradnji sa predstavnicima lokalne zajednice, uradili su studiju „Procena društveno-ekonomske situacije i dostupnosti prirodnih resursa u Prahovu, Radujevcu i Negotinu – Istočna Srbija“ kao pripremnu aktivnost za rad na razvijanju biznisa, koja sadrži:

- osnovne činjenice i statističke podatke o Prahovu i Radujevcu za procenu društveno-ekonomske situacije,
- analizu dostupnih prirodnih resursa za razvoj alternativnih izvora prihoda zajednica,
- predloge mogućih scenarija za razvoj alternativnih izvora prihoda zajednica,
- prikaz potencijalnih partnera i fondova za razvoj alternativnih izvora prihoda, kao i
- primere dobrih praksi.



Istraživanje tima iz Srbije na terenu, poseta dvojici ribara sa privrednom dozvolom © WWF

Za potrebe izrade studije i iznalaženja realnih scenarija za alternativne izvore prihoda zajednica, organizovana je radionica „Opstanak jesetri – prilika za razvoj naše zajednice”, 7. novembra 2017. godine u prostoru Dečijeg odeljenja Narodne biblioteke „Dositej Novaković” u Negotinu. Nakon upoznavanja učesnika sa problematikom zaštite jesetri i prezentacije primera dobrih praksi, kroz rad u grupama došli smo do originalnih ideja za razvoj alternativnih izvora prihoda.

Jedan od najvažnijih preduslova za kasniju realizaciju tih ideja je da se same zajednice uključe u proces pronalaženja rešenja za alternativne prihode, jer je bez ovog elementa teško garantovati primenjivost i kasniju realizaciju biznis planova.



Fotografije sa radionice „Opstanak jesetri – prilika za razvoj naše zajednice © WWF



DRUŠTVENO-EKONOMSKA SITUACIJA U NEGOTINU I OKOLINI

Društveno-ekonomski status Negotina, Prahova i Radujevca urađen je na osnovu dostupnih podataka o naseljima, geografskom položaju, postojećoj planskoj i strateškoj dokumentaciji, koji se mogu dovesti u vezu sa razvojem alternativnih izvora prihoda i razvoja lokalne zajednice.





© Turistička organizacija opštine Negotin

- **Opština Negotin** se nalazi u istočnom delu Srbije i pripada Borskom okrugu. Jugoistočno i istočno se graniči sa Republikom Bugarskom u dužini od 41 km, a severoistočna granica je sa Rumunijom u dužini od 35,5 km duž međunarodne reke Dunav. Opština Negotin obuhvata 38 naseljenih mesta, između ostalih i Prahovo i Radujevac, i spada u retko naseljeno područje sa 31 stanovnikom po 1 km². Ukupna površina opštine Negotin iznosi 1.090 km² što je 1,9% od ukupne površine teritorije Republike Srbije i nalazi se na sedmom mestu po površini.
- **Prahovo** je industrijsko naselje, udaljeno oko 9 km od centra Negotina i oko 4 km od HE "Đerdap II". U naselju su prisutni brojni ekološki problemi, pre svega zbog neadekvatnih deponija fosfogipsa i piritne izgoretine u okviru kompleksa hemijske industrije. U Prahovu se nalazi i luka "Prahovo" koja je od međunarodnog značaja.
- **Radujevac** je seosko naselje udaljeno oko 13 km od centra Negotina.

Prema stepenu razvijenosti jedinica lokalnih samouprava Negotin pripada III grupi nedovoljno razvijenih jedinica lokalne samouprave čiji je stepen razvijenosti u rasponu 60%-80% republičkog proseka. Prema popisu iz 2011. godine, opština Negotin ima oko 50.000 stanovnika, od kojih je skoro 13.000 u inostranstvu. Prema rečima meštana, u Prahovu stalno živi samo oko 600 ljudi, a u Radujevcu oko 400. U Republici Srbiji, prema istom popisu živi oko 7.200.000 stanovnika, što znači da Negotin u ukupnom broju stanovništva učestvuje sa oko 0,7 %.

Starost stanovništva je faktor koji ograničava dalji demografski, socijalni, ekonomski, kulturni i prostorni razvitak opštine u celini, a posebno njenog ruralnog dela. Uzrok negativnih kretanja predstavlja **nedovoljan ekonomski razvoj i neravnomeran razvoj** – nizak društveni proizvod po stanovniku, nedovoljna zaposlenost, otežani uslovi privređivanja, investiranja i slično.

Možda najslikovitiji prikaz situacije u naseljima Prahovo i Radujevac nosi informacija da je **broj učenika u osnovnim školama u padu**. U školskoj 2007/2008. godini školu je pohađalo 165 učenika, a u školskoj 2011/2012. godini, 134 učenika. Prema nezvaničnim podacima dobijenim od direktorke osnovne škole, u školsku 2017/2018. godinu upisano je 63 dece iz Prahova i 36 dece iz Radujevca.

Detaljni statistički podaci o Negotinu, Prahovu, Radujevcu, kao i najvažniji opis strateških dokumenata prikazani su u Studiji.

Najznačajniji zaključak je da u planskim dokumentima ne postoje podaci o ugroženosti jesetri, niti su jesetre prepoznate kao resurs, što ukazuje na to da zaštita jesetri ne predstavlja prioritet lokalne samouprave i lokalne zajednice.

DOSTUPNI PRIRODNI RESURSI KAO POTENCIJALI ZA RAZVOJ BIZNISA

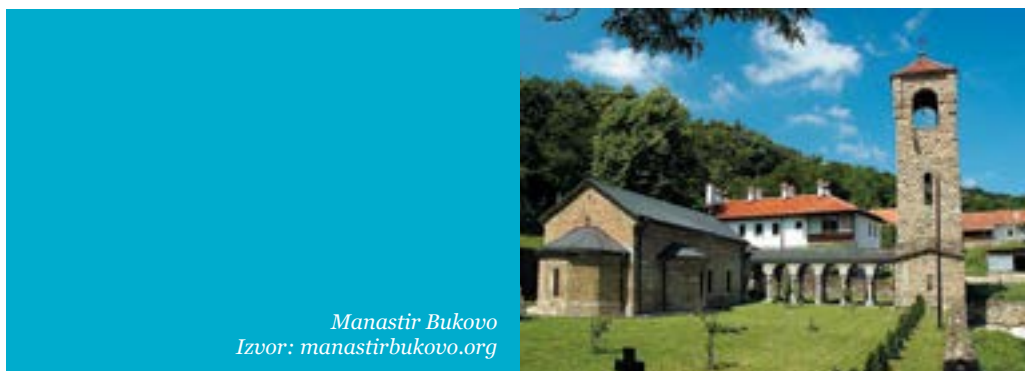
Resursi prepoznati u zajednici kao potencijali za održivo korišćenje i za alternativne izvore prihoda su podeljeni na Prirodne, Kulturno-istorijske, Običaje, mitove i legende, Turizam i Jesetre kao prirodan, kulturni i turistički resurs.

Od prirodnih resursa prepoznati su:

- **Reka Dunav** - međunarodna reka, plovna u Srbiji celom svojom dužinom. Tokom 2017. godine na pristaništima u našoj zemlji je bilo oko 1.000 pristajanja kruzera sa više od 130.000 putnika. Razvoj Luke „Prahovo” doprineo bi povećanoj dostupnosti ovog regiona i boljem pozicioniranju Prahova i okoline na turističkim mapama.
- **Ribarsko područje „Dunav”** kome pripada deonica Dunava od brane „Đerdap II” do granice. Celim RP „Dunav” gravitira 1.300-2.000 rekreativnih ribolovaca.
- Prirodne lepote **Vratnjanskih kapija (kanjona Vratne) i Mokranjskih stena** obogaćuju turističku ponudu ovoga kraja i doprinose mogućem turističkom razvoju zajednice.
- **Lekovito bilje i šumsko (bobičasto) voće:** Obilje netaknute prirode u okolini Negotina, mogućnosti za proizvodnju i izvoz. U Prahovu i Radujevcu se može organizovati marketiranje i distribucija ovih proizvoda.



Vodopad na Mokranjskoj steni i vinski put Negotin
© Turistička organizacija opštine Negotin (levo) / izvor:serbia.com (desno)



Manastir Bukovo
Izvor: manastirbukovo.org

- **Zemljište, tereni i klima, pogodni za gajenje vinove loze:** Negotinska vina su sama po sebi već poznat brend, ali je moguće povezivanje sa brendom jesetri.

Od kulturno-istorijskih resursa prepoznati su:

- **Blizina velikih arheoloških nalazišta** (Lepenski vir, Viminacijum, Trajanova tabla i Trajanov most i dr.) koja su već mapirana na evropskim i turističkim mapama, i koja su ušla u ponudu turistima na kruzerima. Mogućnost povezivanja sa ponudom opštine Negotin.
- **„Dunavski vilenjak”** (Potopljena crnomorska flota nemačkih okupacionih snaga sa municijom i ranjenicima), kao turističko istorijska atrakcija, kao osnov za razvoj virtualnog muzeja „jesetri i brodova”, od velikog interesa za turiste iz Nemačke i Austrije.
- **Stevan Stojanović Mokranjac** – srpski kompozitor. Mokranjac je za Srbiju ono što je Mocart za Austriju ili Franc List za Mađarsku.
- **Manastiri:** Manastiri su kulturni spomenici i deo istorije i arhitekture Srba na koje su jako ponosni. Dodatno, od velikog interesa za turiste iz Srbije može biti predanje da je u blizini manastira Koroglaš sahranjen Marko Kraljevič, srpski junak koji je bio simbol borbe protiv Turaka.
- **Negotinski muzej**, kao kulturno istorijski spomenik obogaćuje turističku i kulturnu ponudu ovoga kraja.



Portret S.S. Mokranjca (rad slikara Uroša Predića)
izvor: wikipedia.org

Među običajima, bajkama, mitovima i legendama prepoznati su:

- **Vlaška i slovenska magija:** Među prvim asocijacijama koju građani Srbije imaju kada se pomene istočna Srbija je i vlaško kulturno nasleđe oličeno u mitovima i magijskim ritualima. Oni su jedinstven i autentičan resurs koji treba iskoristiti pri brendiranju i plasiranju proizvoda, a može da posluži i kao osnov za organizovanje raznih festivala koji bi doprineli i privrednom razvoju zajednice.
- **Ecovirtour:** Već postojeći e-vodič za eko destinacije Srbije za android telefone. Ovde su objedinjeni svi elementi održivog turizma i ekoturizma.
- **„Priče o pričama” (Storytelling) o jesetrama i kavijaru:** Jesetre su prirodna, ali i kulturna baština. Ideja nije da se promovise kavijar od divljih jesetri i njegova potrošnja, već da se jedno vreme o kome se neretko priča sa nostalgijom, stavi u kontekst istrebljenja čitave jedne grupe riba. Milioni godina evolucije su izbrisani za samo par decenija vladavine kulture hedonizma i ljudske pohlepe.
- **Hajduk Veljko i Čučuk Stana:** Priča o Čučuk Stani, devojčici ratnici i heroini ovoga kraja, može da doprinese obogaćivanju turističke ponude Negotina i stvaranju „Brand Story”. Ovo je lep primer o borbi i hrabrosti koja je potrebna čak i u današnje vreme svima, a posebno devojčicama, da se bore za svoja prava i za ono u šta veruju, a možda motiviše i nove snage u odbrani jesetri.

U poglavlju „Turistički resursi” istaknuti su:

- **Turizam kao prepoznat prioritet za razvoj**, spremnost povratnika iz inostranstava da ulažu u turističke kapacitete.
- **Gastroturizam:** specifični specijaliteti ovog kraja i mogućnost razvoja novih inspirisanih brendom „jesetre” (npr. bombone u obliku kavijara).
- **Biciklizam:** rute Eurovelo 6 i 13, godišnje ovim stazama vozi oko 15.000 biciklista.

Jesetre kao prirodan, kulturno-istorijski i turistički potencijal predstavljaju novi, neiskorišćen resurs za razvoj lokalne zajednice.



Zamišljeni izgledi mitskih bića vlaške magije (levo), Hajduk Veljko i Čučuk Stana (desno)
izvor: wikipedia.org (levo) / secanja.com (desno)



Turistička karta okoline Negotina i Dunavska biciklistička ruta
 izvor: discoverserbia.org (levo) / JP „Nacionalni park Đerdap“ (desno)

Činjenica da su Prahovo i Radujevac poslednje stanice u Evropi gde se mogu videti ovi savremenici dinosaurusa već su dovoljno primamljiv razlog za dolazak u ove krajeve.

Ako turistima omogućimo da vide jesetre u „virtuelnom muzeju“, ako se posluže nacionalnim vlaškim i srpskim specijalitetima u obliku jesetri ili vinima koje će nositi imena inspirisana jesetrama i sve to dopuniti arheologijom, vlaškim predanjima nastalim na pričama o „vodenim nemanima“ i sličnim bićima i ostalim prepoznatim resursima, dobićemo turistički brend koji će se znatno efikasnije pozicionirati na turističkim mapama. A kada turisti počnu da dolaze, ponuda se lako može proširiti na festivale, jesetra-parkove, akvarijume i slične poduhvate većih razmera.

Jesetarske vrste bi na taj način postale zaštitni znak ovog kraja, maskota o kojoj bi se svi brinuli i sigurno poželjeli da se opet vrate u ove vode. Tako se na indirektan način razvija svest i uverenje da su ove ribe zapravo vrednije i korisnije žive, nego ulovljene.

PREDLOZI I PREDUSLOVI ZA RAZVOJ ALTERNATIVNIH IZVORA PRIHODA

Razvijanje i pokretanje bilo kog pojedinačnog biznisa, bez obezbeđivanja potrebnog poslovnog okruženja, ne bi značajnije uticalo na ekonomski razvoj zajednice, a sigurno ne bi imalo nekog efekta ni na zaštitu jesetarskih vrsta.

Osnovni problemi, bez čijih rešavanja nema napretka u traženju najpovoljnijeg scenarija za razvoj alternativnih izvora prihoda su:

- nepostojanje izražene svesti o značaju očuvanja jesetri,

- neprepoznavanje jesetri kao potencijalnog resursa za razvoj privrednih delatnosti u zajednici (čak i kada je to predloženo kao jedna od ideja) i
- nemotivisanost lokalnog stanovništva da bude lokalni lider/partner.



Brend „jesetre“ kao prirodan, kulturno-istorijski i turistički potencijal
 © WWF - Vesna Maksimovic

Do sada je u zajednici postojala npr. proizvodnja meda, vina i lekovitog bilja ali to nije bilo dovoljno interesantno alabama koji žive i rade na RP “Dunav” da promene profesiju ili da privuče ljude iz dijasporu da se vrate. Potrebno je osmisliti efikasniju strategiju koja bi pokrenula veći deo zajednice, čime bi se onda indirektno delovalo i na alase, ali i na dijasporu.

Uzimajući u obzir ekološke probleme na teritoriji Prahova i Radujevca, potpuno neiskorišćeni potencijal za održivi razvoj lokalne zajednice leži u turizmu, zasnovanom na brendu ugroženih vrsta riba „jesetri“ i činjenici da su ova dva sela najuzvodnije tačke u Evropi, do kojih ovi savremenici dinosaurusa mogu da stignu Dunavom uzvodno.

Sagledavajući činjenice da veliki broj turista (kruzerima oko 130.000 godišnje ili na biciklima oko 15.000 godišnje) već prolazi pored Negotina, Prahova i Radujevca, potrebno je osmisliti dovoljno atraktivne sadržaje koji bi ih privukli da posete ova mesta.

Gradeći mit o jesetrama, savremenicima dinosaurusa, možemo povezati mnoge prirodne, kulturno-istorijske i turističke resurse ovog kraja, privući turiste i na osnovu tako ustanovljenog brenda stvarati poslovno okruženje za razvoj privrednih delatnosti zajednice i istovremeno podizati javnu svest o značaju očuvanja jesetarskih vrsta. U svetu robnih marki postoji veliki broj primera da su proizvodi potpomognuti pričama o njima samima, imali značajno više uspeha na tržištu. Neretko su takve priče bile dugovečnije i od samog proizvoda.

S obzirom na to da više od 50% posetilaca na kruzerima čine državljani Nemačke i Austrije, od velikog interesa može biti prisustvo potopljenih brodova nemačkih okupacionih snaga koje su tokom akcije „Dunavski vilenjak” žrtvovala konvoj sopstvenih ranjenika na putu sa istočnog fronta ka domovini, sa ciljem da vojna oprema i naoružanje koji su takođe bili na brodovima, ne padnu savezničkim snagama u ruke.

Prema prepoznatim resursima možemo izdvojiti tri glavne grupacije ideja oko kojih bi mogli razvijati održiv i realan privredni razvoj zajednice:

- Turistička atrakcija,
- Rekreativni ribolov, i
- Festivali.

Za razvoj bilo koje od predloženih ideja potrebno je obezbediti određene preduslove, kao i prateće programe. U skladu sa ovim, **aktivnosti koje treba preduzeti za razvoj zajednica možemo podeliti u tri faze.**

Faza I – početna faza kojom se obezbeđuju potrebni preduslovi i sastoji se od sledećih aktivnosti:

- **Pronalaženje lokalnog/ih partnera** (spona između WWF-ovog projekta i lokalne zajednice, da ume da motiviše i zajednicu i donatore, kao i da osmišljava i vodi programe i projekte, ali i pomaže pri realizaciji istih.
- **Osnivanje „Jesetra centra”** kao mreže entuzijasta, neformalne grupe ključnih ljudi u zajednici. Centar treba da bude mesto okupljanja (može i u već nekom postojećem prostoru: biblioteka ili sl.) i inkubator ideja privrednog i turističkog razvoja, sa ciljem unapređenja poslovnog okruženja zajednice, a u kontekstu podizanja ekološke svesti građana i očuvanja jesetri;
- **Brendiranje prirodnog i kulturno-istorijskog resursa „Jesetre”.** Pričanje priča je verovatno najbolji i najefikasniji vid komunikacije u ljudskoj istoriji. Nije čudno što su u savremenom svetu, držeći se ovog principa, marketinške agencije razvile „Brand Stories” o različitim proizvodima i uslugama, i zahvaljujući njima razvili moćne



Ribolovni turizam, reka Ebro, Španija
Izvor: varalicar.com (levo)

poslovne imperije. Brendiranje ili stvaranje „Brand Story” o jesetrama i specifičnosti Negotinske krajine su markentiški osnov za razvoj jedne nove industrije ekološkog turizma koji se predlaže kao preduslov za privredni razvoj zajednice Prahova, Radujevca i Negotina. Cilj ovih priča je da u nama probude emociju i želju da budemo deo istih i da obećanu emociju doživimo.

Ovo je koncept za koji mislimo da može da pruži osnov za razvoj odabranog scenarija za razvoj alternativnih izvora prihoda zajednice, a u cilju očuvanja jesetri. Povezujući resurs „jesetre” sa drugim resursima ovoga kraja stvara se jak ekološki, privredni i turistički brend koji na turističkim mapama pozicionira Prahovo i Radujevac kao poslednje stanice u Evropi gde se mogu videti ovi savremenici dinosaurus.

Faza II – faza u kojoj se obezbeđuje prateći program tj. izrada materijala sa ciljem stvaranja novog turističkog brenda, koji bi doprineo promociji lokalnih proizvoda (snimanje „Priče o pričama” -Storytelling) - filmskog materijala o jesetrama, kavijaru i Negotinskoj krajini, pravljenje aplikacije proširene realnosti o jesetrama i potopljenim brodovima, umrežavanje ugostitelja, proizvođača vina u cilju podrške novom lokalnom brendu inspirisanom jesetrama ili lokalnim specifičnostima (pokretanje malih proizvođača), suvenirski program i dr.

Faza III – faza koja bi podrazumevala razvoj nekih od predloženih ili novih scenarija kao što su turističke atrakcije, rekreativni ribolov ili festivali.

MOGUĆI IZVORI FINANSIRANJA

Potencijalne partnere i mogućnosti pronalaženja fondova za razvoj alternativnih izvora prihoda potrebno je dodatno istražiti kada se odabere određeni scenario za koji će se raditi biznis plan. U nastavku se navode neki od mogućih partnera i fondova.

REPUBLIKA SRBIJA: MINISTARSTVA, AGENCIJE, FONDOVI

- Najveći podsticaji u poljoprivredi.

REPUBLIKA SRBIJA: OPŠTINA NEGOTIN

- Javni konkurs za dodelu sredstava za nevladine organizacije, udruženja i društva iz programa podrške za sprovođenje poljoprivredne politike i politike ruralnog razvoja opštine Negotin
- Konkurs za dodelu sredstava iz programa podrške za sprovođenje poljoprivredne politike i politike ruralnog razvoja opštine Negotin

- Komisija za populacionu i demografsku politiku – razmatra pitanja iz oblasti populacione i demografske politike, predlaže Opštinskom veću mere koje imaju cilj unapređenja problema građana u navedenim oblastima.
- Budžetski fond za zaštitu životne sredine opštine Negotin – obrazovan u cilju obezbeđenja finansijskih sredstava za finansiranje Programa zaštite životne sredine, Lokalnih i Sanacionih planova, kao i drugih strateških dokumenata koji se donose u skladu sa zakonskim propisima.
- Program mera podrške za sprovođenje poljoprivredne politike i politike ruralnog razvoja opštine Negotin.



Primer virtuelne aplikacije / Izvor: images-free.net

FONDOVI EVROPSKE UNIJE: IPA

Prioriteti akcionog programa za Srbiju su u skladu sa Okvirnim strateškim dokumentom (strateški dokument) kojim su utvrđeni prioriteti finansijske pomoći EU Srbiji na njenom putu ka EU u periodu od 2014. do 2020. godine. Sredstva IPA se mogu koristiti na četiri načina:

1. Kao tehnička podrška, koja najčešće uključuje angažman eksperata – konsultanata koji institucijama u Srbiji poput Odeljenja za zaštitu potrošača pružaju usluge pripreme projektne dokumentacije, razvoja strategija, sprovođenja obuka itd.
2. Za realizaciju twining projekata, odnosno uspostavljanje saradnje između lokalnih institucija u Srbiji sa sličnim upravama u državama članicama EU sa ciljem sprovođenja projekata, razmene znanja i iskustva i pružanja pomoći u sprovođenju pravnih tekovina EU.
3. Za sprovođenje investicionih projekata koji prvenstveno obuhvataju nabavku opreme i realizaciju finansijskih aranžmana sa drugim finansijskim institucijama.
4. Za dodelu bespovratnih sredstava za finansiranje projekata koji se odnose na civilno društvo, lokalne samouprave, agencije, itd.

FONDOVI EVROPSKE UNIJE: EU PROGRAMI

- **Kreativna Evropa (Creative Europe)** je okvirni program Evropske komisije za podršku kulturi i audiovizuelnom sektoru. Program Kreativna Evropa traje od 2014. do 2020. godine. Sa budžetom od 1,46 milijardi evra, što je 9 odsto više od prethodnih programa, podržava:
 1. Inicijative sektora za kulturu, poput onih koje promovišu prekograničnu saradnju, platforme, umrežavanje i književno prevođenje;
 2. Inicijative audiovizuelnog sektora, kao što su one koje promovišu razvoj, distribuciju ili pristup audiovizuelnim delima;
 3. Međusektorsku saradnju, uključujući Program za garancije i međudržavnu saradnju.
- **Erazmus+ (Erasmus+)** je program EU koji obezbeđuje finansiranje projekata za saradnju u tri oblasti: obrazovanje, mladi i sport. Sedmogodišnji program sa budžetom od skoro 15 milijardi evra (14,7) se sprovodi od 2014.-2020. godine i objedinjuje nekoliko prethodnih programa – Erasmus Mundus (visokoškolsko obrazovanje), Tempus (saradnja obrazovnih institucija), Mladi u akciji (organizacije mladih) i Program za celoživotno učenje. *Fondacija Tempus* (<https://tempus.ac.rs/o-nama/>) je nacionalna Erazmus+ kancelarija u Srbiji i njoj se podnose projektne prijave za navedene vrste projekata.
- **Program Evropa za građane i građanke (Europe for Citizens)** je program čiji je cilj promovisanja evropskog identiteta i evropskog građanstva, kao i jačanje učešća građana i građanki u svim vidovima života zajednice. Opšti ciljevi programa doprinose boljem razumevanju EU, kao i promociji evropskog građanstva i unapređenju građanskog i demokratskog učešća na nivou Unije. U okviru ovog poglavlja postoje tri mere: Bratimljenje gradova, Mreže gradova i Projekti organizacija civilnog društva. Nacionalna kontakt tačka za Program je *Kancelarija za saradnju sa civilnim društvom Vlade Republike Srbije* (www.civilnodrustvo.gov.rs) koja ga promoviše, organizuje info sesije, radionice i konferencije, i pruža podršku zainteresovanim u pripremi projektne aplikacije i pomoć u pronalaženju partnera u drugim državama učesnicama Programa.
- **COSME (Programme for the Competitiveness of Enterprises and SME)** je program Evropske unije za konkurentnost preduzeća i malih i srednjih preduzeća sa budžetom od 2,3 milijarde evra za period 2014-2020. Program COSME pruža podršku MSP vezano za: pristup izvorima finansiranja, pristup tržištima, stvaranje boljih okvirnih uslova za konkurentnost i podsticanje preduzetništva, preko Ministarstva privrede (privreda.gov.rs/cosme-program-evropske-unije-za-preduzeca-i-mala-i-srednja-preduzeca/).

FONDOVI EVROPSKE UNIJE: IPARD II PROGRAM EU

IPARD II PROGRAM Evropske unije je Instrument za pretpristupnu pomoć u oblasti ruralnog razvoja za programski period od 2014. do 2020. godine - dostizanje evropskih standarda i podizanje konkurentnosti. Program je odobren i od EU i od strane Republi-

ke Srbije. Program donacija se realizuje preko Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Uprave za agrarna plaćanja. Konkursi za donacije se raspisuju jednom godišnje. Ukupan budžet je 229.970.558 Eur, kroz tri mere: MERA 101: Investicije u fizičku imovinu poljoprivrednih gazdinstava; MERA 103: Investicije u fizičku imovinu koje se tiču prerade i prodaje poljoprivrednih i proizvoda ribarstva; MERA 302: Diverzifikacija poljoprivrednih gazdinstava i razvoj poslovanja.

Iznosi podsticaja za investicije u fizičku imovinu poljoprivrednih gazdinstava koje su korisnici mogli da ostvare u prvom IPARD pozivu u sektorima voća, povrća i sektoru ostalih useva su bili od 5.000 do 700.000 evra, a za sektore mleka i mesa od 5.000 do 1.000.000 evra. Prihvatljive investicije i troškovi odnosili su se na kupovinu nove mehanizacije, opreme i traktora i opšte troškove (troškovi za pripremu projekata i tehničke dokumentacije).

PRIVATNI SEKTOR

Privatni sektor kroz donacije može biti značajan investitor. Prema postojećoj zakonskoj regulativi veliki zagađivači poštujući načelo „zagađivač plaća” lokalnoj samoupravi plaćaju ekološke takse. Mnoga od tih preduzeća se u okviru PR aktivnosti trude da izgrade imidž društveno odgovorne kompanije. U tom smislu, učiniti njihovu donaciju vidljivom bi bio dodatan motiv da participiraju u finansiranju ovakvih projekata.

- **„Eliksir Prahovo Industrija hemijskih proizvoda” D.O.O, Prahovo** - Agencija za upravljanje lukama Srbije i portal „Pluton logistik” najavili su proširenje područja i modernizaciju luke „Prahovo”, ne samo njenih dokova i transportnih sredstava, već i pruge prema Zaječaru i Boru, izgrađenih početkom i sredinom prošlog veka. Odlukom Vlade RS, luka Prahovo je dobila novog ovlašćenog operatera, „Eliksir Prahovo industrija hemijskih proizvoda” d.o.o. Prahovo, kome je Agencija za upravljanje lukama Srbije izdala rešenja i uverenja o upisu u Registar.
- **Fizička lica** - Dijaspora - Praksa je pokazala i to da je turizam oblast u koju su naši povratnici iz inostranstva najspremniji da ulažu o čemu govore brojni novoizgrađeni kapaciteti (mini hoteli, prenoćišta, restorani, seoski smeštaj).

FAZA 1 - KREIRANJE BRENDIA

AKTIVNOST ● IDEJA ● PREDNOSTI ● MANE ● KAPACITETI ● POTREBNA OPREMA I AKTIVNOSTI

Pronalaženje lokalnog/ih partnera

- Pronalaženje lokalnog/ih partnera, poznanog predstavnika zajednice koji već ima njihovo poverenje i pružanje potrebne podrške da motiviše članove zajednice, lokalne samouprave i drugih subjekata.
- Stalna prisutnost na lokalnu, poznavanje lokalnih prilika i običaja.
- Nisu još prepoznati lokalni motivatori koji bi nosili i razvijali ovu ideju.
- Postoje u zajednici, ali još nisu prepoznati.
- Dodatni napor tima WWF u pronalaženju i motivisanju partnera u lokalnoj zajednici.

Jesetra centar

- Osnivanje „Jesetra centra” kao mreže grupe entuzijasta i mesta okupljanja zainteresovanih strana, kao i inkubator poslovnih ideja inspirisanih jesetrama
- Moguća fazna realizacija. Postoji velika količina informacija na raspolaganju. Moguća je brza realizacija početnih faza koja bi obuhvatila formiranje prostora Centra sa npr. stalnom postavkom o jesetrama i organizovanje periodičnih okupljanja, kao i organizovano dovođenje turista. Po prirodi posla, lokalne biblioteke i sl. ustanove kulture su veoma zainteresovane da deo svojih resursa ustupe ovakvoj ideji, pre svega zbog zajedničkog interesa. U tom smislu, za očekivati je da inicijalni troškovi zakupe, zapravo i ne postoje, a WWF relativno lako biva uočen i prepoznat kako na lokalnu, tako i među turistima. Mesto gde bi se nudili suveniri i drugi lokalni

proizvodi malih proizvođača. Mala početna ulaganja.

- Nisu još prepoznati lokalni motivatori koji bi nosili i razvijali ovu ideju. Potrebno je povezivanje sa lokalnom samoupravom, pojedincima, privrednicima i tour operatorima koje organizuju krstarenja Dunavom, biciklističkim udruženjima i sl.

- WWF, kao i pojedinci u zajednici, ali se još nisu sami prepoznali.

- Prostor (biblioteka, dom kulture ili slična sala...), panoi, projektor, mali akvarijum sa jesetrom i sl. Organizovati stalnu postavku posvećenu jesetrama.

Brendiranje prirodnog i kulturno-istorijskog resursa „Jesetre” - Platforma „Poslednja stanica morune” (Beluga's last station)

- Brendiranje resursa „jesetre” i stvaranje platforme za povezivanje različitih preduzetnika, projekata i ideja. Brendiranje prirodnog resursa - jesetri i činjenice da su Prahovo i Radujevac poslednje stanice u Evropi do kojih jesetre mogu stići, pre brane HE „Đerdap II”.

- Razvoj zajednice. Mogućnost fazne nadogradnje.

- Potrebno je veliko lobiranje, dugotrajan process umrežavanja.

- Delimično raspoloživi u zajednici.

- Potrebno je izvršiti brendiranje i napraviti platformu, povezati ih i pomoći u marketingu i plasmanu robe i usluga.

FAZA 2 - PRATEĆI PROGRAMI

AKTIVNOST ● IDEJA ● PREDNOSTI ● MANE ● KAPACITETI ● POTREBNA OPREMA I AKTIVNOSTI

U cilju obogaćivanja turističke ponude i snažnijeg brendiranja potrebno je razviti atraktivne proizvode poput virtuelnih 3D aplikacija i dokumentarnih filmova o jesetrama i drugim specifičnostima Negotinske krajine, suvenirskog programa, gastroturizma i drugih povezanih proizvoda.

Virtuelni muzej jesetri i potopljenih brodova

- Prateći savremene tendencije i razvoj IT tehnologija moguće je napraviti virtuelni muzej na temu jesetri i potopljenih ratnih brodova nemačke flote. Pošto se prisustvo jesetri ne može obezbediti u svakom trenutku, moguće je preko aplikacija proširene virtuelne realnosti dočarati i „zaplivati” sa jesetrama u okruženju potopljenih brodova. „Virtuelni muzej” je dostupan kako sa vode, tako i sa kopna. Kroz aplikaciju se naravno nude i drugi komplementarni sadržaji (Vinarije, muzeji, suvenirnice i sl.).

- Mogućnost fazne realizacije. Aplikaciju je moguće proširivati. Može se koristiti uz pomoć 3D naočara i druge opreme, a može se napraviti i platforma za android uređaje. Mogućnost ubacivanja u ponudu kruzera, kao i neznatni troškovi oglašavanja na veb-portalima koji okupljaju „ciklonaute”. Zainteresovanost turista za nove sadržaje, posebno Nemačkih i Austrijskih državljana, kao i ostale javnosti. Planirano je vađenje brodova do 2020-e, usled čega bi ovakve platforme predstavljale zapravo „ekskluzivu”.

- Usled dinamičnog rasta i razvoja IT tražnje, ova vrsta ponude ne sme upasti u zamku „utabane staze”, već se konstantno mora nadograđivati.

- U smislu software inženjera, delimično

raspoloživi u zajednici.

- Software-sko rešenje i opciono niškobudžetna oprema (3D naočare i sl.).

„Priče o pričama” ili „Storytelling” o jesetrama, potopljenim brodovima i specifičnostima Negotinske krajine

- Snimanje „Priče o pričama” (Storytelling), dokumentarnog filma o jesetrama, potopljenim brodovima i specifičnostima Negotinske krajine radi stvaranja jačeg brenda u cilju privrednog i turističkog razvoja zajednice, jačanja ekološke svesti i zaštite jesetar-skih vrsta.

- Velika količina raspoloživih informacija. Mogućnost ubacivanja u ponudu rečnih kruzera. Zainteresovanost stranih turista za temu, posebno Nemačkih i Austrijskih državljana.

- „Storytelling” o jesetrima je osnov za dobro brendiranje i ukoliko u početnoj fazi ne bude dovoljno široko osmišljena može da ograniči razvoj drugih aktivnosti.

- Delimično raspoloživi u zajednici.

- Projektor i sala za prikazivanje.

Suvenirski program

- Razvoj originalnog brenda kao snažan podsticaj razvoju male privrede i sitnih gazdinstava. Idealan rezultat je npr. situacija u kojoj mali proizvođači ne mogu da odgovore na uvećanu tražnju,

pa upošljavaju kapacitete „sa strane”, tj. sirovinu nabavljaju od trećih lica.

- Raspoloživost prirodnih resursa, utemeljenje u već postojećoj tradiciji, postojanje udruženja, kao i opreme (sušare i destilatora),
- Nedostaje organic know-how, marketing veštine kao i kapaciteti male privrede Radujevca i Prahova.
- Delom raspoloživi u zajednici.
- Edukacija i treninzi, oprema za proizvodnju ambalaže i pakovanje.

Gastroturizam i vina

- Razvoj gastroturizma sa „pečatom jesetri i lokalnih specijaliteta” radi stvaranja jačeg brenda u cilju privrednog i turističkog razvoja zajednice, jačanja ekološke svesti i zaštite jesetarskih vrsta.
- Bogatstvo gastronomskih specijaliteta karakterističnih za ove krajeve, mogućnost razvoja manjih lokalnih preduzeća za pripremu hrane na tradicionalne načine, mogućnost razvijanja novih proizvoda inspirisanih jesetrama.

- Razvoj pojedinačnih biznisa bez stvaranja jakog brenda.
- Delimično raspoloživi u zajednici.
- Edukacija i kursevi, pomoć pri plasiranju specijaliteta.

Infrastruktura

- Razvoj potrebne infrastrukture za prihvatanje većeg broja turista, radi stvaranja jačeg brenda, u cilju privrednog i turističkog razvoja zajednice, jačanja ekološke svesti i zaštite jesetarskih vrsta.
- Planovi izgradnje „Luke Prahovo” i pristana u Radujevcu. Veliki broj kvalitetnih kuća u kojima niko ne živi (vlasnici su u dijaspori). Mogućnost privlačenja dijaspore da se vrati u ove krajeve.
- Neizvršenje planiranih radova na luci „Prahovo” i pristana u Radujevcu. Nezainteresovanost dijaspore za povratak i ulaganje u razvoj novih privrednih delatnosti.
- Delimično raspoloživi u zajednici.
- Edukacija i kursevi, pomoć pri izdavanju u zakup.

DODATNI OPIS POJEDINIH PREDLOŽENIH SCENARIJA:

Suvenirski program

Lekovito i začinsko bilje sa zaštićenim geografskim poreklom, spadaju u kategoriju proizvoda za kojima postoji znatno veća tražnja u odnosu na tržišnu ponudu. Najbolji mogući stimulus za inicijalni razvoj ovog sektora poljoprivrede, predstavlja uvrštavanje ovih proizvoda „pod kapu” lokalne turističke ponude. Na taj način i mali proizvođači mogu lako doći do tržišta za plasman svojih proizvoda. Treba iskoristiti činjenicu da postoji sušara i destilator u poljoprivrednoj školi, kao i udruženje koje se bavi uzgojem lekovitih trava. Kada se pomene Negotin, mnogi pomisle na vlašku tradiciju i vina. To je sasvim dovoljan motiv za pozicioniranje „travki” ovog podneblja, na originalan i jedinstven način. Moguće je već postojeće, ili nove smeše trava pripremiti i plasirati, kao „jesetarsku dugovečnost”, „jesetarsku izdržljivost” i dr. Ljubav, sreća, zdravlje i slično bi svakako bile

ključne reči u marketiranju originalne ponude. Sušeno voće i povrće, koje se skuplja iz prirode ima svoju ekološku, zdravstvenu i gastronomsku vrednost. Sličnim pristupom kao za lekovito bilje može se doprineti boljem plasmanu ovih proizvoda. Npr. „Šumske jagode ubrane u noći mladog meseca, daju veliku snagu” i tako dalje.

Gastroturizam i vina

Gastroturizam je poseban vid turizma, sve popularniji u svetu. „Jesetra centar” u saradnji sa lokalnom samoupravom može da osmisli u okviru formiranog brenda „jesetre” vizuelni identitet ili logo, koji bi ovakvim proizvodima ili uslugama olakšao plasman, jer bi ih turisti i potrošači poistovećivali sa pričama (Storytelling-om) o jesetrama. Čest je problem što specijalitete niko više i ne nudi, ali to može da bude još jedna ideja za pokretanje poljoprivredne proizvodnje, ugostiteljskih radnji i manjih lokalnih domaćinstava u koje se mogu uključiti nezaposlene domaćice. Moguće je organizovati kurseve pripreme hrane na tradicionalne načine, kao i smišljanje novih specijaliteta inspirisanih jesetrama. Lokalni vinari se svakako trude da pronađu svoju posebnost i ponude je veoma probirljivom i zasićenom tržištu. Jesetre kao specifičnost bi mogle da postanu deo vizuelnog identiteta bilo regiona, vinarije ili pojedinačnog proizvoda.

Infrastruktura

Za prihvatanje većeg broja turista koji bi dolazili Dunavom potrebno je obezbediti mesto za pristajanje. U planovima je uređenje luke u Prahovu kao međunarodnog pristaništa, dok je akcionim planom definisana i izgradnja pristana u Radujevcu. Do izgradnje ove infrastrukture potrebno je ostvariti kontakte sa tour-operaterima i povezati Negotin sa već postojećim destinacijama (Lepenski Vir, vinski putevi, Vratna, poseta brani HE „Đerdap II”).

Za prihvatanje biciklista, lokalna zajednica treba da obezbedi dobre uslove za ovaj vid aktivnosti na već postojećim putnim pravcima. Postoji mogućnost korišćenja velikog broja vелеlepni kuća u Prahovu i Radujevcu, za izdavanje. Potrebno je predstaviti mogućnosti izdavanja, kako vlasnicima, tako i potencijalnim korisnicima. Edukacija potencijalno zainteresovanih ponuđača bi svakako bio jedan od izazova, ali i potencijala. Upoznavanje sa Airbnb.com, Booking.com i sličnim platformama bi bio samo početni korak.

FAZA 3 - RAZVOJ SCENARIJA ZA PRIVREDNI RAZVOJ ZAJEDNICE

AKTIVNOST ● IDEJA ● PREDNOSTI ● MANE ● KAPACITETI ● POTREBNA OPREMA I AKTIVNOSTI

Kada se ispune prethodni uslovi, tj. preduslovi i prateći programi potrebno je osmisliti i veće atrakcije koja bi privlačile veći broj turista. U nastavku se daju neke ideje o kojima treba razgovarati na budućim radionicama i još ih razraditi.

Turistička atrakcija Jesetra park

- Po ugledu na Dino parkove formirati jesetra park, jer su jesetre savremenici dinosaurususa
- Velika atrakcija za građane Republike Srbije i strane turiste.
- Potrebna su velika novčana ulaganja. Dugoročni projekat.
- Trenutno nisu raspoloživi u zajednici.
- Projektna dokumentacija, zemljište, dozvole i sl.

Turistička atrakcija. Veliki akvarijum sa jesetrama i potopljenim brodom

- Izgradnja velikog akvarijuma sa jesetrama i potopljenim brodom (po ugledu na model projekta „Živa Modra”). Jezero sa jesetrama u kome bi u jednom delu bio i jedan od izvađenih brodova iz Dunava.
- Velika atrakcija za građane Republike Srbije i strane turiste. Mogućnost povezivanja sa ostalim projektima „Jesetra park” i dr.
- Potrebna su velika novčana ulaganja. Dugoročni projekat.
- Trenutno nisu raspoloživi u zajednici.
- Projektna dokumentacija, zemljište, dozvole i sl.

Rekreativni ribolov

- Organizovati ribare da budu vodiči za

pecanje na specijalnim lokalitetima i sa specijalnim (starinskim) tehnikama. Osmisliti različite ture bazirane na istoriji izlova jesetri pre izgradnje brane HE „Đerdap I i II”. Razviti ekološku svest o značaju očuvanja ugroženih ribljih vrsta, posebno kečige čiji izlov još nije zabranjen. Primenjivati sistem „uhvati i pusti”.

- Direktni efekti: prodaja premium dnevnih dozvola, zarade vodiča (alasi su verovatno prvi na listi za obuku i angažovanje), očuvanje ribljeg fonda
Indirektni efekti: „VIP” ribolovci troše novac i na svu ostalu logistiku (hrana, smeštaj, fakultativni izleti, kulturna ponuda, suveniri i sl.). Prahovo se u nekoj budućnosti pozicionira kao ekološka (nature-friendly) destinacija.
- Potrebna je izmena zakonske regulative. Dugoročan projekat.
- Delimično raspoloživi u zajednici.
- Čamci i brodići, zakonska regulativa i smeštajni kapaciteti.

Festivali

- Organizovati festivale koristeći potencijale lokalnog područja: vlaška i slovenska tradicija sadržana u zajedničkim mitovima, i jesetre sa ciljem podizanja ekološke svesti i upoznavanja sa lokalnom kulturom. Na temama vlaških i slovenskih legendi osmisliti festival magije, vila i jesetri. Jesetre festival –

poribljavanje (jesetarskim vrstama) uz karneval pod etno maskama (strndžanje jesetri).

- Velika atrakcija za građane Republike Srbije i strane turiste.
- Potrebno je veliko lobiranje i entuzijazam.
- Delimično raspoloživi u zajednici.
- Osmisljavanje festivala, dozvole, animiranje javnosti.

100%
RECIKLIRAN
PAPIR



200 MILIONA

Jesetre su stare oko
200 miliona godina

100+

Jesetre mogu da žive više
od 100 godina



20. VEK

Jesetre su postale jedne
od najugroženijih divljih
životinja na svetu

OD 2005. GODINE

Jesetre su zakonom
zaštićene u Srbiji

	<p>Zašto smo ovdje? Misija WWF-a je da zaustavi uništavanje životne sredine i da stvori budućnost u kojoj ljudi žive u skladu sa prirodom putem očuvanja svetske biološke raznovrsnosti, održivog korišćenja prirodnih resursa i smanjenja zagađenja i preterane potrošnje.</p> <p>wwf.rs www.facebook.com/WWF_Serbia</p>
--	--

Više informacija:

Vesna Maksimović
WWF Adria
Đure Jakšića 4a/8, 11000 Beograd, Srbija
Email: vmaksimovic@wwfadria.org
Tel: +381 64 160 5 138