



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

АНАЛИТИЧЕН ДОКЛАД ВЪВ ВРЪЗКА С ПРОВЕДЕНО ДОПИТВАНЕ ДО МЕСТНАТА ОБЩНОСТ

**Тема „Уникалното в нас“, с цел установяване и по-нататъшно налагане на
местна/и марка и продукти с висока добавена стойност“**

ВЪВЕДЕНИЕ:

Настоящият анализ е подготвен в рамките на договор № РД50-99/13.06.2012 год. за предоставяне на финансова помощ по Мярка“ Прилагане на стратегии за местно развитие „ и по Мярка „ Управление на местни инициативни групи, придобиване на умения и постигане на обществена активност на съответната територия за местните инициативни групи, прилагащи стратегия за местно развитие“, финансиран по програмата за развитие на селските райони 2007-2013 година.

Настоящият анализ е изготвен в резултат на проучване на тема „Уникалното в нас“ с цел установяване и по-нататъшно налагане на местна/и марка и продукти с висока добавена стойност .

Основна цел на проучването е получаване на информация чрез която МИГ“Нови Пазар-Каспичан“ да установи каква местна марка и продукт могат да се наложат на територията.

Технологията на работа при осъществяване на проучването е базирана на анкетни карти/листове; събиране и анализиране на налични емпирични данни и информация от достоверни източници за територията на МИГ; събиране и обработване на статистическа информация по темите на проучването; събиране и обработване на информация (обществено-достъпна) и от автентични източници по темата;



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ЕООД

Проучването за установяване и получаване на информация чрез която МИГ“Нови Пазар-Каспичан“да установи каква местна марка и продукт могат да се наложат на територията се провежда за нуждите на местната инициативна група, която има иновативната идея да създаде марка и да защити идентичност за своята територия, която обхваща общините Нови пазар и Каспичан.

Проучването е нетрадиционно и събира информация главно от местната общност, базира се на автентични информационни източници, мнения и компетенции, свързани с местните марки и идентичност.

Проучването дава представа за възможните местни марки и идентичности, но не претендира за изчерпателност на идейните и концептуалните заключения и препоръки на доклада.

1.Обща информация:

Стратегията за местно развитие на територията на Общините Нови Пазар и Каспичан е средносрочен планов документ, изготвен за периода 2011-2013 година. Разработена е в периода 2010-2011, в рамките на проект "Придобиване на умения и постигане на обществена активност за потенциална местна инициативна група на територията на общините Нови пазар и Каспичан", на основание Програмата за развитие на селските райони 2007- 2013 година, ос 4 ЛИДЕР.

Местната инициативна група обхваща цялата територия на общините Нови пазар и община Каспичан. И двете общини принадлежат към Шуменска област. Територията на МИГ Нови пазар- Каспичан обхваща всички 25 населени места от двете общини- от община Нови пазар: 1 град (Нови пазар) и 15 села; от община Каспичан: 2 града (Каспичан и Плиска) и 7 села.

Общият брой на населението в обхванатата територия е към 01.06.2013г. по данни от анкетни карти е:

-общ брой население на община Нови пазар: 19500 души



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

-структура на население по възраст: ¹

Година	Икономическа структура на населението (брой)		
	Подтрудоспособна възраст (0-16 г.)	Трудоспособна възраст (16-65 г.)	Надтрудоспособна възраст (над 65 г.)
2005 - 19141	3264	11721	4082
2010 - 19840	3554	12090	4196
2012 - 19506	3428	11840	4238
Година 2012	Структура на населението по пол (брой)		
	Общо 19506	Мъже 9496	Жени 10010

-общ брой население на община Каспичан:² 8609 души

-структура на население по възраст:

Година	Икономическа структура на населението (брой)		
	Подтрудоспособна възраст (0-16 г.)	Трудоспособна възраст (16-65 г.)	Надтрудоспособна възраст (над 65 г.)
2005 - 8356	662	5311	2383
2010 - 7800	592	5109	2099
2012 - 7673	562	5023	2088
Година	Структура на населението по пол (брой)		

¹ Източник: анкетна карта от реализираното проучване

² Източник: анкетна карта от реализираното проучване



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

	Общо	Мъже	Жени
2005	9626	4789	4837
2010	8815	4419	4396
2012	8675	4335	4340

Общата територия, обхваната от МИГ, е 592 048 кв.км площ (в т.ч. община Нови пазар– 317 646 кв.км и община Каспичан – 274 402 кв.км), което представлява 17.5% от територията на Област Шумен и 0.53% от територията на страната.

Гъстотата на населението на територията на МИГ е приблизително 22 души на кв. км. (за община Нови пазар- 17 души на кв.км. и за община Каспичан- 31 души на кв. км). Това е близо 2.6 пъти по-ниско от средното за областта (59.2 д/км²) и 3.1 пъти по-ниско от това за страната (69 д/км²).³

2.Обобщени характеристики на изследваната територия:

✓ География на района:

Територията на общините Нови пазар и Каспичан се намира в източната част на Шуменска област /Североизточен планов район/ и заема площ от 592 048 кв.км. (в т.ч. община Нови пазар– 317 646 кв.км и община Каспичан – 274 402 кв.км), което представлява 17.5% от територията на Област Шумен и 0.53% от територията на страната. Районът се отличава с изключително важното си стратегическо положение в Североизточна България.

³ Източник: СМР на МИГ



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

биологичното разнообразие растителни и животински видове, и типове природни местообитания. На територията, също така, е обявена Защитена местност- “Мадарски скални венци” - за опазване на карстови скални венци, местообитания на петрофилни и защитени животински видове; находища на редки и защитени растителни видове.⁴

✓ Образование на местното население на територията на МИГ:

-Структура на населението по образование за община Каспичан:⁵

1.без образование (бр.)	138
2.начално (бр.)	1011
3.основно (бр.)	2643
4.средно (бр.)	2644
5.средно-специално (бр.)	-
6.висше :	528

-Структура на населението по образование за община Нови пазар:⁶

1.без образование (бр.)	229
2.начално (бр.)	2933
3.основно (бр.)	4673
4.средно (бр.)	6297
5.средно-специално (бр.)	-
6.висше :	1633

✓ Културно- исторически обособености на МИГ-територията:

Богата интересна и многовековна е историята на територията на общините Нови пазар и Каспичан. Политиката на двете общини е динамично развиваща се, насочена към постигане на ефективна и конкурентна икономика и по

⁴ Източник: СМР на МИГ

⁵ Източник: анкетна карта от реализираното проучване

⁶ Източник: анкетна карта от реализираното проучване



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

висок жизнен стандарт за цялото население. Територията на двете общини е забележителна преди всичко, като район, който е бил център на политическия и духовния живот на Първата българска държава.⁷

Районът се отличава с изключително важното си стратегическо положение в Североизточна България. Релефът на територията е равнинно-платовиден. Климатичните дадености на територията в нископланинските ѝ части са подходящи за развитието на еко-туризъм и спортове на открито. Районът на Миг Нови пазар- Каспичан е с богато културно-историческо и природно наследство – на територията са разположени исторически паметници на Първата Българска столица и Мадарския конник. Близостта до Черноморските курорти Варна, Албена, Златни пясъци, Св. Св. Константин и Елена създава предпоставки да бъде разширена зоната на туризъм от големия пазар на Варненското Черноморие в посока Старата столица Плиска и развитието на културен, екологичен, познавателен, селски туризъм.

Богата интересна и многовековна е историята на територията на общините Нови пазар и Каспичан. Политиката на двете общини е динамично развиваща се, насочена към постигане на ефективна и конкурентна икономика и по висок жизнен стандарт за цялото население. Територията на двете общини е забележителна преди всичко, като район, който е бил център на политическия и духовния живот на Първата българска държава от нейното създаване и развитие до процъфтяването и упадъка и. Това обаче не изчерпва неговата история. Хилядолетия по рано тук е имало живот, за който свидетелстват много паметници.⁸

⁷ Източник: анализи на МИГ за културно-историческото наследство

⁸ Източник: анализ на културно-историческото наследство на територията на МИГ, публикуван в интернет.



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- ✓ Забележителности, обособяващи културно-историческата идентичност на МИГ-територията :⁹

-Национален историко-археологически резерват “Плиска” (един от 100-те национални туристически обекта).
- Национален историко-археологически резерват”Мадара” (един от 100-те национални туристически обекта).
- Национален историко-археологически резерват с музей “Велики Преслав” (един от 100-те национални туристически обекта).
- Историко-археологическия резерват "Шуменска крепост" (един от 100-те национални туристически обекта)
- Исторически забележителности с местно значение на територията на община Нови пазар :

1. Антично селище –с.Беждене;
- 2.Антична крепост- с. Войвода;
3. Тракийско антично и средновековно селище-с.Избул;
- 4.Средновековно селище- с. Преселка;
- 5.Антична крепост- с. Стан;
- 6.Късноантично селище- с. Стоян Михайловски;

- ✓ Исторически забележителности с местна значимост на територията на община Каспичан¹⁰

- 1.с. Златна нива – община Каспичан. На 2 км.южно от селото и на 150 м. от шосето за с.Плиска се намират побити камъни- Девташлари;
- 2.Скална гробница- с. Калугерица;
3. Тракийско антично селище-с.Кюлевча;

- ✓ Културни институции¹¹

⁹ Източник: интернет-пространството

¹⁰ Източник: интернет-пространството

¹¹ Източник: интернет-пространството



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

На територията на общините Нови пазар и Каспичан съществуват двадесет и две 22 културни институции - 19 читалища (в градовете и повечето по-големи села на територията), Художествена картинна галерия "Петър Персенгиев" (Нови пазар), Археологическа музейна сбирка и Възрожденска къща- музей "Килийно училище" (Нови пазар), Художествена галерия „Стоян Венев" (Каспичан). Към Читалищата на територията има повече от 30 самодейни състава-танцови фолклорни състави и певчески групи.

Забележителна е активността на Читалищата на територията. Усилията на тези уникални за България институции са насочени към развитие и обогатяване на културния живот на общността, запазване и възстановяване на обичаи и традиции, разширяване знанията на населението и приобщаването им към ценностите на науката, изкуството и културата, възпитаване и утвърждаване на национално самосъзнание, формиране на етническа и религиозна толерантност. Всяко читалище поддържа общодостъпна библиотека. Читалищата са в основата на всички провеждани културни мероприятия – чествания на годишнини, национални, официални и религиозни празници, забавно-увеселителни прояви, екскурзии, посещения на театрални постановки и концерти, мероприятия на открито, събори, фестивали и др.

3. Местна марка и идентичност:

Думата „идентичност“ произлиза от латинското местоимение *idem* (същия) и впоследствие съществителното *identitās*, означаващо еднаквост, сходство, прилика. Този смисъл заляга и в основата на понятието „идентичност“.

Чрез идентичността си хората се самоопределят и се различават от другите. Идентичността характеризира самоопределянето на личността – нашето усещане за това, което сме и по какво се различаваме от другите човешки същества. Това е чувството, че човек съществува като цялостно Аз, едновременно свързан и различен от останалите.

Осъзнаването на собствената ни оригиналност и уникалност когато става въпрос за една цяла територия като населено място с местна общност и нейната уникалност е труден процес и изисква обстоен преглед на наличните уникалности и традиции с които се индивидуализира това място.



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

Местната идентичност и продуктите с регионална марка са ключови елементи за икономическо развитие на една територия и нейното съхранение в автентичен вид заедно с ресурсите, които има.

Марката представлява знак, който може да бъде представен графично и чиято основна функция е да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица.

Защо е нужна местна марка за територията на МИГ?

Главната причина за това е, за да може територията на МИГ, съставена от две общини с богати ресурси и културно-историческо наследство да бъдат разпознати като уникални и идентични в обществото под определен знак, който е защитен.

Марката е отличителен знак, признат включително и от Европейския съюз, той носи послания и описание на една територия и утвърждава името на тази територия с неповторими характеристики.

Идентифицирането на местна марка за територията на МИГ е основна стъпка към повишаване на конкурентноспособността на региона.

Разработване и въвеждане на запазена марка за територията на МИГ се основава на необходимостта от създаване и налагане на по-ефективен маркетингов инструмент, чрез който продуктите от региона на общините Нови пазар и Каспичан да са по-конкурентноспособни на пазара и да популяризират своите населени места заедно с ресурсите на местната общност.

Местната марка цели да развие местни продукти, селско стопанство, туристически услуги, базирани на устойчивото ползване на природните ресурси и културно-историческото минало на района. В допълнение ще се укрепят партньорството и стопанските възможности на предприемачи в селския и екологичен туризъм, фермери, пчелари, събирачи на билки и др.

Местната марка ще бъде гаранция за качество на услугите и произведените стоки на територията на МИГ и ще носи тяхната идентичност, определена от местното население.



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

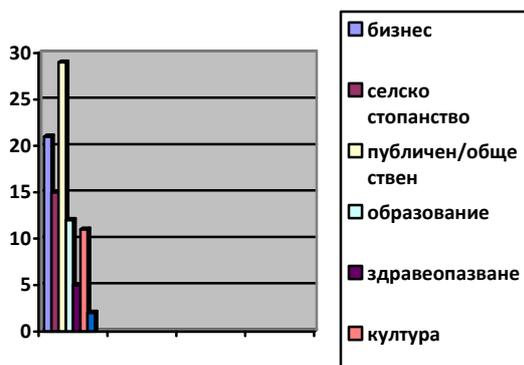
4. Аналитична част на база попълнени анкетни карти от направено проучване „Уникалното в нас“:

За реализиране на проучването са разработени и попълнени на терен 3 вида анкетни карти/листове за индивидуално попълване по територията на МИГ.

Проучването на терен е осъществено в градовете: Нови пазар, Каспичан, Плиска и няколко по-малки населени места, като следва да се отчете, че в градовете на анкети отговаряха на случаен принцип и жители на други населени места от територията на МИГ, но в момента на теренното проучване анкетаторите са ги анкетирали в градовете.

За постигане на целите на проучването са разработени 3 различни по съдържание и насоченост анкетни карти.

- Общо отпечатани за проучването анкетни карти-150 бр.
 - Извадка от изчерпателно попълнени анкетни карти: 116 броя
- ✓ От анкетираните, секторите на представителство са разпределени както следва:



- ✓ бизнес-21%
- ✓ селско стопанство-15%
- ✓ публичен/обществен-29%
- ✓ образование:12%
- ✓ здравеопазване:5%
- ✓ култура:16%
- ✓ социален:2%



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ЕООД

На въпроса с какво е популярен популярен региона на Нови пазар и Каспичан като територия, в свободен текст анкетираните посочиха следните обобщени мнения:

- исторически дадености на региона: историко-археологически резерват “Плиска”, историко-археологически резерват”Мадара”, Антично селище –с.Беждене; Антична крепост- с. Войвода;Тракийско антично и средновековно селище- с.Избул;Средновековно селище- с. Преселка;Антична крепост- с. Стан; Късноантично селище- с. Стоян Михайловски; с. Златна нива – община Каспичан. На 2 км.южно от селото и на 150 м. от шосето за с.Плиска се намират побити камъни- Девташлари; Скална гробница- с. Калугерица; Тракийско антично селище-с.Кюлевча и др.
- богата многохилядна история на региона с множество старинни археологически обекти и места;
- уникална природа в близост до морската столица варна и с богати възможности за екологичен туризъм;
- Първа българска столица Плиска и Мадарски конник;
- Производство на висококачествен фаянс, порцелан и стъкло;
- Производство на вина и отглеждане на лозови масиви;
- Първа железопътна линия в България;
- Автентичен и неповторим фолклор и местна кухня;
- Множество археологически обекти и останки от Тракийската култура.

На въпроса с какво се припознава/идентифицира в публичното пространство населено място на анкетираните, отговорите са позиционирани в следните параметри по признак: (на анкетираните е дадена възможност за повече от един отговор)

Признак:

- уникална природа: 69%
- местоположение: 44%
- климат: 19%



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- околна среда:6%
- историческо наследство:92%
- култура:75%
- традиционни дейности:14%
- фолклор:53%
- неповторима местна идентичност:53%
- занаяти:17%
- селско стопанство:9%
- местни продукти : 25%
- туризъм:11%
- биоразнообразие:5%
- селско наследство:30%
- природно наследство:30%
- поминък:16%

Основен въпрос за анкетираните е да посочат три най-уникални признака/обстоятелства за населеното място.

Въпреки, че при предишните въпроси те показаха заинтересованост и осведоменост относно историята и настоящето на своето населено място, относно три уникални признака анкетираните бяха пестеливи на заключения и се затрудниха как да определят своя регион.

Най-чести възможни отговори:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ЕООД

- уникални исторически свидетелства и богата култура;
- съхранена екологична природа и минало;
- уникални местни събития и продукти като гайдарски събор, занаяти, фестивали и др.
- местни природни местности със значение за натура 2000;
- стратегическо място и първа жп-линия в България;
- предприемчиви млади хора;
- богата културна дейност и с традиционни и уникални за региона събития.
- важно транспортно-географско разположение
- благоприятен климат и почви ;
- екологично чисто селско стопанство;
- богата флора и фауна,горски фонд ;
- исторически забележителности, които са потенциал за развитие на туризма.
- Близостта до старите столици Плиска и Преслав, както и до паметника „Мадарски конник” и античния град Динея с рядко срещаната укрепителна система благоприятстват за развитието на исторически туризъм.
- Туристически ресурси (природни и антропогенни);
- множество селища, крепости и некрополи, както от античната и късно-античната епоха, така и от времето на Първото и Второ българско царство;

✓ С въпроса в коя сфера има уникални местни продукти за даденото населено място от територията на МИГ, анкетиранияте отговориха с повече от един отговор, но без допълнителна конкретика както следва:

- фолклор:19%
- местни продукти от мляко:4%
- местни продукти от месо:1%
- зеленчуци:13%
- плодове:6%
- напитки (вино и други традиционни):22%



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- традиционни дейности:19%
- идентичност на населението:7%
- занаяти:10%
- кулинария:25%
- атракции:11%
- природа и чиста околна среда:32%
- празници и културен календар:61%
- селско наследство :9%
- природно наследство:18%
- поминък :3%
- история и култура:55%

✓ Анкетираните трябваше да определят своето населено място с една дума :

- уникално;
- бедно;
- спокойно;
- Аспарухова земя;
- красиво;
- интересно;
- родно;

✓ Тъй като голяма част от анкетираните не посочиха от три до пет уникални обекта или събития в родното място, информацията е от публични източници:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ЕООД

- Литературен конкурс "Калина Малина" за детско-юношеска литература.
- Национален конкурс за акордеонисти "Танцуващи клавиши".
- Национален конкурс за гайдари и инструментални камерни състави "Вълшебни ритми".
- Националната библиотечна седмица по ТВ"Часът на Нови пазар";
- Дни на отворени врати – екскурзии в библиотеката
- Празник на град Нови пазар;
- Художествена галерия „Петър Персенгиев“;
- НАЦИОНАЛЕН ФЕСТИВАЛ ``МАЙСТОРИ НА ШЕГОВИТИЯ КЪС РАЗКАЗ`ЗЕВЗЕК 2012``;
- Национален събор "Дни на предците";
- ДНИ НА МОЯ ГРАД Каспичан`;

- ✓ 63% от анкетиранияте очакват съвременният профил на общините Нови пазар и Каспичан да бъде уникален; 14% са за европейски облик, 10% за проспериращ и 13% разчитат на селския облик.
- ✓ Анкетиранияте определят следните уникални характеристики за територията на МИГ:
 - съхранени природа и традиции:59%
 - съхранени културни и човешки ресурси: 12%
 - съхранена история и традиции:24%
 - съхранени местни производства:5%
- ✓ Посочете коя е най-важната предпоставка за определяне и налагане на местна марка? (повече от един отговор)

Признак:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- уникална природа :17%
- местоположение : 9%
- климат:2%
- околна среда:22%
- историческо наследство :64%
- култура:31%
- традиционни дейности:14%
- фолклор:52%
- неповторима местна идентичност:6%
- занаяти:26%
- селско стопанство:33%
- местни продукти:25%
- туризъм:45%
- биоразнообразие:42%
- селско наследство:16%
- природно наследство:32%

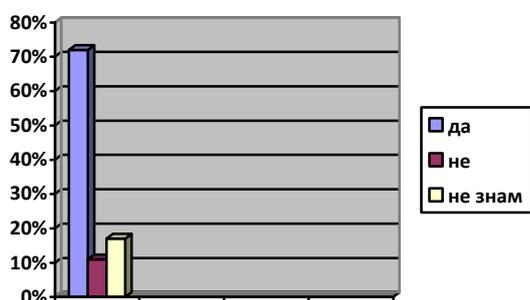
На въпроса дали местната общност би подкрепила утвърждаването на местна марка/местен продукт, анкетираните отговарят:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.

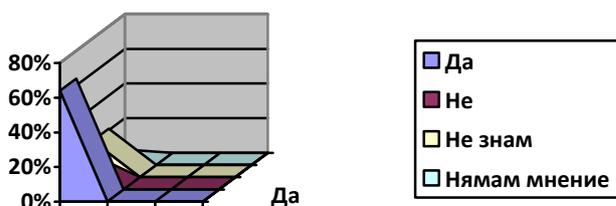


Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД



Да-	72%
Не-	11%
не знам-	17%

8. Според участниците в проучването, уникалната местна марка/продукт ще допринесе за развитие на общността и територията.



Да	64%
Не	13%
Не знам	21%
Нямам мнение	2%

На въпроса, дали анкетираните биха останали в родното място за да се развива неговата уникалност и приоритет, 31% отговарят положително, 28% отрицателно, сред незнаещите-колебаещите са 14%, останалите 27% нямат мнение.

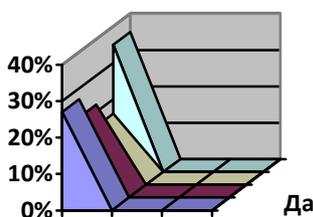
Анкетиращият екип зададе въпрос на местната общност, за да получи информация дали хората са склонни да работят за утвърждаване на местна уникална марка на територията на МИГ.



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



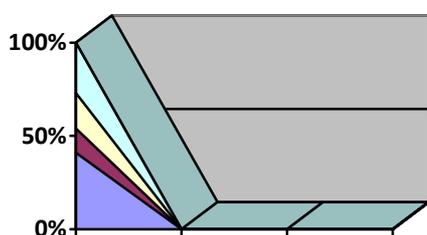
Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД



Да	27%
Не	22%
Не знам	16%
Нямам мнение	35%

Въпроси за местна марка:

✓ Знаете ли какво е местна марка/ продукт с висока добавена стойност:



Да	41%
не	13%
не мога да преценя	19%
очаквам да науча	27%

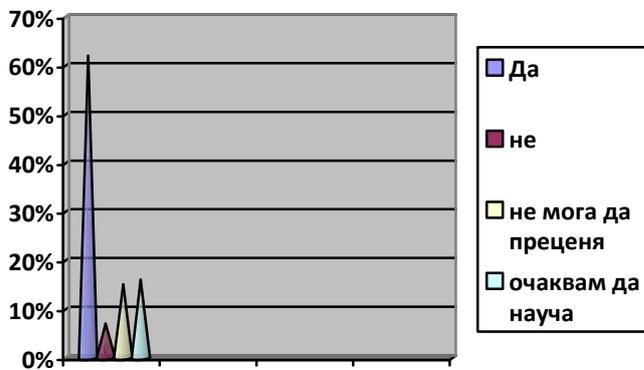
✓ Важно ли е територията на МИГ да има обща местна марка/продукт за общините Нови пазар и Каспичан като единен селски район.:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.

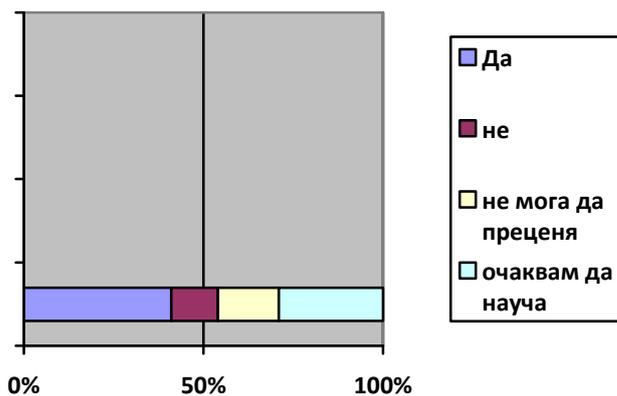


Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД



Да	62%
не	7%
не мога да преценя	15%
очаквам да науча	16%

- ✓ Местната марка/продукт ще придаде ли по-голяма разпознаваемост и идентичност на района в който живеете.



Да	41%
не	13%
не мога да преценя	17%
очаквам да науча	29%

Предложени идеи за уникална местна марка / продукт.

- Аспарухова земя;
- История с бъдеще;
- Земята на дедите;



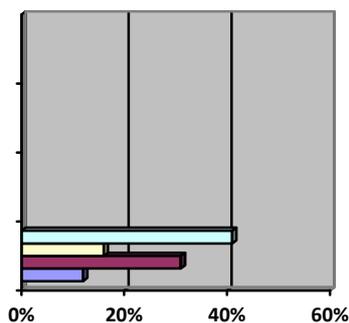
Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- Една идея повече: тук при нас се помни българското;
- Местни сортове вина, лозя и питиета;
- Фолклорната магия на старите български земи;
- Столица на Българите;
- Уникална природа, вкусна храна, живи традиции;
- Живо наследство от древността;
- Горда земя, жива общност, силна България;
- Пътят на древните българи;
- Бащино огнище-светило на българският дух;
- Старинните селища говорят;
- Кулинарно пътешествие през времето;
- Зевзельци-дяволъци;
- МИГ-митична земя между Преслав и Плиска;

- ✓ Знаете ли къде и как се регистрира местна марка/продукт и как се промотира.



Да	12%
не	31%
не мога да преценя	16%
очаквам да науча	41%

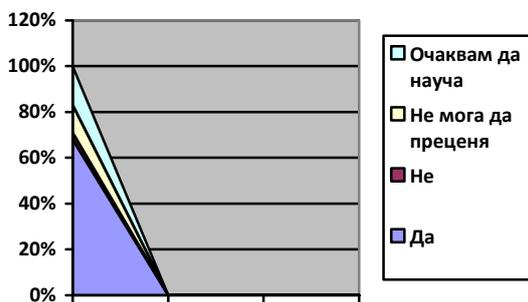
- ✓ Местната марка/продукт ще доведе ли до развитие и популярност на вашето населено място.



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД



Да	68%
не	3%
не мога да преценя	12%
очаквам да науча	17%

Регионалната идентичност и продуктите с регионална марка са ключови елементи за успешно местно развитие на територията на МИГ и идеята за създаване на регионална марка е съвременен вариант за представяне и промотиране на района на общините Нови пазар и Каспичан.

Регионална марка е един от многото начини за насърчаване развитието на селските райони и може да бъде пряка подкрепа за развитие на социално, културно и екологично ориентирани икономики в области, които са интересни поради тяхното природно и културно наследство.

Групите от местната общност на територията на МИГ, които могат да участват най-активно и да са най-полезни при създаването на местна марка на база "идентичност" са местните хора от бизнеса, т.е. занаятчии, земеделски производители, малки и средни предприятия, чиито умения и владение ще помогне да се разпространява известността на региона, и в същото време-идентификацията с региона представлява голяма пазарна възможност за тях. Водещата роля е на местната власт и на местната инициативна група, които имат институционалния, финансов и времеви ресурс да работят за местна марка и местна идентичност.

Чрез налагане на местна марка, носеща местен почерк и уникалност, идентифицираща по определен признак една обща територия-на общините Нови пазар и Каспичан ще позволи закупуване на местни продукти и използване на местни суровини за местно развитие и местна икономика. Марката ще спомогне за създаване и утвърждаване на маркови продукти, тяхното популяризиране и продажба, а може би и възможност да се отговори на търсещите пазар местни



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

производители, които ще окажат положително въздействие върху възприемането на региона като цяло.

В момента, примери на местно или регионално брандиране са различни, но най-често местни марки се налагат именно в сектора на местните производства, вкл. селско стопанство, културни продукти, туризъм, храни, занаяти.

Расте търсенето на продукти с известен произход и гарантирано качество – местните маркови продукти и това е в отговор на глобализацията на производството и доставките.

По този начин, брандинга - въвеждането на местна марка може да допринесе за запазване или развитие на традиционни занаяти и селскостопански дейности, или да подкрепи нови, които могат да имат положително въздействие върху икономическата структура на селските райони. За развитие на местните общности е съпътстваща и не по-малко необходима инвестиция, която може да стане възможна чрез ЛИДЕР и МИГ.

Местните продукти носят специална визуализация-лого и специални послания до околния свят.

Продуктите с местна марка означават, че те са преминали през строг процес на сертифициране, който гарантира на клиента за истинския произход –територията на МИГ, уникален е, идентифицира и определя профила на региона.

Местната марка включва и хората на региона със техните специфики, уникалности, таланти. В цял свят, местната марка има за цел да запази и развие местната идентичност, да го съхрани в автентичен вид, да то представи в глобалното пространство, чрез марката околните припознават селския регион и го опознават.

Всяка марка гарантира пред останалите и най-вече пред потребителите, че произведените продукти са произведени именно в региона и именно от местни производители с местни суровини.

Какво е локална/местна марка?

Марка с традиции на един пазар, която обикновено има за цел да



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

спечели пазарен дял в една конкретна държава /или регион/.

Какво е уникална местна марка?

Марка с която се идентифицира един регион и продуктите са резултат от местните ресурси, дадености и население.

Идеята на МИГ“Нови пазар-Каспичан“ е създаването на уникална местна марка. Трябва да се признае, че използването на марки и локални критерии в конкретни географски територии, могат да бъдат от полза, тъй като в повечето случаи те отразяват местните предизвикателства и потребности.

Подходът ЛИДЕР създава финансови възможности и дава власт на местните хора и общности да развиват своите селски райони. Подходът ЛИДЕР се основава на партньорство между различните заинтересовани страни на териториално ниво. Основно звено са местни инициативни групи (МИГ), които се формират от представители на обществеността и частния сектор. Във тази връзка, местната марка, чието създаване се инициира от МИГ трябва да премине през процеса на разработване на нови продукти или услуги, основани на общо наследство; разработване на гама от традиционни занаятчийски продукти, вдъхновени от общи традиции; регистрация на марката, разработване на маркетингова стратегия за местния бранд, съвместен маркетинг на местни продукти, местни услуги, общи туристически формати, развитие на нови пазарни ниши за местни продукти и др.

Марка с местна идентичност:

Марката е символ (знак, емблема, лого), който е способен да отличава продуктите от един и същи вид. Това са означенията, които отличават стоките на конкурентните пазари. Съвсем различно е когато става въпрос за местна марка на цял регион. Местната марка на територията на общините Нови пазар и Каспичан трябва да представи района с нещо уникално, неповторимо, единствено.

Според събраните и обработени мнения от направеното проучване, местната марка трябва да има следните характерни черти, взети от територията на общините нови пазар и Каспичан:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- уникална природа, местоположение, историческо наследство, култура, фолклор, неповторима местна идентичност.

✓ **Предложение за местна марка с изброените признаци:**

„Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“

Марката би съчетала наличните ресурси като историческо наследство, природно наследство, местоположение, култура, фолклор и дейности, които са неповторими за друг регион в България и чужбина.

Тази марка би дала гордост и идентифициране на местното население, тъй като разпознаваема от местните хора.

Всички анкетирани посочват историческото наследство на региона с което се гордеят и почти не разпознават в днешно време други ресурси с които да се самоопределят.

В същото време не посочват уникални продукти, които да се разработват с местния ресурс и с тяхно активно участие.

Анкетираните не посочиха уникални и традиционни само за региона на двете общини храни, напитки, занаятчийски продукти, земеделски стоки, професии и услуги.

Запазената местна марка ще бъде в бъдеще като ключ към местната културна идентичност.

Всеки продукт с местна марка може да бъде продукт с висока добавена стойност, тъй като ще бъде произведен от местното население с местни ресурси и ще подпомогне пряко местната икономика.

✓ **Предложение за подкатегории на основната местна марка:**

Местната марка „Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“ е марка на регион Нови пазар-Каспичан и с нея могат да бъдат регистрирани още няколко запазени уникални марки, свързани с продуктите, характеризиращи основната марка.

- местна културна марка;
- местна историческа марка;
- местна фолклорна марка;



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- местна марка за храни и напитки;
- местна марка за туризъм и развлечения;
- местна марка за стоки и услуги в сферата на занаятите и традиционните дейности.

Чрез налагането на местна марка „Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“, чрез ефективното и устойчиво управление на марката, за местната общност ще се генерират следните ползи:

- Увеличаване на социалните и икономически ползи за местните общности и намаляване на негативните въздействия.
- Устойчиво местно развитие;
- Увеличаване на ползите за културното наследство и намаляване на негативните въздействия.
- Подпомагане реструктурирането на местната икономика и селско стопанство към алтернативни продукти с по-висока добавена стойност.
- Увеличаване на ползите за околната среда и намаляване на негативните въздействия.
- Развитие на процеси на взаимодействие и интегриране между различните икономически сектори за създаването на уникални местни марки продукти с висока добавена стойност;

България не е от най-конкурентноспособните страни за производство на продукти с висока добавена стойност, но продуктите с местна марка могат да бъдат такива.

На чуждия пазар и сред чуждестранните клиенти все повече се налага мнението, че е добре да се ползват продуктите с добавена стойност, маркови продукти и продукти, за чието производство се изискват определени умения. Местната марка ще произвежда точно такива продукти. Производството на храни и напитки е най-големият сектор във който се налагат местните марки, който сектор продължава да расте много по-бързо в сравнение с повечето други сектори. Едно от основните предизвикателства за българската икономика на този етап е да се увеличи износьт на стоки с висока добавена стойност, както и увеличаване на обемите на целия износ. Изключително важно е в България да се



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

извършват всички процеси от началния продукт – суровина, до крайния продукт изложен на витрината. Много от продуктите се изнасят в начален вид.

Продуктът с местна марка трябва да премине целия цикъл на производство на територията на МИГ, но да ползва чужди пазари за реализация.

Една от посоките, в които селските региони трябва да насочат усилията си, е развитието на нишовите пазари, производството на продукти с висока добавена стойност, които никой няма да може да конкурира поради тяхната специфичност и уникалност.

Наред с развитието на другите сектори, се препоръчва да се наблегне и на продуктите, за които квотите за пазарите са неограничени не само в рамките на ЕС.

Към тях спадат вината, десертното грозде, млечните и месни продукти от местни породи животни. Тук се включват и редица плодове и зеленчуци, отглеждани биологично, тъй като България е една от страните в света с най-добри природни дадености за такова производство. Всички сме наясно, че едно от ключовите неща, необходими за развитието на успешен бизнес, е пряко свързано с изграждането на популярна марка с добър имидж.

В условията на глобализация местните пазари и продукти може да противодействат на процеса на унификация на производството и потреблението, налагани от големите търговски вериги. Техният дял нараства и продуктово разнообразие и специфичните характеристики на местните продукти отиват на заден план.

Шансът на малките стопанства, където разходите за труд са по-големи, е в желанието на потребителите да купуват качествени продукти, свързани с определен регион.

С други думи - да произвеждат качествени продукти с висока добавена стойност. Развитието на местните пазари трябва да заема по-значимо място в селскостопанската политика.

✓ Съвети за местна марка „Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“:

-уникално лого, присъстващо във всички продукти на марката;

-апела на марката си, основните послания;



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- интегриране на марката;
 - “глас” който да отразява марката;
 - слоган на марката- запомнящо се, смислено и кратко изявление, което улавя същността на марката;
 - шаблони и брандингови стандарти за марката;
- Идентифициране на продукти с марката;
- регистрация на марката в патентно ведомство на РБългария.

✓ Определящи параметри на марката:

-Цена:

Ценовата политика трябва да се спазва, за да се запази имиджа на марката.

Има гъвкавост при ценовата политика. Има контрол върху себестойността на продукта

Маркетинга на местната марка:

-Единно послание в цял свят

-Контролирано качество на посланието

Марката е знак, който е способен да отличава стоките и услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично. Такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или нейната опаковка, комбинация от цветове, звуци или всякаква комбинация от такива знаци.

Всяка марка може да бъде регистрирана за определени класове стоки и услуги. Те са общо 45 (35 за стоки и 10 за услуги).

Регистрацията на една марка е за срок от 10 години. Този срок може да бъде продължаван за неограничен брой пъти по 10 години срещу заплащане на определените такси.



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

✓ Избор на местна марка.

Някои от основните елементи на които трябва да се обърне внимание при осъществяване на избор са:

- Съобразяване с продукта/услугата за която ще си използва марката;
- Името трябва да се произнася, пише и запомня лесно;
- При използване в чужбина, името трябва да бъде подходящо за съответният чужд език;
- Името не трябва да бъде описателно за продукта или услугата;
- Името трябва да бъде отличително;
- Избраната марка не трябва да нарушава чужди по-ранни права върху идентични или сходни марки;
- Оценка на важността на марката;
- Определяне на класовете стоки и услуги за които ще се регистрира марката;
- Определяне на финансовият бюджет;

Не се регистрира:¹²

- Марка, която няма отличителен характер;
- Марка, която се състои от знаци, станали обичайни в говоримият език или търговска практика в България;
- Марка, която се състои от знаци указващи вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, метода на производство на стоките или други техни характеристики.
- Марка, която противоречи на общественият ред и добрите нрави;
- Марка, която може да въведе в заблуждение потребителите относно естеството, качеството, географският произход на стоките или услугите;
- Марка, която се състои или включва гербове, знамена или други символи на държави, междуправителствени и международни организации;
- Марка, която се състои от официални знаци и клейма за контрол и гаранция;
- Марка, която се състои от наименование или изображение на

¹² Източник-Патентно ведомство



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

исторически и културни паметници на Р.България;

Марката попада по защитата и правилата на Закон за марките и географските означения (Обн. ДВ. бр.81 от 14 Септември 1999г.)

Според този закон, марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично. Такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци. Марка е търговска марка, марка за услуги, колективна марка и сертификатна марка.

Правото върху марка се придобива чрез регистрацията, считано от датата на подаване на заявката.

Правото на регистрацията принадлежи на първия заявител.

Правото върху марка е изключително право.

Директивата на ЕС за хармонизация на законодателствата по търговски марки определя че марки могат да бъдат всички знаци, които могат да бъдат представяни графично, а именно: думи, рисунки, букви, цифри, формата на изделието или неговата опаковка, при условие че тези знаци могат да отличават стоките или услугите на едно предприятие от тези на друго.

- ✓ Колективни марки
- ✓ Колективната марка е марка - притежание на сдружение на производители, търговци или на лица, извършващи услуги, което е юридическо лице. Тя отличава стоките или услугите на членовете на сдружението от стоките или услугите на други лица.

- ✓ Сертификатни марки

Сертификатната марка удостоверява материала, начина на изработване, качеството или други характеристики на стоките или услугите, произведени или предлагани от лица, с разрешението и под контрола на притежателя на марката.

- ✓ Общозвестна марка и марка, ползваща се с известност



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

Определяне на марка като общоизвестна или ползваща се с известност

При определяне на марка като общоизвестна или ползваща се с известност се вземат предвид следните обстоятелства:

- степен на известност или признаване на марката в съответната част от обществото, която обхваща действителните или потенциалните потребители на стоката или услугата, лицата, заети в съответната разпространителска мрежа и деловите кръгове, ангажирани с дадените стоки или услуги;
- продължителност, степен и географска област на използване на марката;
- продължителност, степен и географска област на публично представяне на марката, в т.ч. рекламиране, разгласяване или излагане на панаири и/или изложби на стоките и/или услугите, за които се използва марката;
- данни за успешно прилагане на правата върху марката, ако тя е регистрирана;
- стойност на марката;
- други обстоятелства.

✓ Международна регистрация на марките

Под международна регистрация на марка се разбира регистрация, извършена от Международното бюро на Световната организация за интелектуална собственост, наричано по-нататък "Международното бюро", по реда на Мадридската спогодба и Протокола.

✓ Международна регистрация на български наименования за произход

Вписан ползвател на регистрирано наименование за произход може да подаде заявка за международна регистрация.

Заявката се подава чрез Патентното ведомство в Международното бюро.

✓ Регистрация и действие на марката на Общността

Марката на Общността е марка, която е регистрирана във Ведомството за хармонизация на вътрешния пазар (търговски марки и дизайн) при условията и по реда на Регламент (ЕО) № 207/2009.

Марката на Общността има действие на територията на Република България.

Добрите марки изпълняват три особено значими функции за потребителят:



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- Пестят време.
- Излъчват вярното послание.
- Осигуряват идентичност.

✓ Маркова ценност:

Марковата ценност е добавената от марката стойност към един продукт или услуга.

Стойността на търговската марка поражда потребителска стойност. Тя се постига чрез подпомагане на процеса на обработка на получената от потребителите пазарна информация и на достигането до правилни решения. Марковата стойност увеличава степента на удовлетвореност на потребителя при използване на продукта.

✓ Идентичност на марката:

Колкото повече един продукт има своя собствена идентичност, толкова по-голяма стойност притежава. Марките предлагат на купувачите гаранция за качество, услуга, стойност и нововъведение.

Силните марки имат ясна визия. Те застават зад нещо важно за целевата аудитория и това им поведение е постоянно. Добрите марки са като добрите приятели, те са постоянни от гледна точка на силата и качеството на взаимоотношенията си с потребителите.

✓ МИГ“Нови пазар-Каспичан“ трябва да ориентира местните ресурси в следните продукти:

Продуктите с регионална марка, създадени в рамките на проекта са разделени на три категории:

1. Земеделски, индустриални и високотехнологични продукти.
2. Традиционни продукти
3. Културни продукти (историко-археологическо наследство, фолклор).

✓ Продуктите на марката следва да бъдат:

-Занаятите-практикувани в населените места на територията на общините Нови пазар и Каспичан и съхранени в автентичен вид;



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

- Изделия от дърво и природни материали с уникална визия и местна концепция, вкл.сувенири;
- Текстилни изделия, характерни за региона и произведени ръчно или по стари технологии, вкл.сувенири;
- Храна и натурални продукти, произведени от местното население;
- Традиционни местни питиета и напитки;
- Изделия от плодове и зеленчуци, произведени в местното селско стопанство.
- Услуги: туристически услуги и места за настаняване, отдих и развлечения, предлагащи идентични и уникални за региона атракции;
- Уникални продукти, демонстрирани или произведени от местните хора: за редица народи нематериалното културно наследство е основен извор на идентичност и е значимо свързано с тяхната история. За съжаление обаче голямо количество културни изяви като музиката, танца, словото, обредите, съборите или традиционните културни умения са застрашени от изчезване.

- ✓ Автентични продукти на живото, нематериално културно наследство на територията на общините Нови пазар и Каспичан:

-Дни на селото по време на народните празници в двете общини, представени като продукт с културна марка:

1. село Зайчино Ореше-Коледуване:

Група млади мъже облечени в национална носия с калпаци и ямурлуци обикалят селото и пеят. Стопанина на къщата пред която пеят ги кани в къщи. Групата поздравява всеки член от семейството с подходяща за него песен. Домакинята им подарява специално приготвената за тях погача и плодове. А стопанина на къщата ги черпи с вино.

2. село Мировци-Коледуване:

В нощта на Бъдни вечер тръгват момци коледари, за да известят на стопаните, че настъпва ново време. Те са в празнично облекло, с дълги криваци и високи астраганени калпаци, украсени с пуканки, чимшир и бръшлян. Техният водач се нарича станиник. Влезли в къщата на стопанина, момците запяват песен-благослов. Стопанката се отблагодарява с вит-превит кравай с птичета и лози по



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

него - да е плодна Новата година. Дружината поема щедрия дар и станиникът благославя: "Дружина, кажете: "Амин!" С веселие и смях коледарите напущат щедрите стопани и пеят: "Ний кат излезем-радост да влезе!" През тази вечер широко се отварят портите. Някога се е вярвало, че ако коледари не дойдат в дома ти - мор и болести ще те налегнат. Цяла вечер коледарите обхождат селото и влизат във всеки дом, за да има радост и плодородие през идната година.

3. село Мировци-лазаруване:

Лазаруването е момински пролетен обичай, който се провежда на Лазаровден, седмица преди Великден. Участничките са на различна възраст и са 6-8 на брой. Те са в китни премени, с шарени чорапи и с венци от върбови клончета. По-големите носят булченски накити, кордели в три цвята. Наредени две по две вървят по улицата и пеят: "Която ни е кумата, напред, напред да върви, (да прескочи в градинка), да откъсне латинка и морава лиляка!" Лазарките носят със себе си и кошници за яйца, и торба за брашно. Когато влязат в двора, поздравяват стопаните. "Кумата" (водачката) мята кенарена кърпа на рамото на този, на когото ще припяват. Песните на лазарките имат обща черта-благопожелаване за плодородие по ниви, лозя и жива стока. Домакинята благодари и благославя лазарките, донесли пролетно настроение, вдъхнали вяра и надежда за утрешния ден. Поднасят се яйца и брашно със ситото. По него се гадае - ако е обърнато нагоре, богатата и щедра ще бъде годината. Лазарската група обхожда цялото село, за да внесе здраве и радост във всеки дом. На следващия ден - Цветница, лазарките пушат венчетата в близката река и чието венче първо пристигне на определеното място стопанката "кума" ще бъде занаят. Тя ще ги посрещне на Великден и с това обичаят Лазаруване завършва.

4. село Преселка-Кукеровден:

Празнува се на следващия ден след Заговезни. Кукерите са облечени с ямурлуци, колак с чамове, калпак, лицата на кукерите са силно почернени. Обути с навуца с царвули. В ръцете си носят сопа, в горния край с оплетено мио (топчии). Води ги попа с менче, босилек дисаги носени от клисар, с цигулар. Има кукери облечени като мома и ерген - национална носия. Целта е да влязат във всеки дом,



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

да играят хоро. Орът с направено рало и пожелават здраве на семейството, гонят злите духове, гонят се по улиците.

5. село Преселка-Трифоновден:

Трифоновден - който се очаква с голямо нетърпение на 14.II. Сутринта мъжете ходят на лозе, закичват се с лозова пръчка, поливат лозята с вино за берекет, заравя се яйце за плодородие, и се събират, за да изядът цялата кокошка. Там се определя най добрия Лазар с добре пригответено вино той е длъжен, да изнесе по-голямо количество вино. Започва веселието на селския мегдан.

6. село Преселка-Карамановден:

Обичай Карамановден - празник за здраве и надой на биволите. През нощта мъжете влизат в обора на стопанина, почистват обора сутринта, след като стопанина разбере, че е имал гости, приготвя трапезата, и ги посреща (най-вече където има мома) в къщата.

7. град Плиска-Йордановден:

Йордановден - През м. януари - в началото на годината Варненско-Преславският митрополит Кирил отслужва света литургия в църквата "св. Цар Борис" и прави водосвет и хвърляне на кръста на площада в центъра на града. Посещават го и граждани от други села този празник. Някога се е правел обичая "Усади". Бае се против усаждане в кръста на даден човек. Обичаят "Лекуване за песца"-бае се на малко дете, за да оздравее. Битувал е обичая "Клинене". Клини се всяко дете до 40 ден. За момче се прави на орех, а на момиче на слива. Битувал е и обичая "Силвестки". Почистване на оборите в моминия дом на 15.I. всяка година. Среща се и обичая "Джамал"-ходи се по къщите по Иванов ден за берекет.

8. село Златна нива-Гергьовден:

"Гергьовден" - 06.05. на 5.V. след обяд няколко момичета събират накити в едно менче украсено със зеленина. На 6.V. сутринта рано се събират най-различни треви и се сваряват. С тази вода се изкъпва цялото семейство за здраве. Ако има



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

момиче в семейството майката я кара да седне на въже, за да порасне косата ѝ колкото въжетото. След обяд се събират всички млади, които са оставили накити в менчето. Забулва се едно момиче, за да вади накита от менчето. По това време една жена чете спомени. "На хамбара вратата се отваря, сини синци пръскам, майка, татко докато усетят аз приставам на либето". Какъвто е прочетеният спомен, такъв е късметът на младият. След изваждането на накитите, започва веселието.

9. село Златна нива-Свети дух:

Датата е променлива. След обяд, преди празника в църковният двор се колят едно или две агнета. Сутринта няколко жени запалват огън и сготвят агнетата. Свещеникът провежда празнична литургия. Всеки запалва свещ за здраве на близките си, а свещеникът след литургията поръсва всички със светена вода. Раздава се на всеки от пригответеното ястие. Прави се за берекет на селото.

10. село Каспичан- Съборът на 9.V. се провежда, от както съществува селото. Коли се курбан, който се освещава в местната църква носеща името на свети Николай – летни. След курбана населението се струпва на селския мегдан, където свири оркестър. Вият се хора. Има надиграване, забавни игри и гатанки.

11. село Каспичан-Романе:

Двете ромски махали в селото се съревновават. Играят се традиционни ромски танци (кючек) и има надсвирване.

- **Заключение:**

Препоръчва се на МИГ“Нови пазар-Каспичан“ да направи необходимите административни стъпки и да регистрира регионална/местна марка за своята



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони – Европа инвестира в селските райони
ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2007 – 2013 г.



Фирма „Про Експерт Консулт“ ЕООД

територия под наименованието „Земята на Аспарух-вземи бъдеще от миналото“
като подготви документи и ги депозира в Патентно ведомство на РБългария.

Към марката трябва да бъдат идентифицирано съдържанието на всички
производни подпродукти, изброени в настоящия доклад.