

**Трилатерална стратегија за туризам и план за акција за Сливот на
Преспанското езеро**

2012 -2016

Албанија, Поранешна Југословенска Република Македонија и Грција

НАЦРТ



УНДП Проект 00050102

Интегриран управување со екосистемот во сливот на Преспанското езеро

Октомври 2011

Листа на акроними

БЕРИС	Проект за зајакнување на реформа на деловната околина и институционално зајакнување
VfN	<i>Bundesamt für Naturschutz</i> (Германска федерација за конзервација на природата)
ТБЗ	Туризам базиран во заедницата
ЦЕПА	Програма за комуникација, образование, партиципација и подигање на јавната свест
ЦРППР	Центар за развој на Пелагонскиот плански регион
ОУД	Организација за управување со дестинација
ЕК	Европска Комисија
ЕИА	Environmental impact assessment
EQO	Environment quality objective
ЕУ	Европска Унија
ДСИ	Директни странски инвестиции
БДП	Бруто домашан прозивод
ГЕФ	Глобален еколшки фонд
ГТЗ	<i>Deutsche Gesellschaft fuer Technische Zusammenarbeit</i> (German Technical Cooperation Agency)
ХАССП	Анализа на опасности и критични контролни точки
ИТ	Информациски технологии
ИТВ	<i>Меѓународна берза на туризам</i>
IUCN	International Union for the Conservation of Nature
ГПП	Граници на прифатлива промена
KfW	<i>Kreditanstalt für Wiederaufbau</i> (German Reconstruction Credit Institute)
МАВ	Програма Човекот и биосферата
n/d	Без дата
ОЕЦД	Организација за економска соработка и развој
ОЕНМ	Една Еврпа, повеќе природа
РРС	Координатвн тело на Паркот Преспа
ТУПП	Тело за упраување со Паркот Преспа
ЈПП	Јавно-приватно партнерство
РСЦН	Кралско друштв за заштита на природата
РСПБ	Кралско друштво за заштита на птиците
СЕЗ	Специјални економски зони
МСП	Мали и средни претпријатија
СПП	Друштво за заштита на Преспа
СВОТ	Предности, слабости, можности, закани
ТИЦ	Туристички информативен центар
ТОММ	Tourism Optimization Management Model
ТСАП	Стратегија и акционен план за туризам
УНДП	Програма за развој на ОН

УНЕП	Програма за животна средина на ОН
УНЕСКО	Организација за образование, наука и култура на ОН
УНВТО	Светска организација за туризам на ОН
УСАИД	Агенција за меѓународен развој на САД
VAMP	Visitor Activity Management Planning
VERP	Visitor Experience and Resource Protection process
ВФР	Visiting friends and relations
ВИМ	Управување со влијанието на посетителите
ВЦПА	Светска комисија за заштитени подрачја
ВВФ	Светскиот конзерваторски фонд

Содржина

РЕЗИМЕ.....	10
1. ВОВЕД.....	13
1.1 Позадина на задачата.....	13
1.2 Цели на УНДП ГЕФ Регионалниот Проект за Преспа	14
1.3 Цели на Трилатералната стратегија и акционен план за туризам	15
1.4 Методологија и пристап.....	15
1.5 Ограничувања	15
1.6 Структура на извештајот.....	16
1.7 Признание	16
ДЕЛ I - СТРАТЕГИЈА	17
2. ПРОЦЕНКА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОБАНУВАЧКА	17
2.1 Глобална туристичка побарувачка	17
2.2 Туристичка побарувачка во регионот	17
2.3 Национале туристички приказ.....	18
2.3.1 Албанија	18
2.3.2 Поранешна Југословенска Република Македонија.....	19
Поранешна Југословенска Република Македонија исто така гледа многу брз пораст во туризмот како што е истакнато во табела 4.....	19
2.4 Локални туристички показатели.....	21
2.4.1 Албанија	21
2.4.2 Поранешна Југословенска Република Македонија.....	21
2.4.3 Грција.....	22
2.4.4 Привлекување на маркетиншки сегменти	22
2.5 Заклучоци и главни прашања кои произлегуваат.....	22
3. ПРОЦЕНКА НА ОДРЖЛИВОСТА НА ТУРИЗМОТ И НЕГОВИТЕ ВЛИЈАНИЈА ВРЗ КУЛТУРНОТО И ПРИРОДНОТО НАСЛЕДСТВО	23
3.2. Носечки капацитет	24
3.3. Влијанија врз културното и природното наследство	25
3.3.1. Препорачан систем за управување со природното наследство	25

3.3.2. Препорачани системи за управување со културното наследство t.....	26
3.4. Заклучоци и препораки	26
4. ВИЗИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ	26
4.3. Визија	26
4.4. Главни продукти	26
5. СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ	27
5.3. Носечки продукти	27
6. УЛОГАТА НА ТЕЛОТО ЗА УПРАВУВАЊЕ СО ПРЕСПА.....	29
6.3. Можности и ограничувања	29
6.4. Како понатаму	29
7. МАРКЕТИНГ НА ТРИЛАТЕРАЛНИОТ ПРЕСПА ПАРК	29
7.3. Моментални маркетинг потреби	30
7.4. Обем и одржливост	30
7.5. Примери на прекуграничен туристички маркетинг	31
7.6. Маркетинг цели на Преспа Парк	32
7.7. Испорака на маркетинг	32
7.8. Целни пазари	33
7.9. Цели на маркетинг стратегијата	33
ДЕЛ III – АКЦИОНЕН ПЛАН	35
3. АКЦИОНЕН ПЛАН ЗА ТУРИЗАМ	35
3.1. Управување	35
3.2. Проекти – екотуризам	36
3.3. Главни проекти - природа.....	41
3.4. Проекти – Култура.....	48
3.4.1 Вовед.....	48
3.5. Активен туризам	51
3.6. Домашен туризам	52
3.7. Настани и конференциски туризам.....	53
3.8. Маркетинг.....	53
3.9. Програма за поддршка на развој на капацитети	56
4. ПИЛОТ ПРОЕКТИ.....	60
4.1. Вовед.....	60
Пилот проект 1: Истражување на пазарот	60

Пилот проект 2: Славење на културата на Преспа	61
Пилот проект 3: Прекуграничен триатлон на Преспа	62
Пилот проект 4: ТВ програма – Вкусот на Преспа	63
Пилот проект 5: Трилатерална туристичка мапа на Преспа	64
ANNEXES	66
1. Terms of Reference.....	66
2. Consultations undertaken during September-October 2011	69
3. Sites visited in Prespa watershed region	71
4. Prespa trilateral tourism stakeholder consultation workshop	73
5. Prespa Park Coordinating Committee visioning survey.....	89
6. Review of existing and relevant strategies/plans/studies	90
6.1 Environmental strategies and studies	90
3.2.1 <i>Prespa Lakes Basin Strategic Action Plan</i>	90
3.2.2 <i>Prespa Lakes Basin Strategic Action Programme</i>	90
3.2.3 <i>Trans-boundary Diagnostic Analysis</i>	91
3.2.4 <i>Rapid assessment of priority species and habitats in the Prespa Lakes basin</i>	92
6.2 National tourism strategies and studies.....	92
3.3.1 <i>The current TSAP</i>	92
3.3.2 <i>Albania</i>	92
3.3.3 <i>Former Yugoslav Republic of Macedonia</i>	93
3.3.3 <i>Greece</i>	94
6.3 Regional tourism-related strategies and marketing initiatives	95
3.3.1 <i>GTZ Regional Tourism Cooperation Programme</i>	95
3.3.2 <i>Center for Development of Pelagonija Region</i>	95
3.3.3 <i>Spatial Plan of the Ohrid-Prespa Region</i>	95
3.3.4 <i>Prespa/Ohrid Euroregion</i>	96
3.3.5 <i>EU Prespa Local Quality Standards Project</i>	96
3.3.6 <i>Transnatura</i>	96
3.3.7 <i>SNV-Korçë Destination Management Organisation action plan</i>	96
6.3.8 <i>Prespa Lakes Investment Region</i>	96

3.3.9	<i>UNDP Socio-economic studies, Albania</i>	97
3.3.9	<i>SNV Prespa Area Tourism Action Plan, Albania</i>	98
6.4	Other relevant strategies and sources	98
3.4.1	<i>UNESCO</i>	98
3.4.2	<i>USAID National Competitiveness Report</i>	98
3.4.3	<i>Prespa Park trademark</i>	98
3.4.4	<i>Prespa Park Communications Strategy</i>	98
6.5	Conclusions and key issues arising	99
7.	Assessment and evaluation of the current status of the tourism sector	101
7.1	National economic backgrounds	101
7.2	Regional economic backgrounds.....	101
4.2.1	<i>Overview</i>	101
4.2.2	<i>Albania</i>	101
4.2.2	<i>Former Yugoslav Republic of Macedonia</i>	102
4.2.3	<i>Greece</i>	102
7.3	Access	102
4.3.1	<i>Air</i>	102
4.3.2	<i>Rail</i>	102
4.3.3	<i>Road</i>	102
7.4	The Prespa Lakes	103
7.5	Services for tourism.....	103
7.6	Main tourism products at present	104
7.6.1	<i>Present tourism product in Albanian Prespa</i>	104
4.4.2	<i>Present product in the former Yugoslav Republic of Macedonia areas of Prespa</i>	104
4.4.3	<i>Present tourism product in Greek Prespa</i>	105
7.7	Conclusions and key issues arising	106
8.	Analysis of existing institutional structures and human resources	107
8.1	Institutions for trilateral cooperation in tourism	107
8.1.1	<i>Trans-boundary Prespa Park</i>	107
8.1.2	<i>Other international institutions for cooperation</i>	107

8.2	Public sector institutions at regional level in the tourism sector	108
8.2.1	<i>Albania</i>	108
8.2.2	<i>Former Yugoslav Republic of Macedonia</i>	108
8.2.3	<i>Greece</i>	108
8.3	Public sector institutions at local level in the tourism sector	108
8.3.1	<i>Albania</i>	108
8.3.2	<i>Former Yugoslav Republic of Macedonia</i>	109
8.3.3	<i>Greece</i>	109
8.4	National Parks.....	109
8.4.1	<i>Albania</i>	109
8.4.2	<i>Former Yugoslav Republic of Macedonia</i>	109
8.4.3	<i>Greece</i>	111
8.5	Local non-governmental organisations engaged in tourism.....	111
5.5.1	<i>Society for the Preservation of Prespa</i>	111
5.5.2	<i>Cultural Triangle of Prespa</i>	112
8.5.3	<i>Other local NGOs</i>	112
8.6	Private sector.....	112
8.7	Educational institutions.....	112
8.7.1	<i>Tourism education institutions in the Prespa area</i>	112
8.7.2	<i>Tourism education institutions in the wider region</i>	112
8.8	Conclusions and key issues arising	113
9.	Inventory of current product	114
9.1	Introduction.....	114
9.2	Visitor attractions – nature.....	114
9.3	Visitor attractions - culture.....	115
9.4	Water-based tourism.....	116
9.5	Adventure and sports tourism centres.....	116
9.6	Accommodation in the Prespa watershed	117
9.7	Tourist information centres.....	118
9.8	Festivals and events.....	118
9.9	Conclusions, product gaps and key issues arising	119

10.	Bibliography	120
10.1	Published sources	120
10.2	Electronic sources	122

List of tables

Table 1: European regions, international tourist arrivals (millions).....	Error! Bookmark not defined.
Table 2: Albania tourism arrivals 2006-2010.....	Error! Bookmark not defined.
Table 3: Albania total visitor expenditure 2006-2010	Error! Bookmark not defined.
Table 4: Former Yugoslav Republic of Macedonia tourism arrivals 2006-2010.....	Error! Bookmark not defined.
Table 5: Former Yugoslav Republic of Macedonia visitor expenditure 2006-2010	Error! Bookmark not defined.
Table 6: Greece tourism arrivals 2006-2010.....	Error! Bookmark not defined.
Table 7: Greece visitor expenditure 2006-2010	Error! Bookmark not defined.
Table 8: Greek domestic tourism 2006-2009	Error! Bookmark not defined.
Table 9: Key indicators St Paul the Apostle International Airport, Ohrid 2009-2010...	Error! Bookmark not defined.
Table 10: Tourism growth projections (overnight visitors)	Error! Bookmark not defined.
Table 11: Tourism-related comparison of Lakes Djoran, Ohrid and Prespa	94
Table 12: Nature attractions	114
Table 13: Culture attractions	115
Table 14: Adventure tourism	117
Table 15: Accommodation	117
Table 16: Tourist information centres	118
Table 17: Festivals and events	118

РЕЗИМЕ

Оваа задача е поврзана со ревизијата и финализирањето на трилатералната Стратегија и акционен план за туризам во сливот на Преспанското езеро, која се базира на претходно отпочнатата работа на Ла Паз Груп во 2009/2010. Процесот на ревизија на Стратегијата за туризам и акциониот план го има за цел следното:

- Подобрување на целокупните напори во сливот на Преспа за заштита на животната средина, преку идни форми на туризам и туристички производи;
- Да обезбеди стратешки пристап кој ги подобрува прекуграничните активности во областа на туризмот;
- Да обезбеди политики за туристичка промоција кои се базираат врз маркетинг на регионална дестинација; и
- Најдобрите практики за развој на одржливиот туризам во прекуграничен контекст го водат понатамошниот напредок;

Во Фебруари 2011 беше потпишан меѓународен договор помеѓу Министерствата за животна средина и Европската комисија. Врз основа на овој договор, трите земји се правно обврзани да обезбедат перманентни структури за соработка со цел развивање на заедничка стратегија и аплицирање на мерки како за заштита на животната средина и човечките активности во регионот. Затоа оваа стратегија и акционен план е токму навреме, и има за цел да биде напреден документ со визија кој ќе му помогне на Телото за управување со Паркот Преспа и на трите влади да обезбедат идно финансирање за имплементација на одговорни иницијативи во областа на туризмот во сливот на Преспа. На развојот на туризмот во овој регион се гледа како на важен начин да се помогне во сочувивањето и реставрирањето на животната средина во Преспа, и обезбедат важни алтернативни извори на приход во регион кој се соочува со економски предизвици.

Деталната анализа која беше спроведена (која се наоѓа во анексите на овој извештај) потенцира оти најголемата туристичка предност лежи во природата и наследството и има еко-туристички производ кој е во развој. Капацитети за зајакнување на туризам кој се заснова на природните вредности или на наследството постојат, но регионот страда од недостаток профил и намален маркетиншки интерес, и многу важниот домашен пазар го троши времето за одмот на други места. Во минатото постоеле многу иницијативи за поддршка на туризмот во регионот, но нивната одржливост во голем дел е дискутабилна. Постои потреба ваквите проекти да биде посилено вградени во локалните институции кои ќе ја преземат одговорноста за нивно продолжување.

Сместувачките капацитети во Албанија и ПЈР Македонија се слаби, со некаков напредок во однос на понудата на домашно сместување во ПЈР Македонија и проширување на капацитетите преку различни грантови во Грција, но многу малку. Проблемите со цврстиот отпад го поткопуваат туристичкиот потенцијал особено во Албанија. Националните паркови се најголемата туристичка вредност во моментот и одржливи туристички капацитети се најсилни во некои од овие институции. Сезонската природа на туризмот е најголемиот предизвик во сите три земји, и нема развиено производи или настани кои би го адресирале овој проблем/ Постои растечка мрежа на информативни туристички центри која може да се надградува. Во моментот не постои вистинска понуда во однос на прекуграничен туризам и има многу малкс приватни туристички операции во регионот, иако некои мали активности се развиваат од страна на тур-операторите во Грчкиот дел од Преспа: овие потфати на приватниот сектор ќе бидат витални за идниот развој на туризмот.

Не е сосема веројатно оти продолжување на претходните механизми за поддршка на екотуризмот се доволен пристап за промена на моментално опаѓачкиот тренд на посетители во Преспа. Потребен е поамбициозен пристап. Критички, освен Националните паркови, не постојат носечки туристички производи кои би можела да ја стават Преспа на мапата и да помогнат во привлекување на нови пазари. Бројот на посетители е мал, освен за време на празници и во високиот летен период. Туристичките капацитети во општините се генерално слаби. Без оглед на овие предизвици, сепак регионот на Преспа несомнено може да понуди туристички производ кој ќе ги задоволи потребите на растечките туристички пазари. Сепак, понудата треба да се базира на овие потреби, поврдени преку континуирано истражување на пазарите, и водени од квалитет и

вредност за парите. Нови квалитетни туристички маркетиншки ориентирани производи треба да бидат развиени во сливот на Преспа; природата треба да биде подобро заштитена; и свеста за туристичките можности во регионот треба да се креира.

Според тоа визијата за туризмот во Преспа е следната:

Сливот на Преспанското езеро ќе се развие како модел за одржлив и одговорен туристички развој, градејќи врз извонредните природни и културни одлоци. Тој ќе има висококвалитетни атракции како за домашните така и за странските посетители во прекрасниот пејсаж заштитен од Националните паркови. Ќе продолжи да се развива како модел на прекугранична соработка за економска и социо-културна корист на нејзините жители. Ќе биде управиван како прекуграничен резерват на биосферата и ќе постигне статус на листата на места од светското наследство (World Heritage Site).

Главни теми за производи кои Преспанскиот регион би ги понудил во иднина на растечките потреби на пазарите се екотуризам, природа (вклучително и набљудување на птици), култура, активен туризам, и – штом се подобри – сместување кое е сензитивно во однос на животната средина, ресорти и спа.

Под овие теми потребни се високо квалитетни туристички атракции и капацитети за да ја стават Преспа 'на мапата' во однос на свест за меѓународен туризам и зголемување на окупираноста. Некои носечки веќе постојат, особено во Националните паркови, но нови производи се потребни, кои ќе привлечат нови пазари и ќе ги освојат старите повторно. Со оглед на сегашната ситуација на прилично слаба пазарна побарувачка, ниска окупираност, голема приватна инвестиција во приватниот сектор е малку веројатна, освен ако не е мотивиран од алтруистички побуди (како на пример инвестиција од емигранти повратници). Затоа е потребна и оправдана владина и донаторска интервенција, за стимулирање на побарувачката преку развој на производ и маркетинг.

Серија на потенцијални носечки инвестиции се сумирани во овој акционен план за идно финансирање, за привлекување на нови посетители и продолжување на времетраењето на ноќевањата. Овие се категоризирани во однос на екотуризмот, природата и културата како што се наведени:

- Истакнување на трилатерланата област како прекуграничен резерват на биосферата и пристапување кон помош под Човекот и биосферата (МАБ) програмата на Организација на Обединетите нации за животна средина, култура и општество (УНЕСКО).
- Помагање на националните паркови да обезбедат финансиски средства за клучните производи и развој на трилатерални тематски насоки.
- Воспоставување на високо квалитетна мрежа на туристички информативни центри за Преспа паркот, која ќе ги приближи постоечките и планираните постројки
- Воспоставување на меѓународна Академија за екотуризам во Преспа за обучување на водичи и други во екотуризмот
- Развој на водечки Центар за откривање на Преспанското езеро.
- Подигање на одбрани плажи до стандардите на Плажи со сино знаме .
- **Развој на туристичко гледиште со комерцијални и комунални туристички капацитети во Албанска Преспа.**
- Презентирање на постоечките предлози за назначување на Преспа како Ворлд Херитиџ сајт (споменик на светското наследство, културен и на природата);
- Развој на висококвалитетно манастирско туристичко искуство;

- Обезбедување на поддршка за развој на туристички активности за мали и средни претпријатија (МСП)
- **Развој на споредни и настани и конференции надвор од сезоната.**
- Испорака (заедно со партнери) на детална маркетинг стратегија за подигање на свеста за Преспа и привлекување на селектирани целни пазари.
- Воспоставување на континуирана поддршка за обука во туризмот за приватниот и јавниот сектор.

Пек краткорочки пилот проекти се исто така предложени, а е и нагласена важноста од повторното отвоање на граничниот премин во Долно Дупени. Улогата на Телото за управување со Преспа Паркот (РРМС) е дефинирана како водечка во следните области кои се во согласност со Заедничката изјава од Фебруари 2011:

- Воспоставувањето на Биосферата на Преспа паркот за обезбедување на заштита на животната средина и подочбување на економската егзистенција;
- Обезбедување на фондови за стратешки прекугранични проекти, како носечки проекти кои се потенцирани во оваа стратегија;
- Надгледување на нивната имплементација со ефективни прекугранични елементи;
- Спроведување на стратешки истражувања;
- Објавување на информации за квалитетот на водата и туризмот ; и
- Мониторинг на стратешкиот напредок и прекуграничната соработка.

Маркетиншките цели на прекуграничниот Преспа Парк кои треба да бидат испорачани со партнерите, се следните:

1. *Создавање на светс за регионот на Преспанското езеро како супериорна локација за екотуризам, природа, култура и активности преку партнерство со националните туристички одбори и други регионални и домашни маркетиншки иницијативи .*
2. *Да се промовира прекуграничниот туризам кој ќе го продолжува времето на престој во регионот преку рекламирање на специфични прекугранични продукти (како што се развиваат).*
3. *Промоција на продукти надвор од сезоната и настани во Преспанскиот регион.*
4. *Полесна резервација во Преспа.*

Оваа стратегија заклучува дека ако постои сериозна заложба за развој на туризмот во Преспанскиот регион и се искористи за да се сочува животната средина, потребни се реални инвестиции во туризмот од страна на донаторите и владите. Треба да се развијат повеќе атракции и квалитетни капацитети на осетлив и добро менаџиран начин со цел да се привлечат повеќе луѓе да ја посетат областа и да потрошат пари и време тука; и да се охрабри развој на поквалитетно сместување и инвестиции во приватниот сектор.

1. ВОВЕД

1.1 Позадина на задачата

Оваа задача е поврзана со ревизија и финализација на трилатералната стратегија за туризам и акционен план (TSAP) сливот на Преспанското езеро, која се базира врз работата на претходно отпочната од Ла Паз Груп во 2009/2010. Претходниот експертски тим направи посети на терен и инклузивни работилници во трите земји кои ги вклучуваа секторите во сливот на Преспа (Албанија, поранешната Југословенска Република Македонија и Грција) и презентираа извештак. Оваа задача е финансирана од Глобалниот фонд за животна средина (ГЕФ) кои се администрираат преку Регионалниот Проект за Преспа на УНДП.

Трилатералниот Преспа парк, кој ги вклучува Малото и големото Преспанско езеро и околните планини, покрива област од околу 1600 квадратни километри. Паркот беше прогласен на Светскиот ден на водните живеалишта, на 2 Фебруари 2000. Областа е назначена како Водно живеалиште од меѓународна важност под Рамсарската конвенција. Трите земји кои го делат сливот на Преспа имаат назначено паркови или заштитени подрачја на своите територии и тоа:

- Национален парк Преспа (назначен во 1999) во Албанија
- Тој се надоврзува на Националниот Парк Галичица (1958, и го покрива планинскиот слив помеѓу Охридското езеро и Големото Преспанско езеро) во поранешната Југословенска република Македонија. Националниот Парк Пелистер (1948) и Стриктниот природен резерват Езерани (1996) исто така се во рамките на паркот во Поранешната Југословенска Република Македонија.
- Природната шума во Преспа (1974), сега прогласена како Национален Парк Преспа ги заштитува најголем дел од изворите во Преспа.

Премиерската декларација во 2000 водеше кон дефинирање на четири клучни цели за трилатералниот Преспа парк, кои следат:

- Цел 1: Конзервација за еколошките вредности и функции и на биолошкиот диверзитет во регионот на Паркот Преспа
- Цел 2: Подобрување на можностите за одржлив економски и социјален рабој на локалното општество и паметна употреба на природните ресурси во корист на природата, локалните економии и идните генерации
- Цел 3: Сочувување на културните вредности како споменици, традиционални населби и традиционални човечки активности и културни настани кои промовираат одржливо управување со придорните ресурси;
- Цел 4: Да се бара учество, соработка и инволвираност во носењето на одлуките и во делбата на бенефициите или загубите на интересните групи од сите три земји

Во Фебруари 2011 беше потпишан меѓународниот договор помеѓу Министерствата за животна средина и Европската комисија. Под овој договор, трите земји се правно обврзани да воспостават трајни структури за соработка со цел да се развие заедничка стратегија и да се применат мерки како за заштита на животната средина и човечките активности во регионот. Овој договор ги поставува приоритетните прашања, особено во управување со водите, и вклучува елаборација на интегриран план за управување со водата во сливот, како што налага Европската директива за водите.

Заедничката декларација се стреми кон:

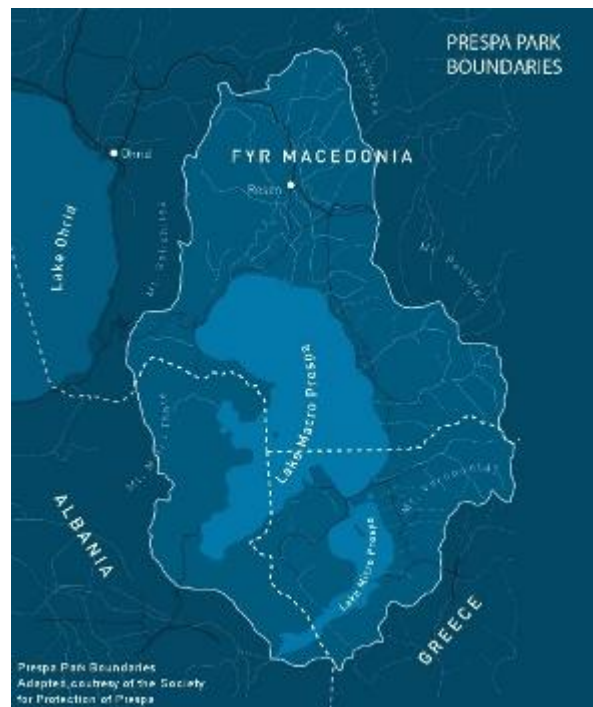
Подобрување на соработката помеѓу компетентните власти и интересни групи во сите три земји со цел да се одржи и заштити единствената природна вредност на сливот на Преспанското езеро и да се спречи и/повратат причините за деградација на неговиот хабитат

Кон туризмот се обраќа во делот во кој страните препознаваат

Заедничка одговорност за конзервација на екосистемот во сливот на Преспанското езеро и неговите делови како и на природната убавина, како основа за економска и социјална добробит на жителите и за создавање на економски развојни можности (вклучително и земјоделие, рибарство и туризам).

Мапа1 ја илустрира проектната област

Мапа 1: Регионот на Преспа



Извор: УНДП/Друштво за заштита на Преспа

Забелешка: Границите и имињана прикажани на оваа мапа не значат официјално прифаќање или поддршка од ОН.

1.2 Цели на УНДП ГЕФ Регионалниот Проект за Преспа

Регионалниот УНДП ГЕФ Преспа Проект, под чиј налог оваа задача е наратана, се стреми кон меинструмирање на еко-системските цел и приоритети во практиките и политиките на продуктивните сектори. Регионалниот проект за Преспа е дизајниран за зајакнување на капацитетот за реставрирање на здравјето на екосистемот и конзервација на биодиверзитетот преку пилотирање на екосистемски ориентиран пристап а просторното планирање, управувањето со водите, земјделството, шумарството и управување со рибните фондови, и конзервација и управивање со заштитените подрачја.

Проектот е дизајниран за ја зајакне тековната прекугранична соработка во управување со ресурсите и конзервацијата преку омокување на постоечките прекугранични институции и пилотирање на активности за прекугранично управивање и конзервација. Проектот се стреми за обезбеди финансирање за Стратешката програма за Преспа која треба да биде прифатена на нависоко ниво во трите земји. Развојот на туризмот е една од осумте тематски области кој се покриени под проектот, од кои другите се управување со водите, биодиверзитет, шумарство, рибарство, земјоделие, владеење и економска егзистенција¹.

Трилатералниот Преспа Парк ги претставува првото прекугранично заштитено подрачје на Балканот. Неговата главна цел е заштита на животната средина и одржлив развој на пошироката област, за користи на конзервација на природата и просперитет на жителите и идните генерации.

Прекуграничната соработка во областа на туризмот може да води до поголеми можности за слободно движење на луѓе, стоки, услуги и капитал и може да креира дополнителна вредност. Таа може да ги обнови културните врски и традиции, како и да ја зголеми социјалната и политичката стабилност. Потпишувањето на трипартитниот договор за заштита и одржлив развој во регионот на Преспа паркот од представниците на трите влади и Европската Комисија (ЕК) го потенцира ова. Таква развојна соработка се гледа како на особено значајна

¹ < <http://prespa.iwlearn.org/project-sectors> >

на Балканот и може да постави модел за мирно и конструктивно коегзистирање за иднината на регионот (УНДП, 2009а).

1.3 Цели на Трилатералната стратегија и акционен план за туризам

ТСАПот беше нарачан со цел да се обезбеди стратешка насока за развој на секторот на туризам во сливот на Преспанското езеро за период од најмалку пет години. Тој ќе ги води јавните и приватниот сектор за туристички инвестиции, управување и мониторинг во линија со принципите за управување со екосистемот и најдобрата меѓународна пракса во прекуграничен контекст.

Консултантот беше задолжен со артикулирање на јасна визија за туризмот во сливот на Преспа, која се базира врз следните размислувања:

- Целокупните напори за заштита во сливот на Преспа да се земат во предвид при дефинирање на идни форми за туризам и туристички производи;
- Стратешки пристап кој цели кон подобрување на прекуграничните туристички активности;
- Политики за промоција на туризмот кој се базираат на регионален маркетинг на дестинации; и
- Светски практики за одржлив туристички развој во прекуграничен контекст.

Целокупната цел на стратегијата е да се подобро одржливиот економски и социјален развој на локалното општество и паметно користење на природните ресурси. Особено, стратегијата го зацртува патот напред за следното:

- Интегрирање на туризмот во целокупните политики и модели за развој на регионот и земјите;
- Обезбедување на рационална основа за носење на одлуки како во приватниот така и во јавност сектор во однос на развојот на туризмот;
- Оптимизација и балансирање на економските, еколошките и социјалните бенефити од туризмот;
- Поставување на основите за успешна имплементација на туристички политики;
- Иницирање на ефективна координација и соработка на интересните групи во трите земји; и
- Потенцирање на насока кон одржлив туристички развој кој е ориентиран кон природата.

Интегрален дел од туристичката стратегија е петгодишен акционен план (Дел три од овој извештај). Овој дел ги идентификува клучните акции и мерки, нивоа на приоритет, индикативен буџет, одговорни страни, ременска рамка, и механизми за мониторинг како и критериуми за успех. **Исто така се предложени и пилот проекти за итна акција.**

Описот на задачите е опишан во анекс 1.

1.4 Методологија и пристап

Методологијата за ревизија на ТСАП од 2009/10 го вклучуваше следното:

- Ревизија на сегашниот ТСАП;
- Консултации и брзо шест-дневно запознавање со сливот на Преспа (анекс 2 и 3); претходно преземени консултации се ставени во анекс 4;
- Истражување на членовите на Телото за управување со Преспа (ТУПП), резимирано во анекс 5; и
- Широко истражување;

1.5 Ограничувања

Постоеше ограничена временска рамка за теренска работа (шест дена во регионот) поради фактот што значајна работа била направена од претходните контрактори. Иако имаше особен акцент на локалните интересни групи, како во оригиналниот процес на развој на студијата и во сегашниот опис на задачата, многу ограничено маркетинг истражување примарно на меѓународните пазари во однос на свеста за Преспанскиот регион, и поврзано со погледите на другите тур оператори за идни перспекти за развој се направени до денес. Поради

неочекувано затворање на границите помеѓу Грција и ПЈР Македонија за време на мисијата, не сите планирани состаноци можеа да се случат.

Треба да се забележи оти некои извештаи кои даваа податоци за задачата се сега веќе неколку години истечени. Сепак, и особено имајќи во предвид дека темпото на туристичкиот развој во сливот на Преспа е прилично бавно, информациите кои се однесуваат услуги и трендови е повеќе од адекватно за целта на разгледување и стратешко планирање.

1.6 Структура на извештајот

Детална анализа на тековната ситуација во однос на туризмот и туристичките понуди во сливот на Преспа, и екстензивно истражување од биро, се сочинето во анексите X to X. Стратегијата и акциониот план ги сочинуваат клучните делови од овој извештај.

1.7 Признание

Меѓународниот консултант сака да се заблагодари на УНДП персоналот во Албанија и ПЈР Македонија за нивната поддршка. Особена благодарност на Ардит Кономи од Албанија, и Гордана Цветкоска и Никола Здравески од Македонија, од УНДП ГЕФ Проектот за нивниот придонес. Благодарност на г-дин Мишел Јулиан (Michel Julian) од Светската организација за туризам на ОН (УНВТО) за статистичките податоци и г-ѓа Габриела Шнеер (Gabriela Scheiner) од Културен триаголник од Преспа (СТР) која им помагала и на Ла Паз (2010) во ТСАП обезбеди значајни видувања за оваа ревизија.

ДЕЛ I - СТРАТЕГИЈА

2. ПРОЦЕНКА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОБАРУВАЧКА

2.1 Глобална туристичка побарувачка

УНВТО истакнува оти флексибилноста на меѓународниот туризам е илустрирана со следните перформанси: по опаѓање во 2009 меѓународниот туризам се поврати силно во 2010 година без оглед на продолжената рецесија. Туристички пристигнувања праснаа за 6.6 проценти на 940 милион и меѓународните туристички примања пораснаа за 4,7 проценти во реални проценки достигнуаа 919 милијарди УСД. Меѓународните туристички пристигнувања проценето е оти пораснале за понатамошни 4,5 процент во првата половина на 2011, конолидирајќи го порастот регистран во 2010. Помеѓу Јануари Јуни оваа година, вкупниот број на пристигнувања достигна 440 милиони, 19 милиони повеќе од истиот период во 2010. Порастот во напредните економии одржа сила и го затвори јазот со економиите во раст кои го вдат растот на меѓународниот туризам во последните години (УНВТО, 2011а).

Меѓународните туристички трошења беа повеќе погодени од финансиската криза и пораснаа нешто побавно од пристигнувањата во 2010. По охрабрувачки прва половина од 2011, растот во остатокот од годината се очекува да омекне донекаде бидејќи последните месеци покажуваат зголемен несигурност, попречувајќи ја довербата на бизнисите и потрошувачите.

Глобално, бројот на туристи кои патуваат надвор од нивните земји е проектирано да постигне 1.8 милијарди за две декаде, со најголеми стапки на раст кои доаѓаат од економиите во пораст, според извештајот на УНВТО Туризмот кон 2030 (2011б). Овој извештај предвидува дополнителни 43 милиони луѓе секоја година да стануваат меѓународни туристи. Оваа бројка, која кореспондира со 3.3 проценти годишен пораст претставува поскормен раст во индустријата од претходните години.

Врската помеѓу туризмот и заштитените подрачја исто така се предвидува да стане поважна како што туристичките активности повеќе зависат на природното наследство комбинирано со културното наследство како дел од глобалниот тренд. Туризмот поврзан со конзервација на природата ќе игра голема улога во борба со климатските промени како што предвидува Програмата на животна средина на ОН (УНЕП). Во исто заштитените подрачја стануваат позаинтересирано во улогата на туризмот во поддршка на иницијативите за конзервација. Други аспекти на овој тренд вклучуваат и зголемена желба за поучно искуство, и имаат зголемени очекувања во однос на квалитетот и вредноста на парите. Интернетот прогресивно ги заменува туристичките агенти како доверливи извори на објективно водење во однос на изборите за одмор. Интернетот предизвика вистински глобално место за опции за одмор, вклучително и летови и сместување. Околу 80 проценти од туристичките резервации сега се прават со препорака од Интернет, но отприлика само околу 10 проценти од туристичките бизниси имаат можности за електронска резервација на интернет. Ова е особен предизвик во руралниот туризам.

2.2 Туристичка побарувачка во регионот

Во првата половина од 2011 Централна и Источна Европа видоа пораст (9 проценти), и дестинациите во Југоисточна Европа и Медитеранот се зголемија за 7 проценти поради намалени посети на Северн Африка и Блискиот Исток. Пристичнувањата во Јужна и Европа на медитеранот, и во помал дел во Централна и Источна Европа, сепак пораснаа стабилно во последната деkada, како што е илустрирано во табела 1.

Табела 1: Европските региони, меѓународни туристички пристигнувања (милиони)

	2000	2005	2008	2009	2010
Централна и Источна Европа	69.3	87.5	100.0	90.2	95.0
Јужна и Европа на Медитеранот	132.5	152.3	170.4	161.4	169.0

Избори: УНВТО, 2011

2.3 Национале туристички приказ

2.3.1 Албанија

Албанија додоживува рапиден туристички раст во моментов и е именувана на туристичка дестинација број еден за посети во 2011 според Лонли Планет. Albania is seeing rapid tourism growth at present and was named Lonely Planet's number one tourism destination to visit in 2011².

Табела 2 ги означува најновите бројки за посетители и пристигнувања во Албанија.

Табела 2: Туристички пристигнувања во Албанија 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Пристигнувања (во илјади)					
Вкупно	937	1,127	1,420	1,856	2,417
Посетители преку ноќ (туристи)	..	1,062	1,337	1,792	2,347
Посетители за еден ден	..	65	83	64	70

Пристигнувања по региони (илјадници)					
Вкупно	937	1,127	1,419	1,855	2,417
Африка	0	0	0	0	3
Америка	42	52	61	60	62
Источна Азија и Пацификот	8	10	15	28	11
Европа	857	1,061	1,335	1,513	2,239
Блискиот Исток	1	1	1	1	1
Јужна Азија	0	0	1	1	1
Други неklasифицирани	28	2	6	252	100

Пристигнувања по цел (илјади)					
Вкупно	937	1,126	1,419	1,856	2,417
Лични	889	1,060	1,340	1,804	2,370
* летување, одмор	227	187	227	521	1,095
* други лични цели	662	873	1,113	1,283	1,275
Бизнис и професионални	48	66	79	52	47

Извор: УНВТО

93 проценти од посетителите во Албанија доаѓаат од Европа и во бројката од 2010 од 2,239,000 посетители, Србија учествува со 52 проценти. Други доминантни пазари се соседните регионални пазари: Поранешна Југословенска Република Македониј (276,000), Италија (125,000), Црна Года (124,000) и Грција (113,000). Од пошироките Европски пазари Обединетото Кралство на Велика Британија и Северна Ирска имале 62,000 посетители во 2010 и Германија 56,000. Од САД дошле 50,000 посетители, а и Турција била важен пазар со 34,000 посетители. Од Франција дошле 26,000 посетители и од Швајцарија 22,000.

Домашната туристичка потрошувачката исто така пораснала во 2010, како што е илустрирано во табелата 3.

Табела 3: Вкупна потрошувачка на туристите во Албанија 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Потрошувачка (во US\$ милиони)	1,057	1,479	1,849	2,012	1,780

Извор: УНВТО

² Lonely Planet (2011) *Best in Travel*. Достапно на: < <http://www.lonelyplanet.com/italy/travel-tips-and-articles/76164>>

Просечна должина на престој по посетите се зголемила во приватното сместување од 2.2 ноќи во 2006 на 2.5 ноќи во 2010.

2.3.2 Поранешна Југословенска Република Македонија

Поранешна Југословенска Република Македонија исто така гледа многу брз пораст во туризмот како што е истакнато во табела 4.

Табела 4: Туристички пристигнувања во Поранешна Југословенска Република Македонија 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Пристигнувања (во илјади)					
Вкупно	3,369	3,903	4,058	4,553	5,000
Останување преку ноќ (туристи)	202	230	255	259	262
Посетители за еден ден (екскурзии)

Пристигнувања по региони (во илјади)					
Вкупно	202	230	255	259	261
Африка
Америка	9	9	10	9	10
Истолна Азија и Пацификот	3	5	5	4	10
Европа	187	212	236	240	241
Блискиот Исток
Јужна Азија
Други неklasифицирани	3	4	4	6	..

Извор: УНВТО

Европа исто така е доминантен извор на туристички посетители од каде доаѓаат 92 проценти од пристигнувањата во Поранешна Југословенска Република Македонија. Пет најважни пазари од каде доаѓаат посетители кои преночуваат во 2010 се Србија, (29,000), Грција (24,000), Турција (19,000) Албанија (14,000) и Хрватска (13,000). 9,000 посетители дошле од Германија во 2010. Од САД дошле 7,000 посетители. Бројките од другите земји во 2010 се многу мали (помали од 6,000 посетители во секој случај).

Табела 5: Поранешна Југословенска Република Македонија потрошувачка на посетителите 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Потрошувачка (во УСД милиони)	156	219	262	232	209

Извор: УНВТО

Просечен период на останување се намалил во приватното сместување од 2.3 ноќи во 2007/9 на 2 ноќи во 2010.

Грција

Туризмът во Грција далеку го надминува туризмът во соседните Балкански држави. Во 2010 Грција остварила 15 милиони ноќевања, во споредба со 262,000 ноќевања (5 милиони пристигнувања) во Поранешната Југословенска република Македонија, и 2.3 милиони посетители во Албанија. Сепак, меѓународниот туризам во Грција не расте во моментот, по рекордните посети во 2007 (16,165,000 посетители). Табела 6 го илустрира импресивните показатели на грчкиот туризам.

Табела 6: Туристички пристигнувања во Грција 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Пристигнувања (во илјади)					
Вкупно	17,284	n/a	n/a	n/a	n/a
Посетители преку ноќ (туристи)	16,039	16,165	15,939	14,915	15,006

Посети за еден ден (екскурзии - крстарења)	1,245	.n/a.	.n/a.	.n/a.	.n/a.
Пристигнувања по региони (во илјади)					
Вкупно	16,039	16,165	15,939	14,915	15,006
Африка	30	46	44	26	28
Америка	513	843	849	729	691
Источна Азија и Пацификот	316	230	218	206	199
Европа	15,104	14,988	14,767	13,884	14,034
Блискиот Исток	71	46	48	56	45
Јужна Азија	5	1	1	2	9
Други неklasифицирани	..	11	12	12	..

Извор: УНВТО

Огромна бројка од 93.5 посто посети во Грција дошле од Европа. Главни пет пазари за посетители кои ноќеваат во 2010 биле Германија (1,137,000), Обединетото Кралство на Велика Британија и Северна Ирска (1,067,000), Франција (749,000), Италија (601,000) и САД (588,000). Во 2011 политиката нестабилност во Грција имаше негативен ефект врз туризмот, особено во Атина.

Вкупната туристичка потрошувачка во Грција особено опаднала во 2010, како што е илустрира но во табела

Табела 7: Потрошувачка на посетители во Грција 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Потрошувачка (во УСД милиони)	14,495	15,687	17,586	14,796	12,579

Извор: УНВТО

Просечна должина на посети за странски туристи опаднала во 5.6 во 2006 на 5.32 во 2009.

Домашниот туризам игра многу важен дел во Грчката туристичка економија. Бројките за домашниот туризам се исто така импресивни: во 2009 Грција имала скоро 13 милиони домашни посетители, со преку 19 милиони ноќевања во приватно сместување, како што е прикажано во табела 8.

Табела 8: Грчкиот домашен туризам 2006-2009

	2006	2007	2008	2009
Ноќевања по цел (во илјади)				
Вкупно	15,884	14,568	12,905	..
Лични (летување, одмор и рекреација)	14,846	13,563	12,295	..
Бизнис и професионални	1,038	1,005	610	..
Патувања по вид на транспорт				
Вкупно	15,884	14,568	12,905	..
Воздух	590	539	401	..
Вода	2,855	2,427	1,850	..
Копно	12,439	11,602	10,654	..
* железница	287	235	227	..
* патишта	12,052	11,324	10,362	..
* друго	100	43	65	..
Патувања по форма на организираност				
Вкупно	15,884	14,568	12,905	..
Туристички пакет	289	347	351	..
Други форми	15,595	14,221	12,554	..
Сместувања				
Гости	6,234	7,084	7,127	7,524

Ноќевања <i>Извор: УНВТО</i>	14,741	17,339	17,651	19,345
---------------------------------	--------	--------	--------	--------

Просечна должина на престој на домашните посетители во грција е пократка од таа на меѓународните посетители: 2,57 ноќевања во 2009. Ова е добро зголемување во однос на 2006, кога имало 2,37 ноќевања. Огромното значење на превозот по патишта за домашниот туризам исто така е забележано.

Додека бројките за 2011 не се достапни, има индикации оти Грчката економска криза има значаен негативен ефект врз дестинациите кои зависат од Грчкиот домашен туризам, како регионот на Микро Преспа.

2.4 Локални туристички показатели

2.4.1 Албанија

Најголемиот дел од туристичкиот сообраќај од Корча кон Поранешната Југословенска Република Македонија и Грција (и обратно) го заобикојува регионот на Преспанското езеро целосно. Туристите најчесто патуваат кон главните туристички центри во секоја земј по најкратката рута. Бројките на преминување на границите северно од Националниот Парк преспа кај Стење се мали во споредб со тие преку Поградец.

Туризмот во Националниот Парк Преспа во Албанија кој е репортиран од Граждани (2008) е рурален туризам од мал обем и семеен туризам кој се базира на неколку мали семејни хотели, приватно сместување ресторани. Капацитетите за ноќевање во хотелите се 34 кревети, за приватно сместување околу 500 кревети (можеби 50?) и има 11 рестирани со 345 седишта. Стапката на окупираност е екстремно ниска, најмногу 10 посто за неколку хотели. Рестораните имаат до 1000 посетители во денот во викенд за време на главната летна сезона т.е. Јули и Август. Ресторанскиот бизнис има најголем економски локален импакт.

2.4.2 Поранешна Југословенска Република Македонија

Туристичката индустрија во регионот на Преспа во Поранешна Југословенска Република Македонија исто така е многу мала и сезонска во моментот, каде има само еден хотел кој функционира во моментот (во Стење, со 10 соби). Големите готели во регионот престанале со работа (или се затворени поради реобнова или во стечај). Повеќе сместување има во Ресен, кое најчесто служи за бизнис посетители и пријатели и роднини (ВФР), а не за туристи за одмор. Приватни сместувања, сметување за работници, авто-камповите и младинските кампови се вклучени во туристичката понуда во различни студии, но најголем дел од овие се оперативни само во месеците Јули и Август и се затворено во остатокот на годината. Гостилниците известуваат за мала окупираност, најмногу 15 проценти во најразвиеното село за комунален туризам, Брајчино. Во споредба со Албанија (и грција) има малку рибни ресторани покрај езерото (и риболовот е моментално забранет).

Етнографскиот музеј во Подмочани известува за 1,500 посетители годишно и бројката на меѓународни посетители кои го посетуваат езерото за разгледување и селско ноќевање не е веројатно да ја надмине бројката од 3,000 годишно. Бројка од 20,000 посетители вкупно е дадена од Центарот за развој на пелагонискиот плански регион и ова изгледа како разимна бројка, вклучувајќи го и домашниот пазар.³

Меѓународниот Аеродром Св Апостол Павле во Охрид може да порасне во важна регионална порта по неговата приватизација. Претпријатието ТАВ Холдинг го презеде оперирањето со овој аеродром во Март 2010 за период од дваесет години. Неодамнешните бројки од аеродромот покажуваат подем на чартер туристички сообраќај од нови пазари.

Табела 9: Клучни индикатори Меѓународен Аеродром Св. Павле, Охрид 2009-2010

	2009	2010
Пристигнување на патници	36,652	
Комерицијални летови	676	
Меѓународен сообраќај по земји		

³ 70,000 посетители со ноќевање беа предложени во консултантски извештај (ставено во анекс 4), но не изгледа како можно физички со оглед на борјот на собите и репортираната ниска окупираност на капацитетите.

Швајцарија	40%	
Австрија	27%	
Словенија	25%	
Други	8%	

Извор: TAV Airport Holdings

2.4.3 Грција

Грчкиот дел на Преспа го има најразвиениот туристички производ во регионот и привлекува многу посетители. Сепак, сезонската компонента е главен предизвик и локалните консултации индицираат оти има недостаток на координација, соработа и заеднички маркетинг. Област видела експанзија на нејзините туристички производи во смисла на нов хотел или ноќевалиште и нови атракции за посетители како Византиски центар и Центарот за посетители на Националниот Парк Преспа. Туризмот сепак останува високо ослабен што резултира со индустрија која е ограничена како во смисла на остварливост така и на ресурси за маркетинг така и надградба.

2.4.4 Привлекување на маркетиншки сегменти

Следните маркетиншки сегменти ментално го посетуваат сливот на Преспанското езеро (брз основа на консултации кои се преземени во анекс 4 и последователно истржување):

Албанија

- Домашни туристи (најмногу за рестораните);
- Етнички Македонци (најмногу за рестораните);
- Ловци (домашни);
- Некои странски туристи кои патуваат со бродови; и
- Некои учесници на семинари и работилници, и други посетители ориентирани на учење/посети во врска со работа, како на пример археологи..

Поранешна Југословенска Република Македонија

- Домашни (најмногу од Битола, Скопје, Прилеп), екскурзии и семејни патувања;
- Странски (главно дијаспората), гости на 35 години старост, и гости за еден ден преку викенд;
- Холандски туристи кои користат хотели (од новите чартер летови на Охридскиот аеродром);и
- Израелски посетители кои користат хотели и баарат вредност за парите.

Грција

- Домашни туристи главно од Западна Македонија (еднодневно патување)
- Домашни туристи од Централна Македонија и Солун(еднодневни патувања или една до две ноќевања);
- Домашни туристи од цела Грција (главно за кратки одмори, фамилии и мали групи (25 до 50 годишна возраст);
- Луѓе од дијаспората (најмногу од канада, Австралија, германија)
- Странски посетители за одмор (најмногу од Западна Европа и Израел);
- Странски групи со посебен интерес (набљудување на птици, пешачење, дендрологија итн); и
- Студенти и други волонтери (волонтеризам⁴).

2.5 Заклучоци и главни прашања кои произлегуваат

Глобалниот туризам покжува знаци на закрепнување и целосната ситуациј во однос на дестинациите кои може да понудат тоа што денешните и идните туристи сакаат (по цена која може да си ја дозволатО е позитивен на долг рок: Има се повеќе и повеќе туристи кои скаат да посетат што повеќе и повеќе места. Тие се особено заинтересирани за 'зелени' дестинации и бараат бегство од брзиот урбан живот.

⁴ Travel to engage in voluntary service and tourism which allows for a reciprocal relationship with communities.

Туризмот во Западен Балкан е во многу рана фаза на развој: најголем дел од туристичкиот сообраќај е меѓу-регионални се базира врз дијаспората, како што луѓето од поранешните комунистички земји почнуваат дан уживаат поголема слобда на движење и да ги истражуваат нивните и подалечните региони. Земји како Албанија и Поранешната Југословенска Република Македонија исто така почнуваат да бидат откривани од туристи од Западна Европа и САД: бројот на посетители секако ќе продолжи да расте. Регионалниот аеродром во Охрид нуди потенцијал да стане регионална туристичка порта, иако способноста на преспанскиот регион да успее да има корист од овој чартер сообраќај е ограничена поради ограничената база на сместување.

Туристичките перформанси на Грција се импресивни, како меѓународно така и на домашно поле во однос на кој тие на северните соседи изгледаат џуцесто. Грција останува многу зависна на Западноевропските пазари и ефектите од сегашната економска рецесија и политичка нестабилност има веројатност многу да го погодат регионот, барем на краток рок. Сите земји во регионот, вклучително и Грција имаат големи предизвици во решавање на сезонскиот карактер (на туризмот).

Туризмот во регионот на Преспа останува многу поделен во три различни јурисдикции: Не постојат скоро никакви 'три земји, две езера' туристички продукти кои се нудат, што го прави брендот на Преспа Паркот да нема кредибилитет за туристички цели. Затворениот граничен премив во Долно Дупени резултира со 150кметарско патување преку Битола и Лерин кој ниту еден турист или туристичка група би била заинтересирана да го премие за да преземе патување околу Преспанското езеро. Некои туристички оператори во Грција можеби се плашат оти отворањето на границата поради можноста од намалување на цените на сместувањето, иако големата разлика во стандардите на сместување помеѓу Грција и соседите тоа го прави сосема неверојатно: Всушност, сместувањето во Грција е тоа што може да ги задржи луѓето за уште една ноќ ако некој ден се нудат тури околу Преспанското езеро

Регионот на Преспа во Грција е најуспешен во смисла на туристички прозивод, но постојат значајни пазарни предизвици со кои треба да се соочи ако пазарната побарувачка, особено вон сезонската побарувачка се стимулира и се најдат нови пазари. Во Поранешната Југословенска Република Македонија постојат силни докази за потфрлање на пазарот, со затворени хотели по распаѓањето на Југославија и неуспешна приватизација, и многу малку тековен туристички развој. Албанска Преспа сеуште не е допрена од туристичкото будење во земјата, иако тоа е веќе видливо во Корча на југ. Меѓу-регионалниот туризам го заобиколува преспанското езеро патувајќи преку Корча, Охрид и Битола.

И покрај овие слабости, преспанскиот регион може несомнено да понуди продукти кои ќе ги задоволат потребите на растечките пазари. Неговите продукти сепак треба да се базираат врз овие потреби, кои се определени преку маркетиншки истражувања, кои се водат од квалитет и вредност за парите. Треба да се создаде и свест за нови пазарно ориентирани продукти.

3. ПРОЦЕНКА НА ОДРЖЛИВОСТА НА ТУРИЗМОТ И НЕГОВИТЕ ВЛИЈАНИЈА ВРЗ КУЛТУРНОТО И ПРИРОДНОТО НАСЛЕДСТВО

3.1 Одржливост на туризмот во Преспанскиот слив

Одржливиот туризам има за цел да го минимизира влијанието врз животната средина, да ги почитува локалните заедници и културата, да обезбеди економски добивки за локалните бизниси и заедници и да обезбеди трајно искуство за посетителите, како и да ги заштити дестинациите за идните генерации

UNWTO се залага принципите на одржливиот туризам и на Агенда 21 да се применуваат во сите типови на туристички развој.

Препораките и управувачките практики на одржливиот туристички развој се релевантни за сите форми на туризам во сите типови на дестинации, вклучувајќи го масовниот туризам и различните сегменти на туризмот. Принципите на одржливост се однесуваат на еколошките, економски и социо – културните аспекти на туристичкиот развој, при што потребно е да се воспостави соодветен баланс помеѓу овие три димензии, со цел да се гарантира негова долгорочно одржливост. <<http://www.unwto.org/sdt/mission/en/mission.php>>

За да може да се оцени до кој степен туризмот е одржлив во Преспа, потребно е да се погледнат следните [четири](#) области идентификувани од UNWTO:

1) Дали туризмот во Преспанскиот регион оптимално ги користи еколошките ресурси кои претставуваат клучен елемент на туристичкиот развој, зачувувајќи ги притоа есенцијалните еколошки процеси и помагајќи го зачувувањето на природното наследство и биодиверзитетот?

Со постоечките и идните (во подготовка) планови за управување, како и тековните напори за подобрување на езерскиот екосистем, овој критериум може да се достигне.

2) Дали туризмот во Преспа ја почитува социо – културната автентичност на локалните заедници, дали го зачувува нивното културно наследство и традиционални вредности и дали придонесува кон меѓу-културното разбирање и толеранција?

Овој критериум исто така се почитува, особено во Грчкиот дел на Преспа, каде што се вложени големи напори за архитектонско зачувување на [објекти со национална архитектура](#).

3) Дали туризмот овозможува долгоричен економски развој, дали обезбедува правично распределени социо – економски добивките за сите засегнати страни, вклучувајќи притоа стабилно вработување и можности за заработување и социјални услуги за локалните заедници, како и дали проднесува кон намалување на

Овој критериум моментално не е исполнет, особено во Албанија и ПЈР Македонија. Сепак, постои потенцијал за негово постигнување доколку се подобрат капацитетите за развој на одговорниот туризам.

4) Одржливиот туристички развој бара вклучување на сите релевантни субјекти, како и силно политичко лидерство за да се овозможи широко учество и градење на консензус. Постигнувањето на одржлив туризам е континуиран процес кој бара константно следење на неговите влијанија, воведувајќи притоа соопствени превентивни и корективни мерки.

Овој критериум моментално не е исполнет, иако може да има подобрувања преку Управувачкиот комитет на Преспа Парк (УКПП)

5) Одржливиот туризам исто така треба да овозможува високо ниво на туристичко задоволство и да овозможи богато искуство за туристите, подигнувајќи ја нивната свест за прашањата на одржливоста, промовирајќи притоа одржливи туристички практики

Моментално не постојат истражувања од кои може да се проценат задоволството на посетителите од Преспанскиот производ и напорите за подигнување на јавната свест во врска со одржливите туристички практики. Ова е нешто за кое што исто така може да се заложи УКПП.

3.2. Носечки капацитет

Прашањето за туристичкиот носечки капацитет е споменато во неколку важни планирачки документи како што е Просторниот план за Охридско – Преспанскиот регион (Министерство за животна средина и просторно планирање, 2010), а како прашање беше покренато во процесот на консултации. Во планирањето на националните паркови под „носечки капацитет“ се подразбира бројот на посетители на одредено подрачје кои можат да се прифатат без да се направи деградација на биофизичкиот квалитет на подрачјето. Во општествена смисла, овој термин го означува бројот на посетители кои може да се прифатат без да се вознемирува локалното население. Венеција косто се наведува како негативен пример за тоа. Овие дефиниции во меѓувреме еволуирале, па денес планерите генерално користат поедноставен пристап, кој го вклучува концептот на „граници на прифатлива промена“. Според овој концепт „носечкиот капацитет“ е променлив со времето и

зависи од постоечките објекти и услуги. Сега се користат посоефицицирани индикатори за оценување на „носечкиот капацитет“, кои се поврзани со следните фактори кои треба да се управуваат:

- Биофизички карактеристики (често заштитени преку зонирање)
- Однесување на посетителите (се подобрува преку едукација и комуникација)
- Историски нивоа на користење и податоци за трендот
- Типови на дозволен развој
- Ефикасноста на услугите (*facilities*)
- Сезонски карактер на користењето
- Управувачки пристапи

Постојат голем број на управувачки системи за посетители за национални паркови и туристички дестинации кои бараат големи буџети за истражување. Такви се Систем на граници на прифатлива промена, Модел за управување со оптимизација на туризмот, Управување со посетите и влијанијата, Процес на искуства на посетителите и заштите на ресурсите и Управувачко планирање на активноста.

Проблемите на Преспа се повеќе поврзани со загадувањето од земјоделството, загубата на традиционалните туристи и неуспехот да се привлечат нови, отколку со управување со посетителите и прашањата поврзани со носечкиот капацитет. Важно е да се напомене примерот на Lake District National Park во Велика Британија, кој покрива површина од 2,292 km², а апсорбира 15.8 милиони посетители годишно во строго контролиран и добро управуван рурален предел⁵

3.3. Влијанија врз културното и природното наследство

Бидејќи обемот на туризмот е генерално низок, со исклучок на јули и август на специфични локации (главно во Грчкиот дел на Преспа), влијанието на туризмот врз културното и природното наследство во рамките на сливот не е особено изразено. Споредено во влијанијата од земјоделството, тие од туризмот се далеку помали. Сепак, понекогаш има примени на вандализам, оштетување на растенија и споменици. Очегледен е процес на деградација, заради кој треба да се воведат подобри управувачки системи. Имајќи ги во предвид предвидувањата за зголемување на туризмот во Западниот Балкан, како и заложбите на Грчка страна за потенцирање на туристичкиот развој настрана од морето, потребни ќе бидат соодветни управувачки системи за туристите, како што ќе расте бројот на туристи. Тие се неопходни за развој на одговорниот туризам. Препорачани се два пристапи за управување со посетители.

3.3.1. Препорачан систем за управување со природното наследство

Управувачките планови за четирите национални паркови во рамките на подрачјето (постоечки и во фаза на изработка), обезбедуваат добро развиени системи за управување со природното наследство. Се препорачува овие паркови, заедно со околното земјиште во рамките на сливот да се обединат како прекуграничен Биосферен резерват во рамките на UNESCO MAB (Човек и биосфера) програмата. Тоа ќе овозможи не само услови за заштита на природното наследство, туку и планирање на социо – економските потреби на локалните заедници како дел од биосферниот резерват. Веќе се воспоставени соодветни системи и процеси за прекугранични биосферни резервати, кои вклучуваат повеќе национални паркови и други пределски карактеристики, кои можат да се применат во Преспа, со цел да се зајакне заштитата на природата и одржливиот економски развој. Исто така може да се обезбеди пристап до „зелени“ финансиски механизми.

Воспоставувањето на трилатерален UNESCO MAB Биосферен резерват на територијата на сливот на Преспанското Езеро беше предмет на неодамнешната регионална конференција организирана од страна на

⁵ < http://www.lakedistrict.gov.uk/index/learning/facts_and_figures.htm >

Министерството за животна средина и просторно планирање, УНДП, КФВ банката и Националниот парк „Галичица“, со учество на идните членови на трилатералниот УКПП. На конференцијата беше договорено министерствата за животна средина на сите три држави да ја отпочнат постапката за прогласување на Преспанскиот слив за Биосферен резерват. Оваа иницијатива е особено релевантна за идниот развој на туризмот и се препорачува од страна на консултантот како механизам и форма преку која УКПП ќе работи на одржливиот развој на туризмот и маркетинг политиките.

3.3.2. Препорачани системи за управување со културното наследство

Постои меѓународен систем за управување со посетители кој може да се адаптира за потребите на Преспа. Во врска со културното наследство, фактот што Преспа е номинирана од страна на Грција како кандидат за Светско наследство за природа и култура, укажува на потребата од изработка и спроведување на план за управување со наследството, бидејќи потребен е детален план за управување за постигнување на целосно вклучување (упис) на Листата на Светското наследство.

Се препорачува УКПП да ја разгледа можноста за поддршка на процесот на упис на прекугранична основа, како приоритет за иден одржлив развој и финансирање на туризмот во Преспанскиот слив, и да го подигне профилот на подрачето како туристичка дестинација.

3.4. Заклучоци и препораки

Туризмот во Преспанскиот регион е далеку од постигнување на неговиот „носечки капацитет“. Сепак, сеуште не се земаат доволно во предвид неговите идни економски, општествени и еколошки влијанија, ниту пак потребите на посетителите, животната средина и локалните заедници. Постои основа за развој на одржлив и одговорен туризам, но за таа цел потребно е да се подобрат управувачките капацитети.

Се препорачува овој процес на зајакнување на одржливоста и управувачките капацитети за туризмот да се издигне преку процесот на апликација за приклучување на Листата на светско наследство и воспоставување на меѓународен прекуграничен Биосферен резерват кој би го покривал целокупниот слив на Преспанското Езеро.

4. ВИЗИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

4.3. Визија

Сливот на Преспанското Езеро да биде модел за развој на одржлив и одговорен туризам, кој ќе се заснова на своите извонредни природни и културни карактеристики. Ќе изобилува со висококвалитетни атракции и активности за домашните и меѓународните посетители во прекрасен пејсаж заштитен од национални паркови. Ќе продолжи да се развива во модел за прекугранична соработка за економски и социо-културен бенефит на своите жители. Ќе биде управуван како прекуграничен биосферен резерват и ќе стекне статус на Светско наследство.

4.4. Главни продукти

Главните продукти кои Преспанскиот регион ќе ги понуди заради задоволување на зголемените пазарни потреби ќе бидат:

- Екотуризам

Екотуризмот и туризмот заснован во заедниците ќе биде главниот продукт што ќе го понуди регионот. Туристичкиот развој ќе биде главно базиран во селата и ќе биде од помал обем, со силна едукативна и еколошка димензија. Тоа ќе се постигне преку подобрувања на националните паркови и квалитетно сместување. Ќе се подобри неговата промоција, особено во периодите надвор од сезоната.

- Природа (вклучувајќи набљудување на птици)

Одржливиот развој на туризмот ќе се базира на огромното наследство на заштитени предели и величествените зачувани пејсажи, заштитени во националните паркови. Ќе биде промовиран на поширокиот пазар, но и на пазарите од специјален интерес. Националните паркови ќе продолжат да се надградуваат, а ќе се воведуваат и нови производи.

- **Култура**

Подрачјето има исклучително богато културно наследство, како во духовната, така и во профаната (национална) архитектура, етнографија и модерен културен живот. Пазарот на културниот туризам е доста голем, со можности од специјален интерес. Вклучувањето на листата на културно наследство активно ќе напредува на прекугранично ниво формирајќи ја развојната рамка за културниот туризам.

- **Активен туризам**

Activity tourism is beginning to be developed by the area's National Parks. Appealing to younger and more active markets, this is a new area which Prespa will strongly target as further product development and local tour operators develop.

- **Ресторти, бањи и велнесс**

Овој продукт моментално не е развиен, инаку постои хотел со бањи во близина на Герман (Грција) и можности за развој на здравствениот туризам на западниот брег на Големото Преспанско Езеро. За таа цел постои потенцијал за приватни инвестиции и искористување на постоечките затворени хотели. Идните развојни проекти ќе бидат предмет на сеопфатна оценка на влијанието врз животната средина, јасно зонирање и упатства за планирање во бафер зоните околу националните паркови.

5. СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

5.3. Носечки производи

Потребни се туристички атракции и капацитети од висок квалитет за да се испромогира Преспа во меѓународни рамки и да се зголеми бројот на посети. Веќе постојат некои носечки производи, како што се националните паркови, а веќе се развиени и добри производи, како што е селото Герман и островот Ахил во Грција, можноста за набљудување на птици и резорти како што е хотелот Мималонес. Еколошки базираниот локален туризам, исто така претставува успешна приказна, иако посетеноста е ниска поради ограниченоста на домашниот број посетители. Обидете да се реплицира и прошири овој производ не се многу успешни и покрај програмите за поддршка. Генерално, постои недостаток на врвен квалитет, атракции од висок профил и сместувачки капацитети кои би го надополниле прекрасниот пејсаж. Потребен е нов производ кој ќе привлече нови пазари, но ќе ги врати и старите. Има многу малку прекугранични производи.

Доколку постои сериозна посветеност за развој на туризмот во Преспанскиот регион, тогаш потребни ќе бидат реални инвестиции. Потребно е да се развијат повеќе атракции и квалитетни капацитети на сензитивен начин, со цел да се привлечат повеќе посетители, како и да се поддржи обезбедувањето на повеќе квалитетни сместувачки капацитети. Имајќи ја во предвид сегашната ситуација на релативно ниска побарувачка и ниска стапка на **окупираност**⁶ (*occupancies*), не се очекуваат познајачни инвестиции на приватниот сектор, освен ако истите не бидат мотивирани од алтруистички причини (нр пр. инвестиции од иселениците). Потребни се интервенции за да се стимулира побарувачката и тоа не само со маркетинг, туку и со развој на производи.

Моменталниот екотуристички производ е базиран во националните паркови, домашно сместување, гостински куќи и хотели. Истиот треба да се развива преку негова подобра промоција и можност за резервација. Потребно

⁶ Во најопшт случај потребна е **посетеност** над 70% за да се привлечат комерцијални хотелски инвестиции. Некои инвеститори секако можат да донесат дел од сопствениот пазар (**клиенти**)

е да се подобру квалитетот. Потребно е да се поддржи вмрежувањето помеѓу бизнисите. Од особена важност е зајакнувањето на [on-line](#) капацитетите и информативните центри за посетителите. Потребни се понатамошни обуки во информационите технологии, маркетинг за мали бизниси и меѓународни стандарди за квалитет.

Потребни се низа на носечки развојни проекти со кои ќе се зајакнат главните продукти на Преспа (природа, култура, екотуризам) и кои ќе ги пополнат недостатоците на моменталната понуда. Акциониот план содржи предлози за прекугранични проекти, а отворањето на граничниот премин Долно Дупени е од особена важност. Овие проекти ќе бидат главно поддржани од јавниот сектор, како и преку грантови, иако ќе постојат можности за воведување јавно – приватно партнерство, како и учество на НВО. Минимум 5 години ќе бидат потребни за спроведување на овие проекти, имајќи го во предвид период потребен за обезбедување на средствата, спроведувањето на постапки за оцена на влијанието врз животната средина и изработката на потребната проектна документација и сл. Доколку не се преземат значајни интервенции, најверојатно ќе продолжат моменталните трендови на сезонски карактер, регионална маргинализација и [рурално назадување](#).

Овие носечки проекти, во најголем број случаи, содржат прекугранични елементи, кои се потребни за привлекување на меѓународно финансирање и со кои ќе се овозможи продолжување на времето на претој во трите држави. Во Албанија потребно е да се решат некои од базичните прашања, како што е управувањето со отпадот, пред да се овозможат услови за развој на туризмот. Грчката експертиза во зачувувањето на природата се смета за особено важна.

Без вакви носечки интервенции, ќе биде тешко да се привлечат нови инвестиции на приватниот сектор во подобрени и надградени сместувачки капацитети, надворешни тур оператори и интересот на туристичките медиуми.

За да може овие проекти да се спроведат потребно е да се подобрат посотечките капацитети во регионот, фундамендален дел од стратегијата е обезбедувањето на зајакната поддршка на капацитетите во туристичкиот сектор. Таков тип поддршка на капацитетите треба е за јавниот и приватниот сектор, со посебен акцент на политиките на одговорниот туризам, управувањето со проектите, развојот на мали и средни претпријатија, информатички технологии и маркетинг вештини.

Со оглед на географската локација на Преспанскиот слив, како не неговата еколошка важност, постојат значајни можности за привлекување на финансирање за овие носечки проекти, за што потребно е да се направат истражувања на пазарот, физибилити студии и студии за оцена на влијанието врз животната средина. Претходното финансирање на програми а поддршка на туризмот се смета дека има ограничени резултати. Поради тоа, потребне а поголема визија.

6. УЛОГАТА НА ТЕЛОТО ЗА УПРАВУВАЊЕ СО ПРЕСПА

6.3. Можности и ограничувања

УКПП е идеален механизам кој треба да го поведе напред процесот на воспоставување на Биосферен Преспа парк резерват, бидејќи истиот вклучува и еколошки и локални интереси. Тој треба да игра важна улога во барањето на средства за носечките проекти препорачани во оваа стратегија, обезбедување на нивно квалитетно спроведување, како и спроведување на квалитетни обуки.

Со цел да се обезбедат широки консултации, погледите на идните членови на УКПП без анкетирани како дел на процесот на ревизија на стратегијата и акциониот план за туризмот. Резултатите од ова истражување се презентирани во Анекс 5. Главните ставови на учесниците се презентирани тука:

- **Да се внесат резултатите од истражувањето**

Со оглед на учеството на разни владини тела во УКПП (вклучувајќи ги и националните паркови), тоа има очигледна улога на стратешко водство. Во својата стратешка улога, ова тело може да биде многу корисно во нарачувањето на истражувања на пазарот и физибилити студии за носечките проекти. УКПП исто така треба да има и силна мониторинг улога. Сепак, во однос на туристичкиот маркетинг УКПП има значителни ограничувања, поради следниве причини:

- Туризмот е дејност која е придвижувана од приватниот сектор
- Туризмот е во надлежност на други владини тела/оддели кои не се директно застапени во УКПП
- Организација кој се среќава само два пати во текот на годината нема да може да води маркетинг кампањи

Овие прашања се дискутирани понатаму во ова поглавје.

6.4. Како понатаму

Поради претходно наведеното, УКПП согласно Заедничката изјава од февруари 2011 година, би имал водечка улога во следниве области:

- Воспоставување на Биосферен Преспа парк резерват кој ќе овозможи заштита на животната средина и економски развој
- Пристап до фондови за стратешки прекугранични проекти, какви што се носечките проекти наведени во оваа стратегија
- Нагледување на спроведувањето на проектите на прекугранично ниво
- Нарачување на стратешки истражувања
- Објавување на информации за квалитетот на водите и состојбите во туризмот
- Следење на прогресот на прекуграничната соработка.

7. МАРКЕТИНГ НА ТРИЛАТЕРАЛНИОТ ПРЕСПА ПАРК

7.3. Моментални маркетинг потреби

Маркетингот е слаба страна во сите три дела на Преспа. Езерата имаат периферна улога во маркетинг кампањите на трите држави, па и покрај големиот број на проекти, очигледен е недостатокот на комуникација и координација, како на национално, така и на прекугранично ниво. Грчкиот дел на Преспа особено е засегнат од економскиот пад.

Имајќи ја во предвид близината на меѓународните аеродроми во Охрид и Солун, може да се каже дека постои реална можност за развој на туризмот, особено прекуграничниот. Сепак, потребно е значително да се подигне профилот на подрачјето. Потребно е да се развијат локални тур оператори кои ќе го помагаат туризмот со помош на меѓународни оператори, кои ќе нудат пакети за сместување и понуди за посета на атракции. Тоа секако не е работа на владите.

Со цел да се развие туризмот, широко е познато дека дестинациите треба да поминат низ следниов процес

**Подигнување на свеста → Создавање на интерес за посета → Обезбедување на желба за посета →
Стимулирање на акција**

Во туризмот, овој процес може да трае повеќе години, а потребно е и да се одржува бидејќи луѓето имаат долги листи на места што сакаат да ги посетат. Потребно е постојано потсетување за местата што би можеле да се посетат. Не постојат „брзи решенија“ во туристичкиот маркетинг.

Според тоа, првиот маркетиншки чекор што треба да се преземе е да се креира свест за Преспанскиот регион како понтецијална дестинација за одмор. Тоа подразбира спроведување на долгорочна кампања кој ќе се фокусира на новите продукти кои ќе се појавуваат во сите три држави. Тоа треба да се испланира и спроведе професионално, што воопшто не е евтино.

Втор главен предизвик за остварувањето на прекуграничен туризам е поврзан со границите. Доколку не се отвори граничниот премин кај Долно Дупени, постои голема пречка за операторите да го максимизираат времето на престој на посетителите во регионот, бидејќи тие нема да можат да патуваат околу езерото и нема да се вратат на истото место по цел ден патување. Без подобар пристап, Грчкиот дел на Преспа може да биде заобиколен како дестинација, како што ќе се развива туристичката рута од Солун и Охрид и обратно. Само кога ќе се отвори овој граничен премин, ќе се создадат услови за искористување на целосниот туристички потенцијал на овој прекуграничен регион.

Трето, мора да се реши прашањето на сезонскиот карактер на понудата. Мора да се промовираат активности кои привлекуваат луѓе кога постојат сместувачки капацитети.

И на крајот, потребно е да се одговори на прашањето на областите на услуги на тур операторите, обезбедување на on-line информации и подобрување на можноста за резервации. Постои мал број на тур оператори кои го промовираат регионот. Најголемиот дел од резервациите за сместување се случуваат преку интернет, но моментално многу е тешко да се најдат на интернет информација сите делови на Преспа.

7.4. Обем и одржливост

Со само xxxx сместувачки единици кои моментално се присутни во Преспа, не постои посебна единица што може ефективно да се промовира во изолација. Постои недостаток на критична маса и кредибилност, како резултат на што нема да има доволно средства за маркетинг, при што тој нема да биде одржлив без континуирана поддршка од надвор. Ќе биде многу поефективно за Преспа паркот да се приклучи во релевантните големи маркетинг кампањи и да се труди да го максимизира своето презентирање преку нив, на

многу фокусиран начин, барајќи големите кампањи да направат специфични работи во замена за придонесот на УКПП.

Националните паркови најверојатно имаат најсилен туристички капацитет, но дестинацискиот маркетинг не е нивна примарна цел. Приватниот сектор емал, а малку и мали се локалните тур оператори. Поради тоа се препорачува да се обезбедат средства за маркетинг, но истите да се трошат преку партнерство со организации кои веќе имаат капацитет за туристички маркетинг. Постоечки организации во развој кои може да се поддржат за да работаат на подигнување на профилот на Преспа се:

- Албанска национална туристичка агенција
- Агенција за промоција на туризмот, ПЈР Македонија
- Грчка туристичка организација
- ОУД на Корча
- Agency for Tourism Promotion, former Yugoslav Republic of Macedonia;
- Greek Tourism Organisation;
- Пелагонски регион
- Охрид – Преспа Еврорегион

Долгорочно, последно наведениот механизам (Охрид – Преспа Еврорегион), може да биде најлогичниот фактор за регионален маркетинг, со критична маса на сместувачки капацитети и атракции, и пристап до ЕУ фондови.

7.5. Примери на прекуграничен туристички маркетинг

Најновите иницијативи на светските дестинациите, покажуваат дека кога станува збор за туристички маркетинг насочен кон зголемување на интересот за дестинациите, две, или во некои случаи и повеќе, може да бидат подобри од едно:

- Како пример на соработка помеѓу познати и долгорочни непријатели е оној од 2011 кога Кинеската национална туристичка канцеларија и Корејската туристичка организација отпочнаа заедничка кампања насочена кон САД

Кампањата беше изградена околу web страната www.visitchinaandkorea.com која прикажуваше пакети за одмор во Кина и Кореја. Оваа страна беше промовирана низ интензивна кампања со банери и рекламирање на интернет пребарувачи. Целта на оваа заедничка кампања беше да се подгине свеста за можност за патување во Кина и Кореја, како и да се промовираат можностите за посети на „пакети“ кои ги вклучуваат двете земји. Кампањата започна во октомври и ќе трае до декември. Новата web страна прикажува голем број на рути за патување изработени од страна на искусни тур оператори.

- CANTATA2 е проект за развој на туризмот со вкупен буџет од 2.2 милиони ЕУР финансиран во рамките на INTERREG IV B Atlantic Area Programme кој се проведува на западноатланскиот појас на Европа (Денбигшир во Северен Велс во Обединетото Кралство, Шенон на западниот брег на Ирска, Галиција во северо-западна Шпанија, Похер во Франција и Монтемор-о-Вело во западна Португалија). Проектот промовира алтернативен туризам и има за цел да ги привлече туристите од главните дестинации кон попериферните и помалку развиени подрачја, како и да овозможи автентично и оригинално искуство за посетителите, зајакнувајќи ја на тој начин локалната посебност. <http://www.cantata.eu.com>

CANTATA2 е втора фаза на овој проект кој следува во успешно завршената прва фаза, кој асе спроведуваше во периодот од 2005 до 2008 година. Во првата фаза проектот спроведуваше истражувачки студии и воспостави врски со локалните бизниси вклучени во туризмот, со цел да ги запознае и нив и нивните проблеми. Проектот исто така работеше со браншата за да го помогне промовирањето на локалната посебност, како и да овозможи вмрежување и обуки на малите и средните претпријатија и микро бизнисите. Програмата е фокусирана на приватниот сектор. Надградувајќи се на знаењето од првата фаза, проектот ги претвора идеите во конкретни резултати. Ќе бидат зајакнати бизнис мрежите и ќе се обезбеди поголема вклученост на локално ниво. Ќе бидат понудени конкретни туристички продукти, какви што се патеки на храната, е-туристички продукти и патеки, културни настани, маркетинг кампањи. Ќе бидат испитани и искористени нови технолошки и маркетиншки методи, а локалните бизниси ќе бидат зајакнати со потребните вештини.

- Во 1988 – 1992 година развиен беше водниот пат Шенон – Ерн со цел да се поврзат Северна и Република Ирска, како дел од Англо-Ирскиот мировен процес. Со помош на ЕУ фондовите и Меѓународниот фонд за Ирска обезбедени беа 1 милион евра за маркетинг кампања преку двата национални туристички борда на Ирска и Северна Ирска. Средствата се искористија за посети на новинари и за запознавање на тур операторите со регионот и неговиот туристички продукт. Формирана беше заедничка компанија да ги управува фондовите и да ги надгледува кампањите. По успешното стартување на кампањите, компанијата беше затворена (*wound up*), а одговорноста за маркетингот беше префрлена на регионалните власти.

Овој последен пример може да биде многу корисен: наместо да се прават обиди да се развие самостојна/посебна кампања за Преспа (која ќе биде многу скапа за управување и за одржување со оглед на големината на бизнисите што би ја поддржале), би било поефективно да се поддржат други организации посилно да ја промовираат Преспа.

7.6. Маркетинг цели на Преспа Парк

Поради тоа се предлагаат следните маркетинг цели:

5. *Да се поттикнува интересот за Преспанскиот регион како врвна локација за екотуризам, природа, култура и активности преку партнерство со националните туристички бордови и други регионални и домашни маркетинг иницијативи*
6. *Да се промовира прекуграничниот туризам кој ќе овозможува продолжено време на престој во регионот преку промоција на специфични прекугранични продукти (како што ќе бидат развивани)*
7. *Да се промовираат вонсезонски продукти и настани во Преспа*
8. *Да се подобри можноста за резервации во Преспа.*

7.7. Испорака на маркетинг

Како што беше претходно наведено, УКПП не е соодветна организација која сама би спроведувала туристички кампањи. Поради тоа препорачува да биде формиран Комитет за маркетинг кој ќе дава совети на претседавачот на УКПП, насочуван од страна на приватниот сектор, особено локалните тур оператори, како и националните паркови и [мрежата на ТИЦ](#).

Комитетот за маркетинг ќе му дава препораки на УКПП (или други финансиски организации) за тоа како и каде да се насочат ресурсите за маркетинг, со цел да се пополнуваат сместувачките капацитети и да се привлекуваат повеќе посетители во овој прекуграничен регион. Притоа треба да се даде приоритет на прекуграничните

активности. Ќе бидат договорани и финансирани заеднички кампањи со маркетинг партнерите, при што резултатите ќе бидат предмет на мониторинг.

7.8. Целни пазари

Со оглед на реалноста во врска со туристичката побарувачка во Западниот Балкан и Грција, потребно е фокус да се стави на следниве области:

1. Домашни пазари, со посебно внимание на нови туристички сегменти
2. Соседните држави
3. Дестинации и меѓународни **чартер** оператори со летови до аеродромите во Охрид и Солун, вклучувајќи и партнерство со **домашни тур оператори**
4. Посетители со интерес во посебни области, на пример набљудувачи на птици и специјалисти за културно наследство кои веројатно ќе ја вклучуваат Преспа во тури кои покриваат други регионални дестинации (регионални пазари и Велика Британија и Северна Ирска, Германија и Франција)

Кампањите треба да бидат раководени од истражувањата на пазарот во врска со потребите на домашните и странските туристи. Тоа треба да биде приоритет на УКПП. Повеќе детали за тоа како маркетингот може да биде унапреден се содржани во вториот дел – Акционен план.

7.9. Цели на маркетинг стратегијата

Моментално постои ниска туристичка побарувачка, особено за ноќевања. Исто така опаѓа бројот на екскурзијанти (еднодневни посети). Туризмот се наоѓа на долниот праг и не се очекува негово понатамошно опаѓање, освен ако не се воведат големи инвестиции во развој на продукти и маркетинг се отвори граничниот премин кај Долно Дупени.

Во табела 10 се препорачани следниве сценарија:

Табела 10: Проекции на туристичкиот развој (број на ноќевања)

	2011	2012	2013	2014	2015
Без акција					
Албанија	500	550	605	666	733
ПЈР Македонија	Awaiting details of current room numbers				
Грција	Awaiting details of current room numbers				
Само маркетинг					
Албанија	500				
ПЈР Македонија					

Грција					
Маркетинг, обуки, развој на носечки продукти					
Албанија	500				
ПЈР Македонија					
Грција					

Претпоставки: во сценариото „без акција“, туризмот во Албанија ќе порасни за 10% поради

Маркетинг стратегијата исто така се насочува кон продолжување на времето на престој. Доколку се овозможи организирање на тури околу езерото, просечната должина на престој може да се зголеми за 1 ден, што ќе резултира со значително подобрување во исполнетоста на сместувачките капацитети и економските ефекти.

ДЕЛ III – АКЦИОНЕН ПЛАН

3. АКЦИОНЕН ПЛАН ЗА ТУРИЗАМ

3.1 Управување

Акција 1.1: Да се назначи извршно лице одговорно за туризат во прекуграничниот Преспа парк

Доколку не се назначи извршно лице кое активно и посветено ќе работи на промовирањето на Преспа како туристичка дестинација, нема да се постигне одржлив напредок. Предизвикот Преспа да заживее како туристичка дестинација е голем. Ефикасноста на извршната функција во областа на туризмот најмногу ќе зависи од финансиската и техничката поддршка која што ќе се добие за ангажирање на извршно лице, но и за имплементацијата на оваа стратегија.

За да се имплементира стратегијата за туризмот, потребно е:

Да се именува генерален директор на Паркот (одговорен за генерални прашања од областа на животната средина), но и кој исто така најмногу ќе се залага за трилатералната соработка меѓу државите, мобилизирање на средства од донатори и обезбедување на услови за развој на туризмот и заштита на животната средина. Оваа личност треба да биде лидер што ќе инспирира.

Менаџер за развој на производи и обука, со искуство во спроведување на проекти

- Менаџер за маркетинг и комуникации, со искуство во областа на туризмот, одговорен за стратегиите за маркетинг и комуникации; и
- Персонал за поддршка.

Исто така се препорачува и долгорочно ангажирање (една година +) на меѓународен експерт за туризам со релевантно регионално искуство за да обезбеди поддршка за развој на капацитетот на Секретаријатот на КУПП.

Целиот овој персонал треба да биде заедно, во функционална канцеларија, лоцирана во регионот и соодветно опремена. Треба да се направат и дополнителни одредби за друга техничка експертиза, која би му помогнала на директорот да одговори на сите технички прашања.

Ќе биде важно Паркот Преспа да има различна и специфично дефинирана улога – т.е. да не биде како другите статуторни организации (регионални организации, општини, национални паркови, итд.) активни во областа на туризмот во регионот. Затоа и се препорачува КУПП да се фокусира на следните стратешки области:

- Обезбедување на средства за промовирање на трилатералниот развој на Преспа
- Помагање на успешно спроведување на проекти
- Прекугранични иницијативи за туризам
- Стратешко-пазарно истражување за водење на развој и маркетинг
- Учество во преговори за заеднички маркетинг предлози за подигнување на профилот на Преспа, и
- Поддршка за развој на капацитети.

Не би требало да биде ангажиран за секојдневни туристички прашања кои што спаѓаат во мандатот на други организации.

Цел: Да се назначи извршно лице, во рок од 6 месеци.

3.2 Проекти – екотуризам

2.1: Преспа – Прелуграничен биосферен резерват

Треба да се воспостави практична рамка за одржлив развој на Паркот Преспа, која ќе ја опфати целата област (центрите на население, природните резервати, земјоделските земјишта, езерата и реките). Оваа рамка треба да биде флексибилна за и за човековите потреби и за потребите на природата. Треба да се изгради врз основа на постоечките структури а не да се натпреварува со нив. Треба да биде едноставна за спроведување и да ги искористи сите постоечки прекугранични механизми за поддршка. Се препорачува ова да се направи преку процес на прогласување на Паркот Преспа за биосферен резерват.

Биосферните резервати се воспоставуваат од страна на државите и се признаети од МАБ програмата на УНЕСКО. Целта е да се промовира одржлив развој врз основа на напорите на локалните заедници, но и врз научна основа. Со ова се овозможува заштита на флората и фауната на заштитеното подрачје, но и на локалното население кое живее на овие подрачја. Со тоа што ќе се работи на прогласување на Националниот Парк Преспа за прегуграничен биосферен резерват, ќе се овозможи структуриран пристап кон планирањето на развојот на туризмот на ова подрачје во иднина. Исто така, ќе се искористат механизмите за поддршка на Обединетите нации, согласно Конвенцијата за Биолошката разновидност, како и поддршката од страна на УНЕСКО и другите агенции. Ќе се обезбеди можност за структуриран ангажман и редовна размена на добри практики со другите туристички ориентирани биосферни резервати. Исто така ќе се обезбедат можности за развој на капацитети на постоечките институции и персоналот кој што веќе работи во ова заштитено подрачје.

Постојат три минимални критериуми за приклучување кон МАБ програмата:

- Идентификација на 3 зони (клучна зона, бафер зона и транзициона зона);
- Обезбедување на најмалку три функции (заштита, истражување, развој); и
- Спроведување на редовни (10 годишни) евалуации за преглед на состојбата во биосферниот резерват.

Биосферните резервати исполнуваат три меѓусебно поврзани функции, од кои сите се клучни за потребите на Преспа:

- *Конзервација:* земјиште, екосистеми, видови и генетска варијација;
- *Развој:* социо-економски и културно адаптиран; и
- *Логистичка поддршка:* развој, мониторинг, образование и обука за животна средина.

Паркот Преспа веројатно веќе ги исполнува овие критериуми, поради прогласувањето на заштитените подрачја и тековната програма на УНДП и ГЕФ. Биосферните резервати се исто така главни центри за тестирање и демонстрирање на нови и оптимални практики за заштита на природата и човечките активности: Преспа е веќе признат пример (види: *Преспанските езера: Каде што зелената дипломатија функционира*, Иваноски, 2011).

Биосферните резервати можат да заштитат поголеми подрачја на природни хабитати од националните паркови или од стриктните природни резервати, и можат да вклучат еден или повеќе национални паркови, заедно со бафер зоните кои се отворени за пошироко економско искористување. Да се работи кон прогласување на на биосферен резерват би ги зајакнало постоечките национални паркови, резервати и други институции.

По нивното прогласување, биосферните резервати остануваат под суверенитетот на националната јурисдикција, но ги делат искуствата и идеите на национално, регионално и меѓународно ниво, во рамките на

светската мрежа на биосферни резервати. Дванаесет биосферни резервати се веќе под заштита на Рамсар⁷. Во моментот нема биосферни резервати во Албанија и Македонија, а има два во Грција (Самарија и врвот Олимпус).

Сегашните чекори од страна на министерствата за животна средина на трите држави за создавање на прекуграничен биосферен резерват треба да се поддржат. Не само што процесот ќе го подигне профилот на Преспанските езера и ќе обезбеди пристап до МАБ и средства од други зелени програми, туку исто така ќе воспостави систем на управување и консултативен процес кои значително ќе ги зајакнат прекуграничните процеси и положбата на националните паркови.

МАБ има акумулирано повеќе од 30 години искуство и има мрежа во повеќе од 100 држави, за промовирање на интердисциплинарно истражување, обука и комуникација во областа на конзервација на екосистеми и рационално користење на природни ресурси. Зајакнати односи помеѓу луѓето и нивната животна средина е една од целите на МАБ програмата на глобално ниво. Некои од најголемите светски екосистеми се прогласени за биосферни резервати, многу од нив се прекугранични.

Се препорачува КУПП да ги усвои процесите на планирање и управување со биосферните резервати на УНЕСКО како свој главен стратешки принцип за управување со одржливиот развој на туризмот во Преспа. Треба да се даде приоритет на проекти кои имаат за цел да го унапредуваат туризмот преку заштита на националните паркови.



Слика: Програмата за биосферни резервати на УНЕСКО

Трошокот за воспоставување на прекуграничен биосферен резерват е моментално предмет на студија на еден друг проект.

Цел: Преспа Парк да стане биосферен резерват во рок од три години

Акција 2.2 Преспа Парк – Мрежа на туристички информативни центри

Мрежата на туристичките информативни центри во Преспа е интересна мрежа која што веќе постои, и која најверојатно ќе остане одржлива— за разлика од многу претходни донаторски иницијативи во областа на туризмот. Таа може да се надгради и да стане прекугранична. Следните туристички информативни центри веќе функционираат или наскоро ќе профункционираат во Преспа:

Албанија

- Во план – Национален Парк и Туристичко информативен центар на KfW TICs на прекуграничниот премин Корча-Стење; и

⁷ <http://www.unesco.org/mab/doc/brs/brs_ramsar.pdf>

- Информативен Центар во Заградец, раководен од страна на Женското здружение на Микро Преспа, со поддршка на ЗЗП.

Поранешна Југословенска Република Македонија

- Национален Парк во Стење (наскоро ќе се отвори);
- Предложен туристичко-информативен центар во Ресен (Општина Ресен со националните туристички авторитети);
- Предложен информативен центар во националниот парк блиску до Љубојно и
- Туристичко информативен центар во Брајчино

Грција

- Туристичко информативен центар блиску до Лемос
- Центарот на ЗПП во Агиос Германос
- Центар во библиотеката во Лемос
- Центар во Националниот парк блиску до Лими
- Туристичко информативен центар во Врондеро (моментално затворен)

Мрежата не треба да се шири дополнително (би било тешко финансиски да се одржат толку многу информативни центри), но многу би можело да се добие доколку се стави фокус на обука, развој, и улогата на маркетингот преку развивање на мрежа на туристички информативни центри, со врвен квалитет. Исто така, бидејќи се повеќе и повеќе туристи го користат интернетот за да најдат информации, мрежата на информативните центри (и приватниот сектор) треба да станат активни на интернет.

Програмата со која што ова ќе се обезбеди ќе го вклучи следното:

- Континуирани програми за обука за *аспектите на трилатералниот парк, грижа за клиенти, информатичка технологија, продажба и маркетинг*, наменети за персоналот вработен во информативните центри, националните паркови, и лицата одговорни за развој на туризмот во рамките на општините (на локални јазици).
- Развој на заеднички код на стандарди за испорака на успешни услуги од страна на туристичката информативна мрежа
- Развој на бизнис планови за информативните центри, обезбедување на правила и насоки за нивна функционалност со детали околу малопродажба и провизии.
- Развој - преку обука, на мрежа на лиценцирани водичи, со кои може да се стапи во контакт преку мрежата на информативни центри, и кои ќе бидат способни да спроведат квалитетни тури на теми посматрање на птици, природа, култура, и друго.
- Јазична обука за кадарот на информативните центри, во согласност со побарувачката на пазарот.
- ИТ обука за персоналот во информативните центри, националните паркови и приватниот сектор за он-лајн букирања и друго.
- Физичка надградба и брендирање на информатичките центри, за комплементирање на националниот брендинг.

- Развој на опции за пешачење (посета) и екотуристички опции од и до секој туристички информативен центар.
- Правење на лесна за користење туристичка мапа на трилатералната Преспа, со стандарди слични на Водичот и мапата за Преспа, направени од ЗПП (2001).
- Развој и одржување на лесен за користење трилатерален веб сајт, кој ја инкорпорира трилатералната мапа и ќе биде поврзан со комерцијалните машини за букирање на сместувања и пакети на активности⁸.
- Структурирано поврзување со национални туристички бордови и туристички агенции за дополнителен маркетинг на Преспанскиот регион.

Проценетиот трошок за оваа иницијатива е УСД\$ 500,000 за период од 5 години.

Цел: да се воспостави мрежа на информативни центри како и ставање во функција на бизнис план до крајот на првата година.

⁸ Не се препорачува развивање на сопствена направа за букирање поради високите развојни трошоци и (особено) високиот трошок на маркетинг.

Акција 2.3 Академија на Преспа за екотуризам

Потреба за обучени туристички водичи кои би го помагале развојот на туризмот во Преспа е очигледна. Исто така, постои голема потреба за обука за најдобрите практики во екотуризмот. Истиот проблем ги засега регионите во сите три земји.

Постои потреба да се развие меѓународна академија за екотуризам која би испорачувала квалитетен тренинг во овие области за целиот регион. Академијата може да се отвори во Центарот на Паркот Преспа, блиску до Пили, каде што постојат добри конференциски сали и сместувања.

Пример за ваква академија која што моментално се развива е Кралското здружение за заштита на природата и екотуризмот и Академијата Ренџерс во Ајлун во северен Јордан. Оваа академија е ново изграден центар. Специјализира во давање обуки за еко-водичи и ренџери. Исто така дава обуки и за сите други видови на туристички услуги кои истовремено промовираат заштита на животна средина. Ова е прв ваков центар во регионот на Блискиот исток. Изграден е со цел да ги поддржи новите економски и кариеристички можности во областа на туризмот. Академијата обезбедува континуирана обука за ренџери, инспектори и полициски претставници активни во областа на животната средина и спроведување на законите од областа на животна средина. Кралската академија е поддржана од страна на Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД), и сервисот на националните паркови на САД, и ќе биде развиена со цел да обезбедува меѓународни стандарди за тренинг и обука. Ќе функционира како бизнис, ќе нуди курсеви на меѓународни студенти со цел да се генерираат приходи.

Академијата ќе ги има следните простории: соби за обука, конференциска сала, библиотека, соба со компјутери, медицинска клиника, простор за обука за спасување, соба за опрема, една генерална соба, сместување за персоналот, тушеви, тоалети, складишта и простории за јадење на персоналот. Исто така ќе биде интегрирана со цел комплекс за посетители, со ресторан и центар за превод. Сместувањето за студенти нема да биде понудено на самата академија, туку ќе биде лоцирано во најблиското село, со цел да донесе приходи и можности за вработување на локалното население. Трошоците за развојот на оваа академија изнесуваат УС\$ 3.5 милиони.



Академијата за ренџери и екотуризам, Ајлу, Јордан

Прекугранична можност

Факултетот за туризам и организациони науки во Охрид може многу да придонесе кон оваа иницијатива, вклучувајќи и нудење на меѓународна акредитација на курсеви. Здружението за заштита на Преспа може да обезбеди одлично водство за конзервација.

Трошоците за воспоставување на ваков еден проект (доколку биде лоциран во постоечките простории) би бил отприлика 1 милион УСД, вклучувајќи развој на курикулуми и трошоци за започнување.

3.3 Главни проекти - природа

Акција 3.1 Национални паркови



Слика: ©:www.ochrid.com;www.wordpress.com; www.panoramio.com

Националните паркови во регионот се најатрактивни за туризам, и домашен и странски. Секој национален парк има, или е во процес на развивање на план за управување, кој целосно го покрива менаџментот на посетителите, и во поголемиот број на случаи, производите кои можат да бидат развиени за туристички намени. Сите национални паркови во регионот се соочуваат со предизвици кога станува збор за финансирање. КУПП мора да им помогне на парковите во нивниот развој на туристички проекти. Следните области се предлагаат како приоритетни, идеално во поширокиот контекст на препорачаниот биосферен резерват:

- Да се надградат одбраните установи во рамките на Паркот погодни за туристичко сместување, согласно со меѓународните стандарди;
- Да се продолжи со развој на патеки за пешачење, возење велосипеди и јавање со коњи во Преспа, со тоа што предност да се даде на патеките кои ги поврзуваат местата за сместување.
- Надгадување на крајбрежните зони со цел да се подобри конзервацијата, интерпретацијата и пристапот на посетители.

Цел: Да се развие заеднички тематски предлог за финансирање на националните паркови со кој би се обезбедиле финансии за наредните три години

Акција 3.2 Островите на Преспа



Слики: консултант

Островите нудат многу интересни можности за туризам, доколку одговорно се планираат и менаџираат. Тие се секогаш интересни за посетители, и добро организирани и контролирани посети секогаш можат да донесат приход во замена за квалитет и единствени искуства. Се поставуваат прашања во врска со безбедност, како и за секоја туристичка активност која е поврзана со вода. Тие се исто така фрагилни екосистеми и како такви треба да се почитуваат.

Островот Голем Град е во моментот стриктен природен резерват во рамките на Националниот Парк Галичица. Националниот Парк го промовира како атракција за посетители и веќе се поставени информативни табли како и цела маршрута до островот. Веќе е возможно неформално да се изнајми кајче од крајбрежните села (Коњско, Стење, Претор и Долно Дупени) за да се посети островот, и посетите секогаш треба да бидат придружувани од претставник од Националниот Парк.

Островот, со површина од 20 хектари, е од многу значаен интерес. Се издигнува 30 метри над водите на Голема Преспа, но засега е многу малку посетен. Неговите важни природни карактеристики вклучуваат повеќе од 200 видови на растенија, многумина од кои се ретки, како на пример *Juniperus excelsa*; многу видови птици кои се гнездат на островот; и јата на Далматинскиот Пеликан (*Pelecanus cruspis*) и други птици. Островот е исто така познат поради големиот број на змии, и популарно се нарекува Островот на змиите.

Островот е од огромен историски интерес, и посебно е обележан од страна на УНЕСКО (Гроздасова, 2008) како остров со единствено културолошко значење. Археолошките досјеа докажуваат дека овој остров бил населен уште од Неолитските времиња, и богат археолошки доказан материјал е откриен уште од 4-иот век п.н.е., од хеленистичките и римските времиња. Раниот христијански период е претставен со две понови цркви и уште најмалку шест од подоцнежниот средновековен период. Црквата на Св. Петар има многу важни фрески од 14-иот век кои го опишуваат освојувањето на Константинопол од страна на Персијците.

Островот има потенцијал да биде дополнително развиен од страна на Националниот Парк, со висок квалитет и висока цена/вредност, и да стане привлечно за странски посетители. Би можело да се прикаже како многу посебно место за посета, за што би било потребно претходно букирање онлајн преку Националниот Парк. Доколку не се воведат план за построго и поконтролирано посетување на островот, би можело да дојде до влошување на состојбата на животната средина на островот. Националниот Парк Галичица навистина би имал потреба од средства за да направи план за управување со туризмот.

Следните чекори се потребни за испорака на екотуристички производ од висок квалитет и висока вредност:

- ЕИА студија за подобро насочување на менаџментот со посетителите
- Менаџмент план за посетители, вклучувајчи и детали за собирање на ѓубре, правила и политики за посета на островот (на пример – да не се дозволуваат кучиња, или палење на оган)
- Еден брод со добар квалитет (кои ги исполнува меѓународните стандарди за безбедност), кој би можел да носи туристички групи, надгледувани од центарот на Националниот Парк во Стење до островот, со подобрени услови за паркирање во Стење и на пристаништето Св. Петар.
- Мал приемен центар /засолниште и тоалети на островот
- Одлично обучени водичи од Националниот парк за да ги придружуваат сите посетители.
- Обезбедување на превоз во центарот на Националниот Парк во Стење (да се вклучи во цената на билетот), за да се објасни што ќе видат посетителите додека чекаат трансфер на брод и што ќе видат на самиот остров. Доколку можат да се направат соодветни услови потребни за мал музеј, тогаш, археолошките наоди од островот можат да бидат прикажани и на самиот остров, на пример, колекцијата на парички пронајдени на островот од прастари периоди, преубавиот златен и сребрен накит, од Злот век п.н.е. и др.
- Обучен персонал на бродот.

Во постоечките книги за туристи, Голем Град е веќе опишан како главната (и понекогаш и единствената) туристичка атракција во Макро Преспа. Високо квалитетен производ ќе привлече туристи од Охрид, Грција, и туристичките агенции би можеле да понудат посебни групни попусти.

Островот Мали Град во албанските води е исто така важно место за посматрање на птици и има важно наследство од византиски фрески (пештерска Црква). До него може да се пристапи со мали бродови од крајбрежните села.

Прекугранична можност

Островот на фараоните во Акаба му припаѓа на Египет. Главната атракција на овој остров се отоманската тврдина и коралските заливи. Со специјален аранжман, преку туристичките оператори, може да се посети со брод од страна на туристи кои живеат во Јордан а немаат виза за влез во Египет. Ова се прави од страна на туристички агенции кои го собираат пасошите на туристите, ги предаваат на граничните власти една вечер пред посетата, и потоа повторно ги собираат, со тоа што плаќаат одредени давачки на египетските власти за посета на островот.



*Островот на фараоните од египетската обала
Слика: Консултант*

Слични аранжмани би можеле да се направат за Голем Град и/или Мали Град, за да бидат посетени од страна на резиденти на Албанија и Грција, и плаќање на давачки, доколку постои политичка волја за да се развие туризмот и да се продолжи должината на престојот на туристите. Островите на Преспа би можеле да станат значаен прекуграничен производ од корист и за Националните Паркови, и за лицата кои што нудат сместување за туристи. Патувања со брод од Псарадес и Албанија се веќе предмет на апликации за финансирање поднесени до ЕУ преку општините.

Развојниот трошок за ваков предлог би требало внимателно да се простудира со Националните Паркови. Потребни се околу 2 милиони УСД, вклучувајќи и брод за Националниот Парк Галичица.

Акција 3.3 Центар за Откривање и Наука на Преспанските Езера



Слика: © <bioforum.ch>

Резерватот Езерани е моментално под под катекорија 1А на IUCN како стриктен природен резерват, но планирано е да се смени во Категорија III споменик на природата⁹. Управувањето на резерватот се разгледува во моментот.

Постои можност да се привлечат Европски соседни фондови за развој на Центар за Откривање и Наука на Преспанските езера, во самиот резерват. Ова би можело да стане главната атракција на Ресен. Центарот би можел да го содржи следното:

- Голем број на информации за езерата собрани од страна на УНДП-ГЕФ проектот,
- Толкувања за езерата, посматрање на птици и посебните видови (пеликани, корморани, итд.),
- Соба за едукација, наменета за деца на школска возраст;
- Простории за локалната заедница, за обука и советување за прашања од областа на конзервација и одговорни земјоделски практики;
- ветеринарни/истражувачки простории за дивата фауна;
- мал театар кој би се користел за настани, предавања, и аудиовизуелни претставувања на регионот; и
- места за посматрање, ресторан, уметничка галерија.

Местото треба да биде добро дизајнирано архитектонски, соодветно за Рамсар.

Дополнително, одличната колекција на традиционални костуми и накит во сопственост на Јоне Ефтимовски, (која во моментот е претставена во домашни услови во Подмочани), би можела, ако остане во наследство на идните генерации, да биде солидна основа за формирање на цела галерија на костуми која би била изложена во Центарот за откривање и наука – доколку се исполнат музејските условите за чување на текстил. Ќе биде потребно да се добие совет од музејските специјалисти за конзервација и изложување на оваа важна колекција, која што може да биде навистина значајна за туризмот во регионот.



Слика: © Stefni Agin¹⁰

Трошокот на откупување на колекцијата за државата или за општината и трошоците за нејзината конзервација не се познати.

⁹ Заштитено подрачје управувано најмногу заради специфилните природни особини (Eagles & McCool, 2002: 13)

¹⁰ Не се од колекцијата на Ефтимовски

Постојат многу примери за развој на ваков тип на центри. Еден пример, изграден со финансирање од страна на Европскиот INTER-REG funding е центарот за откривање и наука во северна Ирска, Lough Neagh Discovery Centre.



Слика: ©Lough Neagh Discovery Centre

Прекугранична можност

Постои можност да се продолжи престојот на посматрачите на птици кои ја посетуваат Макро Преспа со тоа што би се развил заеднички туристички пакет за посматрање на птици во двете земји. Здружението за заштита на Преспа има многу да понуди кога станува збор за советување за развојот и управувањето на Езерани. Веќе се ангажирани во прекугранична активност со Информативниот Центар во Заградец и Центарот на Националниот Парк во Стење.

Трошоците за ова би можеле да изнесуваат околу УСД 2.5 милиони, во зависност од големината на предложениот проект.

Акција 3.4 Плажите на Преспанските Езера со сини знаменца



Со цел да се минимизираат негативните слики за лошиот квалитет на водата во Преспанските Езера (која во споредба со други големи Европски Езера како Констанца на пример, е многу подобра) се препорачува Општина Ресен во Македонија да го започне процесот на надградување на една плажа (по можност Претор) за таа плажа да добие статус на плаво знаменце¹¹.

За процесот ќе треба техничко советување и експертиза, но ова се некои од условите кои што треба да се исполнат за добивање на акредитација за плаво знаменце:

¹¹ Иако плавото знаменце најчесто се истакнува во земји членки на ЕУ, исто така е присутно и во многу други држави. Листата на плажи во Грција кои добија сино знаменце во 2011 може да се најде на следниот линк <<http://www.eepf.gr/blueflag/awards2011>>

- Да нема големо загадување на плажата со видлива канализација или друг тип на отпад. Доколку пак има, треба редовно да се чисти. Водата мора да се тестира за време на сезоната за бањање, и примероци мора да се земаат на секои 15 дена од страна на акредитирана владина лабораторија и потоа јавно да се објавуваат.
- Треба да се развие план за итни случаи, во кој што ќе бидат јасно назначени надлежностите и одговорностите, и во случаи на загадување.
- Не смее да има непрочистен отпад од канализација во водата од страна на локалната заедница.
- Информации за природно сензитивните подрачја во крајбрежната зона, вклучувајќи ја флората и фауната, мора да бидат истакнати на видливи места и да бидат вклучени во информациите за туристите. Овие информации исто така треба да наведат, со јасни упатства како туристите треба да се однесуваат во овие подрачја.
- Мора да има јавна табла на плажата со ажурирани информации за квалитетот на водата за бањање. Треба да се постави во вид на табела или бројки кои би биле лесно разбирливи од страна на општото население.
- Локалната заедница мора да има план за користење на земјиштето и развоен план за крајбрежната зона. Овој план, и сегашните активности на заедницата во крајбрежната зона, мора да бидат во согласност со правилата за заштита на крајбрежната зона. Доколку станува збор за мала локална заедница, тогаш овој план може да биде дел од поголем регионален план.
- Доволен број на контејнери за ѓубре, добро обезбедени, кои редовно би се празнеле и чистеле. Соодветни контејнери за алгални материи и други загадувачи собрани на плажата. Целиот отпад собран на плажата мора да биде соодветно отклонет во лиценцирана установа.
- Дневно чистење на плажите за време на сезоната на бањање кога и да е потребно.
- На плажата не смее да има:
 - Возење, освен ако не е посебно овластено;
 - Трки со велосипеди или коли;
 - Фрлање на отпад; и
 - Неовластено кампување.
- Мора да постои соодветен менаџмент на плажата за да се спречат потенцијални конфликти и несреќни случаи. Доколку има природни области кои се граничат со плажата, треба да се преземат неопходните чекори за да се направи превенција на негативните влијанија од користење на плажата и нејзините води.
- Соодветни и чисти санитарни установи, со контролирана канализација
- Чувари на плажа, кои ќе бидат на редовна должност за време на целата сезона на бањање и/или соодветна безбедносна опрема, вклучувајќи опрема за спасување, упатство за нејзиното користење и пристап до телефон.
- Прва помош треба да биде достапна на плажата, и да биде добро видлива.
- Националните закони за кучиња, коњи и други домашни животни треба строго да се применуваат на плажата.

Иницијативата за плаво знаменце би можела да биде ставена во општинскиот план за Претор или пак некое друго село.

Прекугранична можност

Оваа иницијатива може да биде предложена како заеднички проект со слична иницијатива за плажа на Макро Преспа во Грција, доколку постои доволен интерес за пристапување до прекугранични фондови.

Трошоците за развој на оваа иницијатива се проценети на УСД 150,000 за три години, не вклучувајќи ја и физичката работа.

Акција 3.5 Албанска Преспа- можности за туризам

Доколку може да се воспостават општински услуги за собирање на отпад, во соработка со комуналните претпријатија, и доколку може да се обезбедат други основни услуги, туризмот во албанската Преспа ќе биде во пораст. Туристичките инфо центри или функционираат или се во изградба, кај двете езера, и истите тие може да станат туристички центри. Дополнително, потребно е подобро планирање на развојот на главниот пат кон граничниот премин Стење. Засега, економската активност се поместува од селата покрај езерото кон патот и овој тренд ќе продолжи. Постои потреба подобро да се планира контролата и развојот на подрачјето помеѓу новиот Центар на Националниот Парк и патот, како привлечна дестинација, која нуди фантастичен поглед кон Макро Преспа, Мали Град и Планините на Пелистер.

Пример за една таква локација е Ladies View во Ирска, со поглед на Националниот Парк Киларни. Од една мала просторија, со тоалети, се претвори во огромен центар за малопродажба и други туристички услуги, кои редовно се користат од страна на туристички групи. Слични иницијативи исто така се користат од страна на Азиската Банка за Развој, како средство за овозможување руралните заедници да ги искористат предностите од нови автопатишта, на пример Автопатот Транс-Азија 9, кој минува низ руралните области на Виетнам, Лао, Тајланд и Мианмар.



Слика ©www.ladiesview.com

Чекорите за развивање на ваков проект би вклучиле детална селекција на локација (врз основа на туристичкиот потенцијал и физичката погодност), сопственост на земјиште, развој на квалитетен архитектонски план со идни насоки за развој, и градба која што би вклучила тоалети и безбедно место за фотографирање. Проектот би бил погоден за јавно-приватно партнерство, доколку може да се ограничи развојот на други слични локации во оваа област. Би требало да се применат одговорни развојни политики, кои би им дале на локалните села фер можност да ги продаваат нивните производи.

Трошокот за развој на локацијата би изнесувал околу УСД\$ 50,000.

Цел: Да се обезбеди финансирање во рок од три години и да се обезбеди учество на локалните заедници

3.4 Проекти – Култура

3.4.1 Вовед

Иако е пожелно да се зачува важното наследство, туризмот не е секогаш најдобриот начин тоа да се направи. Не може сите производи од културното наследство да се промовираат на туристите. Поради голем број причини, нема се да им биде привлечно на туристите, ниту пак одредени важни локации ќе можат да се успешно да се справат со голем број на посетители. Треба да се признае дека, за жал, многу посетители се ограничени во поглед на ценење на историјата, уметноста и архитектурата. Тие повеќе се заинтересирани за спектакуларни работи, кои се добро познати. Има сепак една специјална група на посетители кои би сакале да ги посетат сите историски цркви во Преспа, но треба да се направи одговорно планирање за да се заштитат најпопуларните историски места. Доколку се постави УНЕСКО План за управување со наследство, би можело и да се заштити универзалното наследство и да се помогне Преспа да стане попривлечна за посетители.

Селекцијата на одбраните места би требало да ги земе предвид потребите на посетителите, и нивната желба за уживање (и едукација). Ова би можеле да бидат некои од критериумите:

- Близина до веќе воспоставени туристички рути – леснотија на пристап
- Близина до други големи атракции
- Импресивноста на локацијата – сценографија, драматичност, романтика, итд.
- Импресивноста на одделните карактеристики
- Релевантноста си сопственото културно наследство на посетителите
- Уникатноста
- Поврзаност со славни личности / карактери или митови и легенди
- Леснотија за станување атракција

Некои извонредни атракции во подалечните области би можеле да бидат од интерес. Критериумот е дали крајната цел го оправдува напорот /патувањето.

Во јуни 2011, часописот National Geographic Traveller објави екстра прилог на 47 страници на тема Западен Балкан, опишан како едно од “најволшебните места на светот” (Цуи, 2010). Во овој прилог се опишани некои од скриените богатства на регионот, историјата, кулинарството и културите на Албанија и на ПЈР Македонија и други земји. Грција е веќе една од најатрактивните туристички дестинации. Ќе има зголемен интерес на пазарот за неоткриени региони, и тоа е шанса што целата Преспа може да ја искористи.

Акција 4.1 Преспа Парк – под заштита на УНЕСКО



Слика: Консултант



Засега, Преспа е на предложената листа за светско наследство, предложена од страна на Грција и за култура и за природа. Предлогот најмногу се однесува на Грчка Преспа, иако е споменат прекуграничниот елемент, но тоа би можело значително да се прошири доколку се направи и прекуграничен предлог. Врз основа на тоа би можело да се побара и прекугранично финансирање. Нацрт номинацијата го содржи следниот текст:

Областа Преспа е сливно подрачје на висина од 850м, со две езера, Мала и Голема Преспа. Голема Преспа е лоцирана во ПУРМ, Албанија и Грција, додека Мала Преспа е целосно лоцирана во Албанија и Грција. Подрачјето се карактеризира со извонредна природна убавина и е населено од најраните времиња па досега (со траги на стари населби во областа Лемос и на островот Агиос Ахилеос).

Преспанските Езера процветаа кон крајот на 8-от век под Византиското царство и под Бугарското кралството на Сурнеон и Самоил. Областа исто така цветаше во 10-иот и 11-иот век, особено со воспоставувањето на архиепископијата Акрида од страна на Базил Б II. За време на 12-иот век, Преспа беше Византиска тема. Во 14иот век, Преспа стана дел од српската држава на Стефан Душан, а во 1386 год. беше освоена од страна на турците. За време на целото траење на Отоманското царство, населението се посвети на православието и религиозната традиција. Во 19 и 20 век, оваа област ги следеше генералниот историски развој и играше значителна улога во некои историски моменти. Локалното население, и православието генерално, генерираа бројни асоцијации на ова подрачје, неговата историја и природна убавина со митови, легенди и традиции.

Преспанскиот регион содржи највисок степен на диверзитет на видови по површина во Европа. Станува збор за уникатен лимнолошки систем со извонредна природна убавина која вклучува богатство на споменици од византискиот и пост-византискиот период. Уникатноста на овој споменик е во интеракцијата помеѓу човекот и природата, особено во

користењето на природни пештери за изградба на наследствата од монашката заедница кои се доселија во оваа област помеѓу 13иот и 18иот век. Целото подрачје изобилува со византиски и поствизантиски споменици, со карактеристична архитектура и обоени декори.

Дополнително, целото подрачје е едно од најважните биотопи во Грција со 260 видови на птици. Сивата гуска (*Anser anser*) и птиците *Mergus mersander*, *Ardeidae*, кормораните (*Phalacrocorax carbo sinensis*) и пигмејските корморани (*Phalacrocorax rugosus*) се гнездат тука, како и неколку видови на патки, клукајдрвци и други. Ова е единственото подрачје во Европа, покрај Делтата на Дунавот и поранешниот советски сојуз, каде што два вида на пеликани се размножуваат, Белиот пеликан (*Pelecanus onocrotalus*) и Далматинскиот пеликан (*Pelecanus crispus*). Водените површини околу езерата се дом на значителен број на водоземни и рептилни популации.

< <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/1791/> >

Прекугранична можност

Постојат повеќе од 15 примери на прекугранични светски наследства само во Европа. Поранешните непријатели Германија и Полска ја делат одговорноста за паркот Muskauer ; Културолошкото богатство на Fertő го делат Австрија и Унгарија. Доколку може да се обезбеди финансирање за Преспа да стане една од локациите за светски наследства (што е процес кој што технички трае долго), сите три земји би можеле да искористат. Цврст систем на управување со наследството би се поставил и со тоа би се олеснил пристап до финансиски фондови. Универзални а не модерни неополитички интерпретации на наследството би биле нагласени, и туристичкиот профил на подрачјето би било значително зголемен.

Трошокот за надгледување на сите културолошки наследства и пишување на планови за управување за да се стекне овој статус би бил голем. Би било потребно финансирање на регионот со УСД 300,000 во период од пет години.

Акција 4.2 Сметување во манастири



Слика: © <www.virtualtouris.com>

Главниот национален туристички план на поранешната југословенска република Македонија (Министерство за Економија, 2009) повикува на развој на сместувања во манастири:

Манастирското сметување како уникатно искуство би требало понатаму да се развие. Ова е туристичко искуство со огромен потенцијал не само за пилгримите туку и за сите други посетители што ја сакаат културата. (2006:157)

Овој концепт може дополнително да се развие доколку манастирите станат попривлечни за посетителите со тоа што ќе имаат сала за јадење (ресторан), градина, продавница за сувенири. Маронитните манастири во далечните планини на Лебанон се развија туристички токму на ваков начин.

Манастирот во Сливница (посветен на Света Богородица) е во сопственост на македонската православна црква. Веќе не е оперативен, што значи дека во моментот нема монаси кои живеат таму, и нема црковна служба во текот на денот. Сепак, има соби кои се достапни за лица кои сакаат да поминат време таму. Манастирот беше изграден во 1607 год, и црквата во самиот комплекс и фреските датираат од тој период. Живеалиштата беа изградени кон крајот на 17иот век, но уништени во пожари и повторно реставрирани (последната реставрација беше направена во 1998 год.) Некои луѓе веруваат дека водите во близина имаат лековити својства и го посетуваат манастирот ради овие цели исто така.

Главната атракција на манастирот се извонредните фрески, во една извонредна архитектонска средина, со три капи, секоја со име на селото кон кое гледаат. Сидните слики и иконостасот се поврзуваат со анонимни сликари чии дела може да се видат во денешна Грција и Бугарија. Дополнително на голем број на добро познати библиски и апокрифални сцени, има и портрети на важни донатори, свети поети, монаси, лекари и ратни маченици. Една преубава слика од Судниот ден го краси западниот ѕид (Поповоска, 2008). Овие прекрасни дела би можеле да станат предмет на многу поголем интерес од страна на посетители и туристи, но процедури и соодветни градби треба да се постават за појаснување и заштита. Потребен е план за управување. Манастирот во Сливница е обожавано место: Очигледно, само најсензитивните интервенции би можеле да бидат направени и би било потребно да се добие одобрување од црковните и државните власти и УНЕСКО за овој концепт да стане реалност.

Манастирот има околу 20 соби со 90 кревети. Ова би можело дополнително да се надгради. Манастирот би можел исто така да се искористи како специјално место за средби.

Прекугранична можност

Дополнително, зградите во близина би можеле да се развијат, како Центар за мир и помирување, и на тој начин развојот не би бил само од сезонски карактер, би имал и академски, конференциски карактер а исто така и карактер за градење на заедници. Примери на вакви центри може да се најдат во Ирска и Австралија и да се има континуирани семинари и голем опсег за средби и конференциски туризам. Еден таков пример е Glencree Центарот за мир и развој во планините Виклоу во Ирска.¹²

Трошокот за развој на ваков центар би бил значителен. Почетна сума би изнесувала околу УСД\$ 200,000.

3.5 Активен туризам

Акција 5



Слика: © <www.journals.worldnomads.com>

Доколку е целта Преспа да привлече нови и помлади пазари, одржлив и одговорен активен туризам е производ кој што Преспа може на големо да го понуди. Исто така може да се привлечат повеќе посетители надвор од сезона, за пешачење по преубавите патеки кои Преспа ги нуди во сите годишни времиња. Четирите национални паркови развиваат нови патеки и опции за активности преку нивните процеси за планирање, но потребни се туристички агенции за претставување на овие нови производи на пазарот, како и комерцијална и професионална организација. Во моментот, постои недостаток на лиценцирана активност на туристички оператори во сите три земји кои би можеле да го понесат овој процес напред, во партнерство со националните паркови и други туристички интереси. Некои мали туристички оператори сега почнуваат да излегуваат и мора

¹² <www.glencree.ie>

да бидат охрабрани да нудат производи во сите три земји: Тие може да го формираат мостот помеѓу производите на Преспа и пазарот и да бидат средство кое ќе помогне да се пополни локалното сместување. Туризмот е индустрија предводена од приватниот сектор: не е улога која што самите држави може успешно да ја играат.

Поддршката за развој на малите и средните претпријатија треба да се примени и на локалните туристички оператори за да го олесни нивниот растеж и опстанок. Поддршката може да се даде во следните облици:

- Фискални мотивациони шеми за туристички активности преку мали и средни претпријатија доколку областа¹³ се признае како специјална економска зона за туристички активности.
- Специфична маркетиншка поддршка за да им овозможи на локалните туристички оператори во трилатералната Преспа да бидат присутни на меѓународни саеми за патување и да продаваат соодветни производи.
- Да се подржат локални туристички оператори за да развијат професионални планови засновани врз истражување.
- Може да има можности за невладини организации активни во областа на туризмот за да формираат позначајни партнерства со туристички оператори во Преспа, Охрид, Корча, Тирана, Скопје и Атина.
- Секторот за сместување исто така ќе треба да се прилагоди на новите потреби: соби за сушење на опрема, складишта за точаци, достапност на оброци за сите оние кои шетаат во природа и одлично познавање на локалните обичаи може да се обезбеди за да привлече и задржи туристи. Сместување во хостели за поголеми групи не е достапно во голем број, иако постои потенцијал за да се надградат одредени места за сместување. Идентифицирана е и можноста за да се привлечат помлади туристи во Преспа, и ова ќе биде добра долгорочна инвестиција во иднината и ќе помогне Преспа да биде –во мода.

Менаџмент плановите на националните паркови исто така имаат потреба од средства за да ги подобрат услугите за туристите, и домашните и странските. Предложениот проект за биосферен резерват, доколку се усвои од страна на КУПП, би можел да привлече средства за ваквиот развој.

Приближна бројка од УСД\$ 100,000 во период од пет години се предлага за маркетиншки цели и поддршка за развој на мали и средни претпријатија. Соодветните фондови треба да се побараат од оние кои најмногу ќе имаат корист од ова.

3.6 Домашен туризам

Акција 6

Домашниот туризам е и ќе остане главниот туристички производ на Преспа во наредните пет години, се додека не се развијат повеќе меѓународни производи и се додека локалните установи не се подобрат. Туристичките индустрии со силни домашни пазари можат да бидат најодржливи од сите бидејќи нив помалку им се заканува непостојаната природа на побарувачката на меѓународниот туризам, како што различните дестинации влегуваат и излегуваат од мода, или пак кога има безбедносни или здравствени причини. Не сите делови од Преспа се раководат од потребите на домашните пазари и потребно е да се направи поголемо истражување.

Предложениот обновен развој на селото Претор од страна на општина Ресен претставува интересна можност за да се адресираат потребите на денешните домашни туристи, и да се привлечат странски посетители. Потребно е да се направи одредено истражување на пазарот за да се истражи што е тоа што би ги привлечло туристите, и да се направи внимателно планирање за тоа да стане одржливо. Елементите кои би можеле да бидат вклучени во главниот туристички план за Претор се следни:

¹³ Со оглед на геополитичките комплексности на регионот и на границите на ЕУ, ќе биде тешко ова да се испорача на трилатерална основа.

- Упатства за градба, со препорака да се почитуваат вернакуларните традиции;
- Зонирање на мешани резиденциски, комерцијални, рекреативни и едукативни установи;
- Надградба на плажите, по можност со стандард на плаво знаменце¹⁴;
- Центар за водени спортови и можеби мала marina;
- Да се дадат под франшиза подрачјата погодни за квалитетен туризам, пред се како јавно приватни партнерства, за кои ќе биде потребно одржување, како на пример кампови и плажи; и
- Можна изградба на базен погоден за сите годишни времиња или воден парк¹⁵.

Трошоците на планирањето во моментот се проценуваат од страна на општина Ресен.

3.7 Настани и конференциски туризам

Акција 7

Настаните се веќе важен дел од туризмот во регионот, особено во селата на Микро Преспа. Поголемиот број настани се одржуваат за време на летото. Настаните треба да се продадат на пазарот на тој начин што ќе привлечат и посетители вон летната сезона. Планирањето на настани мора да ги земе предвид установите кои се достапни и погодни за во сите сезони. Исто така постои потенцијал за да се привлечат повеќе конференции на систематски начин на клучни теми како што се природа, култура и екотуризам. Може да се вклучи и следното:

- Фестивал за пешачење, по зимските пејсажи;
- Орнитолошки конференции и други симпозиуми за природа и култура;
- Музички настани во цркви (доколку се добие одобрување);
- Други настани, јаји што се симпозиуми на Via Egnatia или други архитектонски зданија;
- Курсеви за култура, школи за јазици;
- Настани и школи за готвење.

Прекугранични можности

- Преспа Парк триатлон во сите три земји¹⁶

Ќе биде потребно финансирање за развој на овие настани. Се препорачува цифра од УСД\$ 200,000. Исто така треба да се бара спонзорство.

3.8 Маркетинг

Акција 8

Маркетиншки цели

Маркетинг планот ги има следните цели:

¹⁴ Се претпоставува дека делот со третирање на канализацијата ќе биде дел од планот.

¹⁵ Нема јавен базен во Ресен и постојат ограничени установи во Преспа.

¹⁶ **Триатлон** е спортски натпревар во издржливост во која се застапени дисциплините пливање, велосипедизам и трчање. Главните далечини за меѓународни трки се Спринт (750 m пливање, 20 km велосипедизам, 5 km трчање), Стандард (1.5 km пливање, 40 km велосипедизам, 10 km трчање), Долгата патека (1.9 km пливање, 90 km велосипедизам, 21.1 km трчање), и ултра долга патека (3.8 km пливање, 180km велосипедизам, и маратон: 42.2km трчање).

1. *Да ја крене свеста дека регионот на Преспанските езера е фантастична локација за екотуризам, природа, култура и активности, преку партнерство со националниот одбор за туризам, и другите регионални и домашни маркетиншки иницијативи.*
2. *Да се промовира прекуграничен туризам со што ќе се продолжи периодот на престој во регионот преку маркетинг на специфични прекугранични производи.*
3. *Да се промовираат не-сезонски производи и настани во Преспанскиот регион.*
4. *Да се направи букирањето за сместување и патување до Преспа полесно.*

Се препорачува планот за маркетинг да се спроведе преку партнерства и активно да ги вклучи националните туристички авторитети од сите три држави.

Пазари кои пто треба да се таргетираат

Најтрошковно ефективните пазари кои треба да се таргетираат се -

1. Домашните и регионалните пазари;
2. Меѓународните посетители кои го посетуваат Балканот и северна Грција кои би можеле да бидат привлечени да ја посетат и Преспа; и
3. Патниците кои имаат специјален интерес, особено посматрачи на птици и специјалисти за културно наследство.

Производи за маркетинг

Производите треба да бидат базирани врз следните теми во периодот од наредните пет години:

- Екотуризам;
- Природа;
- Култура;
- Активности;
- Домашни туристички понуди; и
- Настани и конференции.

Место

Клучните места за трошковно ефективен маркетинг се следните:

- Интернетот: Вибрантна веб страна, лесна за користење и добро поврзана е најважна.
- Штампа за туристи, особено регионалната и сето она што може да се идентифицира од страна на националните туристички одбори како важно во регионот.
- Отворање на премини на главните патишта до регионот се клучни. Тие треба да ги вклучат блиските градови каде што има информативни центри и каде (доколку средствата дозволуваат) треба да се стават постери и патоказни знаци, согласно националните закони за планирање.
- Аеродроми и авионски линии кои нудат сервиси за туристи

- Маркетиншки активности на националните туристички одбори (кога се сметаа за релевантни и трошковно ефективни)
- Специјални интересни групи и веб страници.

Цена

Извршното лице на Преспа Паркот не треба да се вклучува во процесот на преговарање на цени: ова е работа на приватниот сектор, но сепак треба да им укаже на претставниците на приватниот сектор за чувствителноста на цените.

Промоција

Се препорачува развојот на следните промотивни алатки:

Година 1

- Вибрантна веб страна на албански, македонски, грчки, англиски и германски јазик за Преспа Парк биосферен резерват.
- Туристичка брошура, наменета кон производитите, која што ќе ги замени постоечките водичи на Крафтинг (UNDP 2009 a & b), со текст пишуван од страна на новинар по туризам а не извадоци од стратешки документи.
- Пријателска, информативна мапа во боја на Преспанските езера, со која што ќе се нагласи што треба да се види и направи, случна на мапата направена од здружението за заштита на Преспа за грчкиот дел од Преспа (SPP, 2002).
- Пакет за новинари, со интересни приказни за новинарите кои патуваат.
- Материјали за користење во школи, изложби со национални туристички бордови, настани, и др.

Година 2

- Промоција во школи и шопинг центри кои што се во круг од 3-часовно возење од Преспанските езера
- Продукција на наменски брошури со мапи и веб страници (посматрање на птици, природа, наследство, пештери) за биосферниот резерват.
- Редовно јавување до туристичките оператори и контактирање со медиумите во Атина, Тирана, Скопје, Солун и Приштина.
- Набавка на специјални туристички ПР услуги во Обединетото Кралство и во Германија (со фокус на посматрање на птици, и др.)
- Е-маркетинг за промоција на веб страници
- Заедничка промоција со националните авторитети за туризам .

Година 3

- Продолжување на активности од 2-ра година со интензивирање на ПР активности и е-маркетинг.

Година 4

- Преглед на ефективноста на маркетингот до денес и унапредување на стратегијата.

Индикатори: Зголемено присуство на веб страната (Google); мерење на број на посетители на веб страницата на Преспа Паркот; број на прашања (по националност) упатени до Извршното лице на п, центрите на Националниот Парк и информативните центри; Преспанските езера како дестинација во десет регионални програми на туристичките оператори; позитивни написи во штампата за Преспа (по земја).

Цел: До 5-тата година, бројот на соби достапни преку туристички оператори во Преспа Парк треба да се зголеми за 20%. Годишниот капацитет за сместување треба да се зголеми за 20%; бројот на посетители во центрите на Националниот Парк и центрите за ресурси на Преспа да се зголемат за 100%.

3.9 Програма за поддршка на развој на капацитети

Акција 9

За користењето на предложената мрежа на информативни центри и Академијата на Преспа за екотуризам, треба да се обезбеди континуирана обука за кадарот вработен во националниот парк и локалните власти. Деталното развивање на курикулумот за програми за обука треба да биде дел од Стратегијата за обука на туризмот, и треба да го покрива поширокиот Охридско-Преспански еврорегион и неговите потреби.

Дополнително, се препорачува, доколку може да се обезбеди финансирање, да се ангажира меѓународен експерт за развој на капацитети во областа на одговорен развој на туризам и маркетинг во период од една година, кој би работел со трите општини и националните паркови. Ова под претпоставка дека би се обезбедиле соодветни буџети за маркетинг и развој.

Стратегијата за обука за туризам ќе треба да се развие откако ќе се направи подетална анализа на потребната обука. Локалните едукативни институции би требало да се инволвирани во овој процес на планирање и неговата испорака.

Потребите за развој на човекови ресурси во областа на туризмот се големи, и, како што ќе се развива туризмот, би било најдобро за ова да се направи подетална регионална стратегија за обука за туризмот. Ресурсите за обука за туризмот се различни во трите земји. Грција најверојатно ги има најдобрите ресурси за специјализирана обука, а и програми за туризам се достапни на многу университети во повеќето од поголемите градови. Во Албанија, универзитетот Фан Ноли во Корча нуди програми за туризам, а во поранешната Југословенска Република Македонија, има факултети за туризам на Универзитетот Св. Климент, во Охрид и во Скопје. Специјализирана обука е потребна.

Се препорачува следните специјализирани програми да се започнат во областа на туризмот:

- Започни сопствен бизнис
- Како да се издаваат соби со појадок
- Како да се води мал хотел
- Безбедност на храна (анализа на ризици и критични точки за контрола, ХАССП стандарди)
- Привлекување на посетители
- Маркетинг за мали бизниси
- Грижа на клиенти
- Курсеви по јазик и програми за подигање на културната свест

Во поранешната Југословенска Република Македонија, Агенцијата за промоција на претприемништво би можела да се мобилизира за да го помогне развојот на малите и средните претпријатија во областа на туризмот. Агенцијата претходно има развиено обука во овласта на туризмот и маркетингот за малите и средните претпријатија.¹⁷ Се препорачува ангажирање на институции активни во областа на давање обуки туризмот во трите земји. Исто така, се препорачува распишување на тендер за испорака на квалитетна обука за туризам (на локалните јазици) во трите земји.

Се препорачува извршното лице на Преспа Парк, откако ќе се ангажира, да го олесни спроведувањето на дополнителните програми за обука. Ова ќе придонесе кон нивната експертиза, и ќе помогне да се задржи кадарот.

Цел: да се распишат тендери до крајот на првата година. Курсевите да траат од 2 до 5 години. Следната стратегија за обука за туризмот да се нарача во четвртата година.

¹⁷ <<http://www.apprm.gov.mk/projects.asp?id=4>>

Клучна активност	Ниво на приоритет	Индикативен буџет (5 години)	Одговорни странки	Време (година)	Механизам за мониторинг	Критериум за успех
1.1: да се назначи извршно лице кое ќе ја имплементира оваа стратегија	1	500,000	КУПП	1	Процедура за рапортирање за проекти	Успешно ангажирање и задржување на кадарот
2.1: да се постави рамка за одржлив развој преку МАВ програмата на УНЕСКО за биосферен резерват	1	100,000	КУПП, Национални паркови, министерства за животна средина	1-3	Остварен прогрес кон прогласување на биосферен резерват под МАВ Програмата на УНЕСКО	Постигнато прогласување на биосферен резерват
2.2 Да се воспостави мрежата на туристички информативни центри во Преспа	1	200,000	КУПП	1	Број на посетители во центрите	Функционална мрежа на информативни центри
2.3 Академија на Преспа за екотуризам	2	1,000,000	КУПП, ЗПП	1-5	Рапортирање според проектниот менаџмент циклус	Обезбедени средства, установата во развој
Акција 3.1 Национални паркови	1	2,000,000	КУПП, Национални паркови	1-5	Извештаи на националните паркови	Дополнителни средства обезбедени
Акција 3.2 Островите на Преспа	2	2,000,000	КУПП, Национални паркови	1-5	Project management cycle reporting, visitor numbers	Дополнителни средства обезбедени, во развој
Акција 3.3 Центар за откривање и наука	2	2,500,000	КУПП, Општина Ресен	1-5	Рапортирање според проектниот менаџмент циклус, број на посетители	Обезбедени средства, установата во развој
Акција 3.4 Плажи со плави знаменца	1	250,000	Општини	1-3	Остварен напредок кон постигнување на статус на плаво знаменце, рапортирање според стандардите на плави знаменца	Статус на плаво знаменце добиено
Акција 3.5 Албанија од аспект на туризам	1	50,000	КУПП, национален парк, општина.	1-3	Рапортирање според проектниот менаџмент циклус	Дополнителни средства обезбедени, во развој
Акција 4.1 Под заштита на УНЕСКО	1	300,000	КУПП, министерствата за култура и животна средина	1-5	Извештај за напредок на УНЕСКО, усогласени зонирања, усогласени планови за менаџмент	Ставено под заштита на УНЕСКО
Акција 4.2 Сместување во манастири	2	200,000	КУПП, црквите, министерството за култура	1-5	Меморандум за соработка. Рапортирање според проектниот менаџмент циклус	Дополнителни средства обезбедени, во развој
Акција 5: Активен туризам, поддршка за развој на мали и средни претпријатија	1	100,000	КУПП, Министерство за економија	1-3	Број на поддржани МСП, број на посетители привлечени со активниот туризам, обезбедување на дополнителни средства	Зголемување на активниот туризам
Акција 6: Развој на домашен туризам во Претор	1	Непознато	КУПП, Општина Ресен	1-5	Рапортирање за напредокот согласно плановите на општината	Повторен развој на областите околу селата и плажите
Акција 7: Настани и конференции	1	200,000	КУПП, општините	1-5	Рапортирање според проектниот менаџмент циклус, број на настани организирани вон сезона, број на привлечени посетители, број на спонзорства	Одржливи и функционални настани
Акција 8; Маркетинг	1	500,000	КУПП, партнерите за маркетинг	1-5	Рапортирање според проектниот менаџмент циклус, број на привлечени посетители,	Зголемување на бројот на сместувања, посетители, инвестиции

					<i>сместување, потпишани меморандуми за соработка за маркетинг партнерства</i>	
<i>Акција 9 Градење на капацитети</i>	<i>1</i>	<i>500,000</i>	<i>КУПП, министерствата за економија, туризам</i>	<i>1-5</i>	<i>Направена анализа на обуките, развиена стратегијата за обука, потпишани меморандуми со сите странки, број на обучени лица</i>	<i>Завршени обуки, поголема сатисфакција на клиентите</i>
<i>Пилот проекти (поглавје 9)</i>	<i>1</i>	<i>450,000</i>	<i>КУПП</i>	<i>1-2</i>	<i>Прогрес во пишувањето на описот на надлежностите, тендерирање, егзекуција на проекти.</i>	<i>Пилот проектите комплетирани и објективно оценети</i>

4. ПИЛОТ ПРОЕКТИ

4.1 Вовед

Пилот проектите се различни од активностите во Акциониот план кои бараат долгорочно внимание. Пилот проектите се исто така од стратешко значење, но може веднаш да започнат со помали финансиски средства.

Пилот проект 1: Истражување на пазарот

Опис:

Во стратегијата се опишани бројни иновативни и големи развојни проекти. Освен студии за влијание врз животна средина, се препорачуваат и дополнителни анализи. Треба да се направи истражување за гледиштата на поголемите туристички агенции во земјите на западниот Балкан и Грција во врска со овие проекти. Истражувањето треба да покаже дека ваквите проекти ќе бидат од интерес за идниот туристички пазар, да даде нови предлози и да помогне со поставувањето на приоритети. Истражувањето треба да биде направено професионално и да вклучи релевантен примерок од клучните играчи на полето на туризмот. Треба да се направи за време на голем настан, како што е на пример *Internationale Tourismus-Börse* (ITB) во Берлин во март, или преку телефонска анкета.

Главна цел:

Да се осигура дека клучните развојни проекти во Преспанските езера ќе бидат пазарно ориентирани.

Цели:

- Да се осигура дека предложениот развој евозможен и соодветен со идната побарувачка на пазарот.
- Да се обезбедат дизајни на проекти кои ќе бидат соодветни со идните потреби на пазарот.
- Да се вклучат туристичките агенции во разговорите за идните развојни планови на Преспа.
- Да се осигура дека развојните фондови се трошат мудро.

Пречки кои би можеле да влијаат врз имплементацијата:

Волјата на туристичките агенции да учествуваат во анкета.

Потреба од професионално и неутрално анкетирање.

Исход/Резултати:

- Јасна пазарна ориентација за можните идни развојни проекти.
- Давање на приоритети на проекти според пазарната побарувачка и изводливост.
- Земање предвид на мислењето на туристичките агенции.
- Независни мислења кои ќе ги поддржат апликациите за добивање на финансиски средства.

Потребни чекори:

- Детален опис на потребната студија.
- Распишување тендер до компетентни туристички консултанти со истражување на пазарот и експертиза во архитектура.
- Оценување на кандидати и избор на најкомпетентните во рамките на достапниот буџет.
- Брифирање на компанијата и надгледување на извршување на проектот.
- Проучување на резултатите од студијата.

Потребно време:

2 месеци

Финансиски средства:

УС\$ 20,000

Пилот проект 2: Славење на културата на Преспа

Опис:

Бидејќи културата се повеќе се користи како средство за социјален и економски развој, туристичкиот пазар на културата е преплавен со нови атракции, културални патишта и центри. Најсофистицираните туристи бараат автентичност која е сеуште редок квалитет во модерната туристичка индустрија. Регионот на преспанските езера може да понуди единствен вкус на трите култури кои живеат една до друга со години, но беа под тотално различни историски, политички и економски влијанија. Преспанците од Албанија, поранешната Југословенска Република Македонија и Грција сеуште не соработуваат онолку колку што би можеле за да го зголемат одржливиот туристички развој. Овој пилот проект не зависи од скапа инфраструктура или чувствителни политички одлуки, може да биде инициран од страна на локални уметници, обезбедувачи на туристички услуги и лидери на заедниците – со цел да придонесе кон подобро разбирање, негување на односи и заеднички одржливи туристички дејствувања.

Главна цел:

Трите култури на Преспа да се отворат и да се запознаат подобро меѓусебно, да негуваат продуктивни односи и да дизајнираат заеднички акции за развој на одржлив туризам.

Цели:

- Да се иницира серија на размена на културни настани помеѓу трите земји (уметнички изложби, концерти, итн.),
- Да се стимулира локалното население и да се насочи кон уметнички активности, да се зголеми свеста и да се изградат капацитети кај населението за презервација на културата и одржлив развој на туризмот,
- Да се стимулира интер-институционална прекугранична соработка во доменот на културата,
- Да се развијат туристички понуди со единствено доживување на културите на трите земји,
- Да се подготват промотивни материјали за единствената култура на Преспа и културно/историски места на четири јазици,
- Да се подобри меѓународноти признавање на преспанскиот регион како уникатна прекугранична туристичка дестинација,
- Да се зголеми просечниот престој на туристите во Преспанскиот регион
- Да се придонесе кон зголемувањето на приходот на локалното население во регионот

Пречки кои би можеле да влијаат врз имплементацијата:

Мотивацијата на локалното население да се вклучи во прекугранична културална размена на искуства
Финансиска поддршка за имплементацијата на културната размена.

Исход/Резултати:

- Најмалку 3 мулти-културни настани за размена спроведени во секоја од трите земји,
- Зголемување на свеста и обука за најмалку 50 лица кои работат во областа на туризмот од сите три земји,
- Започнување на прекугранична интер-институционална соработка,
- Најмалку три ефективни проекти започнати со јавно приватни партнерства во секторот туризам (нови маршрути кои ќе ги вклучат и манастирите, изложби, цркви и др. заеднички прекугранични активности за туристите – патувања со брод до сите три земји и сл.),
- Промотивни материјали за уникатната култура и историја на Преспа на четири јазици,
- Развој на меѓународен промотивен план и спроведување на првите активности,
- Придонес кон зголемувањето на вработувањето во туристичкиот сектор и зголемување на приходи.

Потребни чекори:

- Утврдување на клучните играчи во полето на зачувување на културното наследство и развојот на туризмот во областа на културата, обезбедување на интер-институционалната координација и започнување на јавно-приватна соработка со цел мулти-културна размена.
- Организација на настани за размена во областа на културата: уметнички изложби, концерти, фестивали, фолклор, со уметници од сите три земји.
- Започнување на прекугранична интер-институционална соработка (i.e. придонес од Школота за Уметности од Западна Македонија – Флорина, и создавање на кампус од страна на Факултетот за археологија во поранешната Југословенска Република Македонија).
- Обезбедување на обука и зголемување на свеста за најмалку 50 лица кои работат во областа на туризмот.
- Започнување на дизајн на заеднички туристички понуди во областа на туризмот.
- Во рамки на иницијативи за јавно приватни партнерства, да се утврдат главните предности на Преспанските езера во споредба со други слични културно-туристички дестинации (да се развијат предлози за културни настани, маршрути и други работи кои би можеле да ги привлечат туристите во Преспа- религија, архитектура, археологија, заштита на природа, итд.)
- Да се утврдат клучните пазари за пласирање на Преспа.
- Да се подготват промотивни материјали за уникатноста на културата и историјата на Преспа на четири јазици.
- Да се понудат производитите кои го нуди Преспа од областа на култура на постоечките и новите меѓународни и домашни пазари.

Потребно време:

18-24 месеци

Потребни средства:

УСД\$ 100,000

Пилот проект 3: Прекуграничен триатлон на Преспа**Опис:**

Маратони и триатлони стануваат популарни туристички настани во целиот свет. Прекуграничен триатлон во Преспа, со граничниот премин Долно Дупени за еден ден, би можел да стане настан од висок профил кој би помогнал да се направи преседанот за повторното отворање на овој граничен премин кој е од исклучителна важност за прекуграничен развој на туризмот. Исто така би можел да привлече голем број на туристи доколку се направи добар маркетинг.

Главна цел:

Да се поврзат трите територии преку еден заеднички настан од висок профил и да се изврши притисок врз владите повторно да го отворат граничниот премин Долно Дупени.

Цели:

- Да се иницира заеднички спортски настан меѓу трите земји
- Да се нагласат убавините на Преспа
- Да се стимулира локалното население, да се зголеми свеста у да се изврши притисок за повторното отворање на граничниот премин Долно Дупени;
- Да се стимулира интер институционална прекугранична соработка во овласта на спортски туризам (активности);
- Да се развие туристичка понуда со уникатно мулти-државно туристичко искуство,
- Да се направи успешен маркетинг на настанот и да се добие позитивен ПР,
- Да се подобри меѓународното признание на Преспанскиот регион како уникатна прекугранична дестинација,
- Да се зголеми должината на престојот на туристите во Преспанскиот регион,
- Да се придонесе кон зголемувањето на приходот на локалното население во регионот.

Пречки кои би можеле да влијаат врз имплементацијата:

Можно спротиставување од страна на владите.
Спонзорство.

Потреба за ефективна организација и маркетинг.

Исход/Резултати:

- Триатлон како годишен настан кој ќе ги вклучи сите три држави, и во кој ќе можат да учествуваат и туристите и локалното население
- Привлекување на посетители
- Позитивни написи во медиумите,
- Започнување на прекугранична интер институционална соработка,
- Промотивни материјали за настанот и веб страница,
- Развивање и спроведување на меѓународен план за промоција,
- Придонес кон зголемување на вработувања и приходи во секторот туризам.

Потребни чекори:

- Утврдување на клучните играчи во областа на спортскиот туризам во трите земји.
- Договарање на концептот и развивање на бизнис план со вклучување на спонзорство.
- Започнување на прекугранична интра институционална соработка
- Обезбедување на обука и зголемување на свеста кај локалното население.
- Утврдување на клучните пазари за пласман.
- Поставење на веб страница и маркетинг.
- Менаџирање на настанот.

Временски период:

18-24 месеци

Средства:

USD\$ 100,000

Пилот проект 4: ТВ програма – Вкусот на Преспа

Опис:

Привлечноста на одржливи туристички дестинации зависи од способноста за иновации и прилагодување на локалната култура, кујна, ресурси и производи кон аспирациите на посетителите. Многу туристи, изморени од истата, веќе видената култура и кујна на многу дестинации, се во потрага по алтернативи. Зголемувањето на конкурентивноста на пазарот на туризмот значи дела спомениците и основните услуги не се веќе доволни и дестинациите треба да понудат различности за да привлечат туристи. Преспанци од сите три земји кои што на нивните гости ќе им покажат како да зготват традиционална риба, грав и многу други домашни јадења може да им понудат на туристите различно кулинарско искуство.

Главна цел:

Регионот на Преспанските езера да стане единствено кулинарско искуство за туристите кои сакаат автентична храна и убава природа.

Цели:

- Да се развие високо квалитетно кулинарско искуство за туристите,
- Да се промовира преку три-делен телевизиски програм кој ќе се емитува на регионалните ТВ канали;
- Да се сочува традицијата и да се зголеми учеството на жените во одржливиот туризам,
- Да се зголеми времето на престојот на туристите во Преспанскиот регион,
- Да се промовира интер-културната размена и прекуграничната соработка во Преспа,
- Да се подобри меѓународното признавање на Преспа
- Да се развијат туристички понуди кои ќе овозможат подобро пласирање на Преспанскиот регион меѓународно,
- Да се изградат капацитетите на локалното население за да може да се понуди кулинарско искуство за туристи,

- Да се придонесе кон зголемување на приходи за локалното население.

Пречки кои би можеле да влијаат врз имплементацијата:

Ограничени финансиски средства.

Можноста да се продаде идејата на телевизиска компанија

Исход/Резултати:

Прикажување на телевизија

- Развој на туристички производ заснован врз кулинарско искуство со најмалку едно автентично јадење од секоја од трите држави (i.e.: традиционална риба во Албанија, грав во Грција и јадења со јаболка во Ресен),
- Зголемување на времето на престојот на туристите во Преспа,
- Интер културна размена помеѓу трите држави,
- Развивање и имплементација на прекуграничен промотивен план (видео материјали, книга на рецепти, веб сајт и меѓународни настани со висок квалитет),
- Градење на капацитети на локалното население
- Зголемување на локалните приходи

Потребни чекори

- Избирање на уникатни локални јадења од регионот (некои од нив се многу специфични поради изолацијата на луѓето кои живеат во планини);
- Развој на сторија која што ќе се понуди на телевизиска компанија.
- Максимизирање на ПР
- Во рамки на локална прекугранична иницијатива, да се развојат кулинарски производи од Преспа за пласман на меѓународни и домашни пазари. Да се понуди:
 - Специфични регионални јадења, обични селски јадења*
 - Рурален туризам*
 - Култура и фолклор*
 - Специфични активности за процесирање на храната (на пример, традиционално рибарство)*
- Воведување на кулинарското искуство од Преспа во постечките светски промотивни кампањи
- Обезбедување на интензивни програми за градење на капацитети за успешно подготвување и сервирање на храна, маркетинг на кулинарските искуства од Преспа

Временски период:

24 месеци

Средства:

УСД\$ 200,000

Пилот проект 5: Трилатерална туристичка мапа на Преспа

Опис:

Добро дизајнирана туристичка мапа е клучна алатка за промоција и сервисирање на посетителите . Во моментот постојат најмалку 3 мапи на Преспа, но секоја покрива една или две земји. Нема туристичка мапа за целиот регион која би била лесна за користење.

Главна цел:

Да се негува прекуграничната соработка и да се започне со зголемување на свеста за Преспа како трилатерален туристички регион.

Цели:

- Да се произведе високо квалитетна туристичка мапа за регионот.
- Да се охрабри подолг престој на туристите со тоа што ќе се илустрира што се може да се прави во поширокиот регион.
- Да се илустрира потребата за повторното отворање на граничниот премин Долно Дупени.
- Да се обезбедат точни и најнови информации за Преспанските езера.
- Да им се помогне на туристите во регионот
- Да се зголеми профилот на трилатералниот Преспа Парк.

Пречки кои би можеле да влијаат врз имплементацијата:

Волјата на партнерите да соработуваат

Исход/Резултати:

- Високо квалитетна туристичка мапа за Преспа достапна и во електронска верзија

Потребни чекори:

- Воспоставување на комисија
- Пишување на детален опис на активности за студија
- Распишување на тендер за компетентни дизајнери со соодветно искуство.
- Бодување на предлози и избор на најкомпетентните согласно буџетот
- Брифирање на компанијата и надгледување на проектот

Временски период:

6 месеци

Средства:

УСД\$ 30,000

ANNEXES

1. Terms of Reference

Terms of Reference

Job Title	<i>International Consultant for Revision / Completion of a Trilateral Tourism Strategy and Action Plan for the Prespa Lakes Basin</i>
Project	<i>00050102 Integrated Ecosystem Management in the Prespa Lakes Basin</i>
Duty Station	<i>Home based + 6 days mission to Prespa Region</i>
Expected Duration of Assignment	<i>30 expert-days</i>
Starting date	<i>23 September 2011</i>
Expected End of the Assignment	<i>10 November 2011</i>

1. **BACKGROUND**

The Prespa Regional Project seeks to catalyse the adoption of integrated ecosystem management in the transboundary Prespa Lakes basin to conserve globally significant biodiversity, mitigate pollution of the transboundary lakes, and provide a sustainable basis for the basin's further social and economic development through a range of approaches. The Ministries of Environment from the three countries are key partners in the implementation of the project, the municipalities in the Prespa basin are the key beneficiaries, and also many other key stakeholders are involved.

The project is financed by the GEF (Global Environment Facility) and managed by UNDP in partnership with the Ministries of Environment, local governments around the Lake and other stakeholders. Greece being an EU member state is not eligible for GEF funds but participates actively through parallel financing. The project is in its final stage of implementation and is expected to wrap up in the first quarter of 2012.

In line with the overall approach, the development and endorsement of Trilateral tourism strategy and action plan has been identified as one of the priorities with the GEF project to strengthen transboundary cooperation in the Prespa Lakes basin. The development of the Tourism Strategy and Action Plan for Prespa (TSAP) was launched in December 2009. It should provide strategic direction for the development of the tourism sector in the Prespa basin for the next five years and guide public and private stakeholders in investing in, managing and monitoring tourism projects and activities in alignment with the governing ecosystem management principles.

The process of the development of the Strategy was inclusive and involved range of relevant stakeholders from the three countries. Several transboundary and national workshops took place, and number of progress reports and analysis were prepared in the process, resulting with a first version of the TSAP. However, in the final stages of the drafting process, the contract with the company working on the TSAP was terminated and the TSAP remained unfinished.

In order to complete the process and finalize the Strategy and an Action Plan, UNDP intends to hire qualified international expert who will finalize the TSAP building upon the previously completed work, and in line with the best practices for sustainable tourism development in a transboundary context.

The international expert will report to the Environment Unit Programme Officer and will closely collaborate with the International Transboundary Advisor and the project teams.

2. **OBJECTIVES**

The objective of this assignment is to **revise** and **finalize** the draft of the Tourism Strategy and Action Plan for Prespa (TSAP) (available at <http://prespa.iwlearn.org/draft-Trilateral-tourism-strategy-and-action-plan-for-prespa>) against the expectations set in the earlier Terms of Reference for preparation of the Tourism Strategy and Action plan for Prespa

(<http://prespa.iwlearn.org/Trilateral-tourism-strategy-development/terms-of-reference-development-of-tourism-strategy-and-action-plan-for-prespa/view>).

3. **TASKS (SCOPE OF WORK)**

The contractor is expected to complete the document based on a desk review of available draft TSAP, and other background documents. If necessary the consultant will engage into additional consultations with the stakeholders, in coordination with UNDP.

The consultant will also consider and reflect into the final draft of the TSAP, all relevant comments received during the previous stages of the process, other reports and relevant documents which may have been produced in the meantime.

While drafting the TSAP, the consultant will follow the tentative content included as Annex I (<http://prespa.iwlearn.org/annex-1-tor-consultant-for-revision-completion-of-a-Trilateral-tourism-strategy-and-action-plan-for-the-prespa-lakes-basin/view>) to this TOR, for guidance purposes.

For a successful achievement of the assignment, the consultant should give appropriate consideration to:

- The overall environmental protection efforts in the Prespa basin when defining the future forms of tourism and their products
- A strategic approach aiming at enhancing the transboundary tourism activities
- A tourism promotion policy based on regional destination marketing
- Worldwide best practices in sustainable tourism development in a transboundary context

4. **DELIVERABLES**

The following deliverables are expected to be produced in the course of the assignment:

1. Trilateral Tourism Strategy and Action Plan for the Prespa Lakes basin (2010 – 2015), prepared in English language
2. Three short progress reports (as described below)

5. **REPORTING**

The consultant is expected to submit a total of 3 short progress reports while performing the work described in the TOR:

No.	Progress report	Indicative dates
1.	First progress report: Upon preliminary review of the existing TSAP, and other existing relevant documentation	1 week of October 2011
2.	Second progress report: Together with the submission of the draft TSAP	25 October 2011
3.	Final progress report: Together with the submission of the final TSAP	07 November 2011

The consultant may be requested to submit other short reports highlighting certain important issues, whenever considered necessary by UNDP.

6. **DURATION OF ASSIGNMENT**

The assignment is envisaged to be completed within the period from mid June 2011 until mid September 2011. The total workload of the assignments is estimated at 30 expert-days. The allocated number of expert-days is planned for successful completion of the desk-review of the existing documentation, drafting the requested documentation (deliverables), and one 6 days visit to the project region. The costs which will occur as a result of the mission to the

project region (travel expenses + daily subsistence allowance) will be covered by UNDP, in addition to the consultancy fee.

2. Consultations undertaken during September-October 2011

Name	Organisation	Date of consultation
Mr Jim Flannery	Team Leader, UNDP-UNWTO tourism master plan for the former Yugoslav Republic of Macedonia	2 September 2011
Mr Genc Metohu	Tourism consultant to UNDP Albania Cultural Heritage Marketing Strategy	7 September 2011
Ms. Anita Kodzoman	UNDP Country Officer Skopje, Head of Environment and Energy Cluster	22 September 2011
Mr Dimitrija Sekovski	UNDP GEF Prespa Project – National Component FYR Macedonia	13 October 2011
Ms Gordana Cvetkoska	UNDP GEF Prespa Project – Transboundary Component	On-going
Mr Aleksandar Ivanovski	UNDP GEF Prespa Project	On-going
Ms Zhivka Cvetkoska-Andonoska	Agency for Promotion and Support of Tourism	26 September 2011
Mr Ardit Konomi	UNDP GEF Prespa Project – National Component Albania	On-going
Ms Dijana Zaturaska	Agency for Promotion and Support of Tourism	26 September 2011
Ms Lidija Topuzovska	Macedonian National Commission for UNESCO	26 September 2011
Mr Zoran Nikolovski	Tourism Department, Ministry of Economy	26 September 2011
Mr Aleksandar Ivanovski	UNDP GEF Prespa Project – National Component FYR Macedonia	26 September 2011
Mr Nikola Zdraveski	UNDP GEF Prespa Project – National Component FYR Macedonia	On-going
Mr A. Junaid Sorosh-Wali	UNESCO focal point for Western, Baltic, Nordic and South-East Mediterranean Europe, Paris	7 September 2011
Mr Jone Eftimovski	Ethnographic Museum, Podmocani	27 September 2011
Ms Emilija Gjeroska	Center for Development of Pelagonija	28 September 2011
Mr Rubin Nikoloski	Center for Development of Pelagonija	28 September 2011
Mr Pece Cvetkovski	Pelister National Park	28 September 2011
Mr Mihail Volkanovski	Mayor of Resen	28 September 2011
Mr Ajman Al Malla	Economic Development Officer. Resen	28 September 2011
Ms Biljana Shapkaroska	National Park Galacicia	28 September 2011
Mr Mite Nonevski	Modern Ceramic Museum	28 September 2011
Mr Ljupco Krstevski	Natural Capital Resource Centre, Resen	28 September 2011
Ms Albana Cule	Go Albania, Korçe	29 September 2011
Ms Valentina Vurno	Women's Prespa Association	29 September 2011
Mr Olsi Duma	Director, Prespa National Park	29 September 2011
Mr Vasil Male	Engineer, Prespa National Park	29 September 2011
Ms Vasso	Society for the Protection of Prespa	30 September 2011
Mr Davide Cattaneo	Volunteer, Prespa Cultural Triangle	30 September 2011
Ms Gabriela Scheiner	Director, Prespa Cultural Triangle	7 October 2011
Ms Vaska Vlashcheva	Generaltourist	1 October 2011
Mr Michel Julian	UNWTO	10 October 2011
Mr Wolfgang Fremuth	Trans-boundary Prespa Biosphere Project	12 October 2011
Mr Peter Whalley	UNDP-GEF Prespa Park project	13 October 2011

Ms Annita Logothesi	Society for the Protection of Prespa	14 October 2011
Mr Yannis Kazoglou	Municipality of Prespa	18 October 2011
Mr. Ognen Dostinoski	Galačicia National Park	19 October 2011
Ms Lito Papadopoulou	Prespa National Park	20 October 2011

3. Sites visited in Prespa watershed region

Location	Notes	Date
Former Yugoslav Republic of Macedonia		
Site of former cormorant fishing exposition	Failed NGO project	27 September 2011
Aquapura site	Two coastal hotels, the largest in Macedonian Prespa (130 rooms). Not operating in recent years following to controversial sale to Portuguese timeshare group <www.aquapura.com>	27 September 2011
Reisen Apple Festival	Local festival with outdoor display stands and traditional music	27 September 2011
Riva Hotel, Stenje	The only operating hotel on Macedonian Prespa Lake. 10 en suite rooms, good 2* standard. 100 cover restaurant. Lakeside location in Stenje village	27 September 2011
Galicicia National Park Visitor Centre, Stenje	Newly built, not open yet.	27 September 2011
Costume museum, Podmocani	Extensive privately owned collection of Macedonian ethnographic costumes and jewellery. Housed in converted private house. 1,500 visitors per annum. Modest admission charge. Issues of long term ownership and suitability of storage/display, parking, etc. need attention. Important potential local asset.	27 September 2011
Church of St George, Kurbinovo	Rural mountain church in beautiful location, built in 1191 and the oldest in the region. Superb frescos of international importance. Local keyholder.	27 September 2011
Small public beach near Greek border	Basic facilities and maintenance	27 September 2011
Public beach tourism area, Otesevo	Basic facilities, backed by camp sites	27 September 2011
Modern Ceramic Museum, The Serrai, Resen	Very extensive collection, free admission, in need of larger premises	28 September 2011
Albania		
Liqenas village	Shore-side village with simple restaurants and 'hotels'. Litter.	29 September 2011

Mali Grad Island	Small island with 14 th century hermit's church (external frescoes vandalised). \$20 boat fare. Popular for trips during summer and for bird-watching in May.	29 September 2011
Gueshouse, Gollomboç	Reasonable quality homestay accommodation. \$10 per person.	29 September 2011
New National Park office, near Gollomboç	New offices to open later in 2011 with visitor centre near Macedonian border. Location off-road. On road information centre to be built at Korçe entrance.	29 September 2011
Albania- Macedonian border crossing	Simple crossing, no visitor information on either side.	29 September 2011
Greece		
Viewpoints on road to Karyes	Picnic facilities in need of upgrade, old signage needs to be removed. Limited information in English	30 September 2011
Koula restarant on causeway	Prime site: Could be made more attractive and offer interpretation regarding bird sanctuary nearby.	30 September 2011
Agios Achillios	Significant investment in parking, footbridge, etc. Popular tourist site but appears highly seasonal. Taverns closed.	30 September 2011
Birdwatching sites at Statina Laimou	Opportunity to link with Ezerani	30 September 2011
National Park Centre near Pili	Useful , flexible centre with good informative displays	30 September 2011
Psarades village	Significant investment in urban infrastructure, marina (designed for significant numbers) . Attractive taverns and guesthouses. Hotel closed. Appears highly seasonal however.	30 September 2011
Agios Germanos Visitor Centre	Closed	30 September 2011
Prespa Park Visitor Centre near Agios Germanos	Well-stocked and helpful little visitor centre	30 September 2011
Byzantine Collection of St Germain Museum	Closed	30 September 2011
PCT Library and Resource Centre	Interesting example of voluntourism at work	30 September 2011

4. Prespa trilateral tourism stakeholder consultation workshop

Date: 24 October 2008

Venue: Hotel Epinal, Bitola

Time: 09:00 – 17:00

Report prepared by: Gordana Cvetkoska, project assistant
Zdraveski Nikola, project specialist

Agenda

- 9:00 – 9:10 Welcome note and presentation of workshop program (Alvin Lopez, International Trans-boundary Advisor, UNDP/GEF Prespa Park Project)
- 9:10 – 9:20 Welcoming remarks by mayors
- 9:20 – 9:30 Introductions of participants
- 9:30 – 9:40 Introduction of the Tourism Strategy Project (Alvin Lopez)
- 9:40 – 10:00 Overview on regional tourism strategies (Gottfried Hilz-Ward, International Consultant for UNDP/GEF Prespa Park project)
- 10:00 – 10:15 Coffee break
- 10:15 – 11:00 Situation analysis of tourism in Prespa Lake countries (resources, tourism industry, tourism movements, etc.); SWOT
- 11:00 – 11:30 Ecological risks and concerns with respect to tourism development
- 11:30 – 12:30 Tourism policies; past, present and planned tourism programs and initiatives in each country and trans-boundary. Lessons learnt
- 12:30 – 13:00 Conclusions and recommendations from Prespa Strategic Action Plan
- 13:00 – 14:30 Lunch break
- 14:30 – 15:00 Tourism opportunities; types of tourism to be endorsed
- 15:00 – 15:30 Cross-border tourism and travel: opportunities and risks (Plenary discussion)
- 15:30 – 15:45 Coffee break
- 15:45 – 16:15 Objectives and key elements of the Prespa Lake Tourism Strategy (Plenary discussion)
- 16:15 – 16:45 Stakeholders, Ownership, Organizational structure of the Strategy (Plenary discussion)
- 16:45 – 17:00 Wrap-up and closing of workshop (Gottfried Hilz-Ward, Alvin Lopez)

Aim of the Prespa trilateral Tourism Development Planning stakeholder Consultation Workshop. Introduction of the Tourism Strategy Project.

Alvin Lopez, International Trans-boundary Advisor of the UNDP/GEF funded project "Integrated ecosystem management of the Prespa Lakes basin of Albania, Greece and FYR Macedonia" chaired the workshop and gave a brief introduction on the purpose of the workshop and the commencement of Tourism Strategy Project as part of the anticipated project activities.

He highlighted that the development and endorsement of a Trilateral tourism strategy and action plan has been identified as one of the priorities of the three States and this has been outlined within the UNDP-GEF project. This is in support of the Trilateral Prespa Park initiative to strengthen trans-boundary cooperation with the Prespa Lakes Basin. Even the Strategic Action Plan (SAP) considers tourism as one of the thematic areas. To a lesser extent, some of these tourism related priorities mentioned in the SAP has been implemented by the respective States in partnership with various donor agencies. Although the SAP emphasizes the added value of trans-boundary tourism planning, there is currently no trilaterally endorsed tourism strategy or action plan in place.

Currently, a range of tourism initiatives at differing scales/magnitudes are implemented by various actors in the Prespa Region. There is however little evidence of coordination between these players. Most interventions are primarily driven by national development strategies/priorities/policies or opportunities as they arise.

This trilateral stakeholder workshop marks the kick-off point for the preparation of the Prespa Park Trilateral Tourism Strategy. The Terms of Reference that will be elaborated in this first phase until December shall govern the preparation of the Tourism Strategy in the year 2009. After approval of the Terms of Reference by the Prespa Park Coordination Committee and UNDP, the Strategy project will be put out on international tender.

The purpose of this stakeholder workshop is to discuss the current "state-of-play" with regard to tourism priorities and planning in the Prespa region, and to identify tourism opportunities and issues in relation to sustainable tourism development in the Prespa Lakes basin.

It is anticipated that the outcomes of this workshop will prepare the ground for the process of development of a Trilateral tourism strategy commencing in 2009.

The International Consultant who has been assigned to conduct the initial assessment and draft the Terms of Reference for the Strategy development process. The Consultant's main tasks are to review tourism policies and initiatives, to identify target groups for involvement in the Tourism Strategy and to prepare the detailed terms of reference for it. In order to ensure a high quality level, all relevant information need to be made available, documentation as well as personal comments and opinions.

This workshop represents therefore an excellent opportunity to shape tourism development in favour of our local, regional and multilateral interests. For the whole project it is important that the whole range of tourism-related aspects can be addressed via the participation of various stakeholders, from local and regional administrative bodies to NGO's, environmental agencies and tourism operators.

Situation analysis of tourism in Prespa Lake countries (resources, tourism industry, tourism movement, etc.) SWOT

The next topic on the agenda was a breakout into three different working groups, each consisted of participants from same Prespa countries. The three working groups conducted a SWOT analysis to assess the key tourism related tasks: 1. Main attractions, 2. Types of tourism, 3. Main places and accommodation, 4. Visitor profiles/structure (origin, demographic, etc) 5. Number of visitors, overnights, length of stay, 6. Three main SWOTs (summaries three strengths and weaknesses).

After the presentation of the results the three working groups produced, the consultant-facilitator of the workshop asked participants: do they feel they know sufficiently the tourism attractions for own region? Do they need additional information on this issue?

Greek representatives replied that there is sufficient data but the problem is lack of monitoring system that will collect data on visitor numbers including one that coming and one that leaving the country. Monitoring system is NGO and low-level based and there is obvious requirement for building its capacity.

Mr. Naume Marinovski mentioned that in regard of the type and kind of tourism activities there should be a scientific approach established in order to provide reliable information.

Ms. Daniela Apostolovska replied that there is no good networking between institutions of three Lake countries.

The next discussion of this session passed away in tourism issues related to the following:

- -traffic
- -pollution of air and water
- -Fauna and flora
- -Specific areas, No tourism zones
- -Ohrid experience

The discussion was initiated with simple questions whether development of tourism in the region would result and impact on the abovementioned issues.

Greek representatives mentioned some experience they had from tourist visitors, resulting with: disturbance of the wetlands, problems with photographers which are many and disturbing the birds and other biodiversity wetlands host.

Mr. Gottfried impose question regarding the tourism consequences, namely two kinds of concerns-what is the main impact of tourists and of the environment towards the tourists.

Greece elaborated that the problem with tourists is large amount of waste that they can generate which affects the environment. There is possibility for mountain tourism development but if the last is developed there is possible danger of fires since the previous experience shows the fires are produced by people/tourist. This could be a sort of risk. Regarding the traffic issue, they thought there will be no mass traffic development which would present considerable environmental impact.

Regarding the water and air pollution caused by tourism development, the chances for pollution of this media are highly minimal and reduced. Regarding the protected areas, in Greece there are zones which prescribe the allowed and forbidden activities.

Til Dieterich mentioned that in the former Yugoslav Republic of Macedonia problem is relation of tourism development with Urban and Spatial Planning. There is clear evidence that this relation is not yet well organized. For instance he mentioned that within the Galicica there is big area which is ransomed by AQUAPURA project and still there are uncertainties about the environmental impact of the planned activities

Greek representatives mentioned the possibility and necessity of having one urban-spatial plann whereby would be defined allowed and forbidden activites.

Mr. Andreja highlighted that provokes the fact that from more than 10 years backward there are more than 10 developed strategies but unfortunately all of them have been preapred based upon fictitious data without asking and including main associated target groups or local communities affected with curent activity. One can not impose project without seing whiether there is requirements or not for such activity. Despite the donors interest which implies some sort of activities, it is a matter of question wheter this gona be happened or no, or moreover whether this gona be

effective or ineffective. His own perception is that the Municipalities haven't developed a conception of what they want to see and achieve for a period of 5 or 10 years. One should understand how the local population can exist if projects of different kinds are to be implemented and the local people are not given alternatives for existence. This should be considered before commencement of any kind of project activity.

After this discussion Mr. Gothfried came with his personal opinion that there is obviously a very little level of tourism in Prespa. This productive sector is almost negligible for the region. Concerns for environmental impact from tourism activities are not considerable since he found that there are no huge tourism activities. Therefore, the UNDP intention is to stimulate already existing tourism capacities which are in the context of biodiversity protection and conservation and whatever tourism planning and development should be in line with that.

The working group results are outlined below

Situation analysis in Albania

1. Five top attractions
 - Landscape
 - Prespa Lake
 - Island of Mali Grad (Saint Mary)
 - Pre-historical sites
 - Byzantine churches in caves

2. Types of tourism
 - Nature and sport lovers
 - Cultural tourism
 - Organized visitors (schools, etc.)
 - Seminars and workshops

3. Main places for accommodation
 - 4 hotels with 20 rooms, one hotel under construction
 - 40 Guest houses
 - 10 Restaurants

4. Visitor profiles/structure (origin, demographic, etc.)
 - 16,000 visitors per year

5. Number of visitors, overnight, length of stay
 - 75 % daily visitors
 - 25 % overnights

Situation analysis in Greece

1. Five top attractions
 - Churches (Heritages, Cultural heritage)
 - Lakes
 - Birds
 - Skiing centers
 - Traditional villages
 - Local products

2. Types of tourism
 - Ecotourism (bird watching)
 - Cultural tourism (religious monuments)
 - Sport tourism (Skiing, biking, hiking)

3. Main places for accommodation
 - Agios Germanos
 - Psarades
 - Pisoderi (Ski center)
 - Laimos
 - Agios Achilos
 - Traditional guest houses, small traditional hotels, rooms to rent

4. Visitor profiles/structure (origin, demographic, etc.)
 - Greeks from Western Macedonia up to Thesalloniki (daily visits mainly)
 - Greeks from all over the Greece (mainly for one, two or three overnights)
 - Families and small groups (25 to 50 years old structure)
 - Diaspora people (mainly from Canada, Australia, Germany)
 - Foreigners (mainly from Western Europe and Israel)
 - Couples

Situation analysis in former Yugoslav Republic of Macedonia

1. Five top attractions
 - Prespa Lake
 - Protected areas
 - Cultural heritage
 - Rural areas
 - Integrated natural, cultural spiritual harmony of the area

2. Types of tourism
 - Lake tourism
 - Ecotourism
 - Monastery tourism
 - Mountain tourism
 - Rural tourism

3. Main places for accommodation
 - Otesevo
 - Stenje
 - Pretor
 - Krani
 - Brajcino

4. Visitor profiles/structure (origin, demographic, etc.)
 - Foreign (Diaspora and Europe immigrants),
 - Domestic (mostly from Bitola, Skopje, Prilep)
 - Excursions and family trips
 - Above 35 years old guests, one-day weekend visits

5. Number of visitors, overnight, length of stay
 - 70.000 overnights per year
 - Average three-day duration visits

- 20.000 guests

SWOT analysis for Albania

Strengthens

- Resources
- International organizations
- Positive motivation

Weaknesses

- Political situation
- Infrastructure

SWOT analysis for Greece

Strengthens

- Biodiversity
- Traditional character of the villages and cultural heritage
- Warm welcome of the local people

Weaknesses

- Lack of tourism introduction (except accommodation)
- Lack of activities
- Lack of variety of tourism offer

SWOT analysis for former Yugoslav Republic of Macedonia

- Famous destination
- Clean and health environment
- Plenty and variety of natural resources (natural and cultural)

Weaknesses

- Lack of quality accommodation facilities

Tourism policies; past, present and planned tourism programs and initiatives in each country and trans-boundary lessons learnt.

This session of the workshop was again organized upon working groups. The same formed working groups consisted of participants belonging to each Prespa country respectively, were assigned to make assessment on the following topics: Tourism policies, past present and planned tourism programs and initiatives in each country and trans-boundary lessons learnt. The results of each working group are presented below.

Tourism policies in Greece

- National Land Use Management Plan (Prespa is categorized under B2 category for development of alternative forms of tourism. This document also defines tourism and non-tourism zones)

- Law on the protection of traditional architecture which is under implementation and enforcement of the Ministry of Culture
- National Strategic Development Plan

Tourism policies in Albania

- National level policies
 - National strategy on development and integration
 - New Law on Tourism (commenced and is in force from 2007)
 - National Strategy on Tourism Development
- Regional Level policies
 - Korça regional strategy on economic and social development (2005)
 - Program on tourism destination management for Korca region (2008, prepared with support of SNV and UNWTO)
- Local level policies
 - Draft tourism action plan for Prespa area
 - Environmental Local Action Plan (2007)
 - Draft Local Development Plan for Liqenas commune
 - Zaroshka beach improvement
 - Hospitality training
 - Maharushi University

Tourism policies in FYR of Macedonia

- National Level policies
 - Law on tourism
 - Law on Hospitality
 - Spatial Plan for Ohrid-Prespa region
 - National Strategy for Tourism Development (still in draft version)
- Responsible Authorities (bodies, players)
 - Ministry of Economy (Sector for tourism, upon development and implementation of annual plans)
 - Ministry of Finance (Inspectorate)
 - Local authorities
 - Local Economic Development Strategy
 - Incomes and promotions
 - Registration of subjects
 - Categorization

Planned initiatives in Greece

- Within the Interreg III program: valorization of monuments
- Marketing and Master Plan for Western Macedonia
- Eco Map for Prespa
- 2for National Parks
- Collaboration of three regions
- Archeological Museum of Prespa

Planned initiatives in Albania

- TAP finalization process

- Program on Tourism Destination Management for Korca region

Planned initiatives in former Yugoslav Republic of Macedonia

- Activities planned in the action plan for the period of 2006 until 2012
- Completion of the database on accommodations (private and state)
- Distribution of promotional materials
- Continuation of training and capacity building activities

Tourism projects and Investments in Greece

- Leader II, III, plans
- Development programs for rural areas
- Local Source Programs (Electricity company)
- Cross-border interreg: Municipality and Prefectures
- NGO activities: Eco-tourism guide funded by LIFE programme
- NGO activity: project realized with financial support from INTERREG III programme
- 2 information centers and one tourism office

Tourism projects and Investments in Albania

- GTZ project on guest houses
- Declaration of Prespa National Park
- "International Prespa Park" 2000
- Support of Agro-tourist initiatives funded by SIDA and AMPEP
- Solid Waste Management project funded by SIDA

Tourism projects and Investments in former Yugoslav Republic of Macedonia

- Prespa Local Quality Standards
- Development of a management plan for the National Park Galicica
- Development of tourism strategy for National Park Galicica
- Management plan for Pelister National Park
- Multiple small-scale projects implemented by various NGOs funded by donors (GTZ, REC, World Bank)
- Seminars, workshops, training

Conclusion and recommendations from Strategic Action Plan (SAP)

This agenda topic was covered mainly by the ITA of the UNDP/GEF Prespa Park project who elaborated that even the Strategic Action Plan for Prespa region as one of the most important and comprehensive document for Prespa region's development and conservation highlights development of eco-tourism and promotion of joint trans-boundary activities as solid base for commencement of Tourism Strategy Project. He mentioned that proposed measures and activities within the operational target VII of the SAP (Development of the production system: Promotion of sustainable tourism) points that development of tourism must be directed in form of eco-tourism. Also stipulates that preparation of tourism development plans should take full advantage of the valuable features of the entirely Prespa which should be treated as unitary tourism resource. As common tourism development activities tackling the three riparian countries, SAP proposes development of feasibility study on development sustainable tourist activities and a pilot projects, integrated protected area visitor infrastructure and networking of local tourist agencies and businesses. Therefore, since from the time when the SAP was developed a range of tourism initiatives were and still some of them are under implementation by various actors in the Prespa Lake countries, the purpose of this workshop as Tourism Project kick-off is to obtain directions and recommendations from the key stakeholders in the region on what are the main further actions that should be undertaken, requirements for strategy for tourism development and other important tourism related issues.

Tourism opportunities, type of tourism to be endorsed

Discussion on this agenda subject was started by Albanian representative who pointed that priority of Albanian Government is to reconstruct all capacities and therefore the wish and aim is for promoting tourism development. On this statement the deputy mayor of Pustec gave contra argument that the Albania Government is very little helping the area of Pustec and the whole region in the overall development. He thinks that Albanian Government should consider more strong development support in this remote area. He salutes the idea for free traveling around the Prespa lake without visas and any kind of permissions. That is very important for tourism development in such shared area as is trans-boundary Prespa.

Mr. Ljupco Krstevski, representative and president of the NGO “Fisherman village” highlighted that as a well experienced and tourism associated person he is deeply convinced that there is no dilemma that Macedonian tourism fell will have contrary opinion on tourism development in the Prespa region. There is more than general consensus that tourism is necessity for region’s development. Even more, there is big interest among people from other cities within the country to invest in tourism development especially once the second border with Greece located in village of Dolno Dupeni will be opened for official use. Regarding the tourism development between Albania and the former Yugoslav Republic of Macedonia he pointed the lack of tourism bureau and basic infrastructure, but nevertheless there is positive collaborative atmosphere between key players in the region.

Mr. Andreja Sekulovski from the “Society for development of alternative tourism in Ljubojno” mentioned that although the NGO sector in the region is the main fosterer for tourism development in the region, still their status is on voluntary basis. The practice shows that all implemented projects so far in the region haven’t included NGOs as main implementing entities. Therefore, it shouldn’t be strange when we ask each other why the benefit and the ownership of the later is felt only in small part of the local communities. Another issue is weak communication among NGOs. He strongly stressed the importance of continuation of this kind of meetings and with that to overcome the high level important problems as are political problems. NGO representatives are very little motivated to participate in whatever kind of project activities.

Tourism Chamber representative stressed that it is enough only small help of the governments of the three Lakes countries for any kind of cooperation and development is the private companies alone make the main initiative. Since he is representing the Society of hoteliers of Florina there is opportunity for development of joint cooperation action plan with the rest of the associations from Albania and FYR Macedonia. He was convinced that there is a promising future for tourism development for the region. Presence of willingness is more than enough.

Til Dietrich mentioned that there are enough capacities and requirements for starting joint tourism cooperation on relation Ohrid towards Albania and vice versa.

Naume Marinoski again confirmed the administrative and political nature of the joint tourism cooperation in the region.

Dragi Popo Stojanov, president of the Tourist Chamber in the former Yugoslav Republic of Macedonia on the question what is the mood for development for trilateral tourism strategy, he was strongly convinced that although our government has already prepared strategy for tourism development, the Prespa region is on of the most abandoned region in whole country even it deserves more since it is world wide recognized according to the biodiversity uniqueness. One additional strategy would be very good and useful for this region. This kind of strategy present necessary instrument which should be able to make additional effort and pressure to governments to put more attention on region’s development.

Greek representatives mentioned the importance also that there is no consistency between local producers and tourism services stakeholders. They are not collaborating too much. Small producers havent yet standardized their own products therefore being able to sell on the markets. One can not find such of product since they are not standardized and registered according to criteria for standardization and registration.

Ms Katerina Stojkovska elaborated that one should be careful when speaks for environmental risks since one unplanned step forward can impose 10 steps backward. For instance, she mentioned the traffic in Prespa which is appropriate for alternative tourism development. In Ohrid there is evidence problem during the summer period when whole traffic jam appears from thousands of tourist cars that come for visiting. If once speak for sustainable alternative tourism in Prespa current infrastructure is more than sufficient with minor improvements. If one speak for water and air pollution there is no considerable industry development in the region which should be potential polluter of the whole media. Moreover, the water in Prespa is contaminated from agriculture activities rather that some industry which is neglect for the region since the main occupation of the local population is apple production. However very soon, maybe for not more than 10 years period, people would be faced with provisions of Good Agriculture Practices GAP and they would have to seek for other occupation which will satisfied their existing conditions and be main income source. Considering the number of protected areas in the Prespa region, the countries itself would have to give some sort of subsidies. Local people would be not able to deal with this issue. National level intervention would be the only promising solution. However, the Ohrid experience from her point of view is catastrophic and we should not allow replicating it in Prespa.

Also as a main issue that should be considered for tourism development, Mr.Vasil Anastasovski mentioned the problem with inappropriate management of Prespa Lake's shoreline. Without restoration and well established shoreline management, whatever kind of tourism development is imposible.

Objectives and key elements of the Prespa Lake Tourism Strategy

Within this session of the agenda Mr. Gottfried, International Tourism Consultant presented his vision for the content the foreseen tourism strategy should have according to the main provisions for development of this kind of strategies and according to the feedback information he had chance to hear and collect during this workshop and the reviewed literature. Again he explained that his mission is to develop Terms of Reference (ToRs) for the consulting company which will be contracted afterwards this assignment to prepared tourism strategy. Hence, it is very important the feedback provided to him from this workshop. The ToRs reflect the content of the anticipated tourism strategy. Anyway, the draft of the ToR's which he will prepare will be presented in the next PPCC meeting and will be circulated to key stakeholders for comments. After finalization, input of the comments and having general agreement on the content of the ToR's, the UNDP/GEF project will convey selection and recruitment process for consultancy for strategy development. The main critical issues which should be considered are: what are ht expectations of the Prespa Park tourism strategy, what is the national interest for this document, which will be the destination concept-would it be single, multiple or cross-border, would it be strategic guideline or practical advice.

The current situation from his point of view stressing out the complexity of the whole Prespa with various protected areas. As a contribution to this present his extensive trans-boundary experience which is little discouraging when is it mentioned trans-boundary strategy. Nevertheless the question of having such useful document should be motivation for stakeholders to see what can be achieved in a certain period. In this context trilateral tourism development document is necessary since we are in the beginning regarding the trans-boundary Prespa. We don't know in this moment what other counterparts doing, market research is lacking and overall diagnostic analysis in this productive sector, what kind of clients are coming, how many visitors are coming. Therefore, you don't have who will be counting tourists who use the resources. You need to motivate stakeholders. Main recommendations: what kind of products you want to develop, what public, how to attract tourist, training, etc. His experience shows that so many strategies not reaching their objective, why they stay on the shelf, why they are not real.

In Prespa there are a multitude of stakeholders but with not central authority to lead the issue. During the process is important to include stakeholders, but experts want to deliver the study and the target groups are under pressure. Strategies are too ambitious, abstracts. It has to be document realistic, to be of a volume that will interest people to read it.

The biggest and most important problem the strategies are facing with is lack of guideline for their implementation. Very often in the strategies can be seen investments maybe with more than million dollars. There is

no leader and manager who can do something with issue. This is very important remark which should be considered especially for improvement of the already developed and existing regional strategy. As experienced consultant he is convinced that pessimism could be exceeded without putting too big expectations. He mentioned the importance of this workshop since he expect to be guided and up dated with information by attending participants as key stakeholders and promising owners of future tourism strategy.

Stakeholders, Ownership, organizational structure of Strategy

Mr. Hiltz-Ward mentioned that according to his extensive experience tourism very often has been used to overcome some major obstacles and disputes between nations. In this case if UNDP adopt the idea for development of this document that means that they have allocated funds for it and in the same time it can be used to obtain commitment from the governments for additional funding and implementation of further activities. The whole process can be used as tool for government's commitment and ensuring more attention for whole region development.

Wrap up and conclusions

The main impression gained in the wrap up session was that all participants were strongly convinced and showed positive interest for Trilateral tourism development. There are so many initiatives in the past and very encouraging present initiatives and proposals so as the proposed UNDP trilateral tourism strategy projects fits well into those efforts. In is concluding statements, Mr. Alvin Lopez expressed high appreciation for their attendance to the meeting. He reminded participants once again that one key purpose of the workshop was to discuss with tourism related stakeholders on the key issues prior to the commencement of the development of the tourism strategy. The second and also important objective was to establish partnership and networking. He mentioned that there is possibility for online forum through use of the recently developed Prespa Park/ or Project Website. Mr. Gottfried Hiltz-Ward once again confirmed that his findings and the draft of the ToRs will be presented on the next PPCC meeting that should be held in late November.

List of Participants attending the Trilateral Prespa Tourism Stakeholder Consultation Workshop

NO.	NAME AND SURNAME	ORGANIZATION	E-MAIL	TELEPHONE
1	Sonja Fuzevska	NGO Coalition for Prospective prespa	kpprespa@yahoo.com	389 71 225-876
2	Deborah Knight	Society for Sustainable Development of Brajcino	debknight29@yahoo.com	389 71 959-817
3	Ljupco Krstevski	Z.G "Muzicka Mladina"	muzmladina@yahoo.com	389 70 688-850
4.	Clara Cucco	CRIC	clara.cucco@cric.it	389 76 453-156
5.	Nesad Azemovski	Biosfera	biosfera@t-home.mk	389 70 810-606
6.	Violeta Nalevska	Municipality of Bitola	ngo@bitola.gov.mk	389 70 395-641
7.	Dragi Pop Jordanov	Macedonian Chamber of Tourism	product@mt.net.mk	389 70 276 333
8.	Soultana Ioannidou	Prefecture of Florina		
9.	Thilkeridis Kuriakos	Prefecture of Florina		
10.	Tanja Dزامtoska	GFA	dzamta@gmail.com	
11.	Til Dieterich	GFA	til.dieterich@web.de	
12.	Naume Marinovski	Faculty for Tourism	naumemarinovski@yahoo.com	

13.	Jovana Covic	Municipality of Resen	jovana.covic@resen.gov.mk	389 070 222 414
14.	Daniela Apostolovska	Municipality of Resen	daniela@resen.gov.mk	389 70 53 44 50
15.	Ilir Hasa	SNV Albania	ihasa@snvworld.org	355 69 2053581
16.	Tasevski Goran	Municipality of Resen	gorantasevski@yahoo.com	389 70 513 253
17.	Gordana Cvetkoska	UNDP	gordana.cvetkoska@undp.org	389 70 810095
18.	Nardi Hoxha	Proger Commune Albania		355 87 380528
19.	Eglon Koundura	SNV	ekonula@snvworld.org	355 69 2053598
20.	Madolina Kallanxiu	Municipality of Korca	modalina_kallanxli@yahoo.com	355 69 2814986
21.	Kostanca Ktona	UNDP	kostancaktona@yahoo.com	355 693247314
22.	Ardit Konomi	UNDP	arditkonomi@gmail.com	355 682052724
23.	Andrija Sekulovski	ZRAT Ljubojno	grpj@t-home.ki	389 75 202 405
24.	Vasil Anastasovski	Ministry of Environment and Physical Planning	v.anastasovski@yahoo.com	389 75 430 602
25.	Vasil Kolevski	NGO Sonce, Liqenas		355683825751

26.	Niko Gjorgi	Private bussines- Restaurant		355692880603
27.	Vasil Sterjovski	Liqenas Commune, Albania	vasil.sterjovski@yahoo.com	389 70 823 159 355682030026
28.	Edmond Temelko	Comuma Pustec	etemelko@hotmail.com	355682030021
29.	Aleksandar Blazeski	UNDP/GEF	aleksandar.blazeski@undp.org	389 47 455 185
30.	Nikola Zdraveski	UNDP/GEF	nikola.zdraveski@undp.org	389 47 455 185
31.	Aleksandar Ivanovski	UNDP/GEF	aleksandar.ivanovski@undp.org	389 2 3289276
32.	Scheider Gabriele	Cultural Triangle of Prespa	Ctp2007@otenet.gr	306 944 338304
34.	Rompapas Athanasios	Hotelier's Association of Florina	lingos@line.gr	3023850 23391
35.	Francois Doleson	Society for Protection of Prespa	fdoleson@yahoo.fr	
36.	Marie Archer	Cultural Triangle of Prespa	archer.marie@gmail.com	30 69 49800296
37.	Thomai Tsikou	Petrino Guesthouse, Agios Germanos		
38.	Christos Tsikou	Petrino Guesthouse, Agios Germanos		
39.	Katarina Stojkovska	REC FYR Macedonia	katarina@rec.org.mk	389 2 3090 135

40.	Alvin Lopez	UNDP/GEF Prespa Regional project	alvin.lopez@undp.org	+389 47 455 190
41.	Zlatko Karanfilovski	Vito Restaurant, Resen	karanfilovski.zlatko@yahoo.com	389 70 543 229

5. Prespa Park Coordinating Committee visioning survey

Survey responses awaited

6. Review of existing and relevant strategies/plans/studies

6.1 Environmental strategies and studies

3.2.1 *Prespa Lakes Basin Strategic Action Plan*

In his review of progress on the 2002 Strategic Action Plan, Whalley (2009) notes that restricted access to data and poor communication among the three littoral states has led to differing interpretations of the priorities affecting the sustainable management of the Prespa basin; and that these views often reflect national, rather than trans-boundary priorities. The development of ecotourism was however identified as a common objective of both the Strategic Action Plan and the GEF which would enhance opportunities for the sustainable economic and social development of the local societies and the wise use of the natural resources.

3.2.2 *Prespa Lakes Basin Strategic Action Programme*

The Prespa Lakes Basin Strategic Action programme (2010) is an update of the 2002 Strategic Action Plan and summarises key environmental issues in the Prespa Park. It identifies co-ordinated actions that will be implemented in the next 15 years approximately. It notes that Prespa Park will develop a brand identity and that this brand will form part of a marketing programme for the tourism, organic agricultural production and other complementary economic sectors. It also notes however that increased tourism may be a threat to the area's ecosystems through increased numbers and inadequate services. This highlights the need for a responsible and sustainable approach to tourism development in the TSAP, clearly linked to consideration of environmental impact.

Key environmental issues to be addressed are defined as follows:

1. Water quality and eutrophication due to inadequate wastewater treatment from human settlements and inappropriate use of fertilisers on agricultural land; organic pollution due to the inappropriate disposal of excess fruits; and hazardous substance pollution from inappropriate use of agrochemicals and industrial processes.
2. Land management for agriculture and preserving forest cover, and the lack of appropriate spatial planning procedures (particularly relevant to tourism);
3. Fishery management to address depletion of native species.
4. Loss of water level in Macro Prespa leading to changes in the shoreline habitat.
5. Sediment resulting from inappropriate land management (agriculture and forestry), periodic flood events and changes in river regimes.

The draft 2010 Strategic Action Programme has four overall environmental quality objectives (EQOs) to address these issues, as follows:

- EQO 1: To preserve the ecological values of surface and ground water resources;
- EQO 2: Strengthening land-use management and planning;
- EQO 3: The conservation of Prespa Lakes Basin's biodiversity and habitats;
- EQO 4: To improve the livelihoods of the local communities by ensuring sustainable forestry, agriculture and fisheries.

'Cultural heritage and ecotourism' is identified under livelihoods within EQO 4.5. This calls for interventions as follows:

- The implementation of the trilateral tourism development strategy;
- The identification of investment incentives for small scale tourist related activities;
- Capacity building exercises on alternative tourism for all relevant stakeholders in the basin;
- Improving the recording of information related to number and origin of tourists to region to assist with future planning and to assess environmental impacts;
- Conservation of priority cultural sites;
- Improvements to road and municipal infrastructure to support local tourism development; and
- Private initiatives to improve tourist accommodation.

Tourism is seen as a supplementary livelihood option in the Strategic Action Programme, which envisages an economy primarily related to agriculture, forestry and fishing.

The Strategic Action Programme calls for the development of forms of tourism and products that contribute to the protection of the Prespa Lakes ecosystem. Circuit tours and complementary product development is sought promoting common historical and cultural heritage. Trans-boundary information and marketing, skills development, exchange of information and public participation are envisaged upon 'the creation of a regional tourism destination'.

Expected results:

- Programmes on the conservation of the cultural heritage in the Prespa Park area developed.
- Forms of tourism and their products that contribute to the protection of the Prespa Lakes ecosystem are fostered.
- Circuit tours and complementary product development promoting common historical and cultural heritage are designed and marketed.
- Trans-boundary tourism information and marketing, skill development, exchange of expertise .
- Public participation upon the creation of a regional tourism destination is ensured.

Actions on trans-boundary level:

- Policies, education and scientific research.
- Implementation of the trilateral tourism development strategy.
- Incentives for investments in the small scale tourism and especially alternative types of tourism.
- Capacity building on the alternative tourism for all the relevant stakeholders in the trans-boundary area.

Investments:

- Implement programmes on the conservation of selected priority cultural sites.
- Road and municipal infrastructure in support of the local tourism development.
- Private initiatives towards improving the tourist offer: accommodation capacities and complementary tourist products.

(2010, annex 2: 22)

3.2.3 *Trans-boundary Diagnostic Analysis*

The *Trans-boundary Diagnostic Analysis Inception Report* (Regional Environment Centre, 2008) outlines the process of data gathering and available resource material on the environment and economy in the three littoral states. It contains very limited information on tourism. It notes that

The Prespa region has several significant cultural and natural features, archaeological sites and monuments, small traditional villages and sites of special ecological interest. However, the tourist attractions of Prespa remain relatively under-exploited, unknown and in a bad condition. Hence, promotion of conventional or alternative tourism seems to be essential for the economic development of the region and the preservation of its historical, cultural and ecological identity. In the former Yugoslav Republic of Macedonia, there is an expected increase in tourism over the next 20 years, which, however, is also mostly seasonal¹⁸. In Albania, the tourism sector is almost non-existent¹⁹, due to unfavourable economic conditions and lack of necessary infrastructure. Local development plans in Albania show an increased interest in the development of rural tourism (2008:15).

It identifies key stakeholders as follows:

- The principle stakeholders in three littoral countries are their respective ministries which are in charge of the environment. In Albania this is the Ministry of Environment, Forests and Water Administration; in the former Yugoslav Republic of Macedonia, the Ministry of Environment and Physical Planning; and in Greece, the Ministry of Environment, Spatial Planning and Public Works and its regional offices.
- The regional authorities in Albania, the Regional Council of Korçë. Municipalities in the trans-boundary area are the communes of Liqenas, Proger and Qender Bilisht (in Albania); the Municipality of Resen (former Yugoslav Republic of Macedonia); and the Municipality of Prespa (Greece).
- Other related stakeholders which are NGOs, representatives of the private sector, church bodies, and local associations.

For a tourism strategy however engagement is also needed with the Ministries of Tourism and Culture in Albania and Greece, and their national tourism organisations, as well as the travel trade. In the former Yugoslav Republic of Macedonia the Agency for Promotion and Support of the Tourism, based in Struga, is the organisation which heads up

¹⁸ The national tourism strategy in fact seeks to address seasonality, but this will be challenging.

¹⁹ Presumably 'the Prespa Region of Albania' is being referred to here: Regional tourism from within the Balkans to the Albanian coast is considerable and Albanian tourism is growing rapidly (see table 9).

the tourism industry; and the Tourism and Catering Department within the Ministry of Economy also has the policy role.

3.2.4 Rapid assessment of priority species and habitats in the Prespa Lakes basin

This assessment (DEKONS-EMA, 2009) confirms that Prespa Park is endowed with an exceptional biodiversity. The region has been recognized as a European and Global Hotspot of Biodiversity, not only because of the sheer number of species and habitats present, but also due to their quality, rarity and conservation significance. The report points out that there is a conspicuously high level of endemic species: 54 animal species are unique to the Prespa watershed, 47 invertebrates and 7 vertebrates. 50 bird and 12 mammal species, 14 invertebrates, 8 fish, 3 amphibians and 11 reptiles are considered to be important according to international conventions and European Union (EU) directives

There is no figure on the number of plant species in the Prespa lake watershed: The rich plant diversity can be illustrated by very high numbers of endemic and inscribed species from the mountain regions. The Galičica mountain range represents the frontier between the Mediterranean and Continental floral environments.

The rapid assessment document prioritises species that are threatened, although economic values are also taken into consideration. For tourism purposes a different criterion needs to be applied, as threatened species often should not be exposed to the disturbance of tourists, even nature-loving ones. For example, Mountain Tea (*Sideritis raeseri*) has long been known locally. There is tourist interest in tasting it and it is for sale to tourists at some visitor attractions in the area. However, as it is threatened by over-harvesting, over-grazing, habitat loss and climate change, conservation rather than exploitation may be the more responsible policy approach until the species can recover and be managed effectively. The priority for nature tourism purposes needs to be on those species that are accessible, excite market interest and are not threatened (although they will probably be rare).

6.2 National tourism strategies and studies

3.3.1 The current TSAP

The current TSAP was submitted by LaPaz Group in April 2010. The document is structured in four sections as follows:

- *Introduction;*
- *Background on Sustainable Tourism in Protected Areas;*
- *a proposed Sustainable Tourism Strategy ; and*
- *an Action Plan.*

The document runs to 100 pages but references are made to it as 'the first draft of the strategy': A more detailed version was to follow. The document's main weakness is that it fails to outline a clear and logical forward plan for tourism development and investment, and the means of managing tourism in the future: In effect it is not a forward strategy²⁰. It appears to have been written as a progress report rather than a strategy *per se* and does not meet the requirements of UNDP's terms of reference. None the less the document does illustrate that extensive local consultation has taken place, and the results of these consultations are outlined at annex 4.

3.3.2 Albania

Albania's *Tourism Development Strategy 2002–2012* was drafted with the assistance of *Deutsche Gesellschaft fuer Technische Zusammenarbeit* (GTZ), the German technical cooperation organisation. It was adopted by the Council of Ministers of Albania in 2003. It defines the following main types of tourism for Albania as the following:

- sun and beach tourism
- special interest tourism

²⁰ A more detailed review of the draft TSAP was outlined in Progress Report 1 (September 2011)

- urban tourism / business and conference tourism

Cultural and nature-based tourism were considered under special interest tourism. The Prespa region of Albania was not given detailed consideration. The strategy proposed that Albania be positioned on the international tourism market as a coming tourism destination value for money packages, i.e. “all inclusive” (mass tourism). Sun and sand tourism were seen as attracting the main international tourist flows with developments on the Adriatic coast of big accommodation establishments suitable for inclusive packages.

This 2002 strategy was superseded by a more eco-friendly approach in 2005 with the publication of the *Strategy and Action Plan for the Development of the Albanian Tourism Sector Based on Cultural and Environmental Tourism* (Pratt, 2005). This was developed with the assistance of UNDP Albania and approved by the Council of Ministers in 2006. This document provides a clearer direction for a national tourism strategy oriented toward nature and culture-based tourism which positions Albania as an attractive destination for tourists seeking a unique experience. It provides an operational and action-oriented strategy for establishing Albania in international tourism markets. Albania’s central theme for tourism development was to be “discovery”. The marketing theme is a presentation of a broad cross-section of Albania’s history, nature, archaeology, living culture, cuisine and hospitality. There is no specific mention of Lake Prespa (or of Lake Ohrid) but the strategy does recommend that Albania should establish an accelerated process for establishing tourism plans in a number of identified priority nature areas with tourism relevance, relevance being based on the attractions themselves and their proximity to tourism centres (2005: 25). A further *Tourism Sector Strategy 2007-2013* (Ministry of Tourism, Culture, Youth and Sport, 2007) was adopted by the Council of Ministers in 2008. This document was prepared with the aim of revising the *Tourism Development Strategy 2002-2012* and harmonising it with the UNDP *Strategy for Cultural and Environmental Tourism* (2005). In 2010 UNDP Albania supported the production of another national tourism planning document, the *Albania Cultural Marketing Strategy* (Tourism Development International, 2010): In this report Prespa is mentioned only in the context of the need to address the country’s significant litter problem, which the strategy points out will significantly undermine the potential for the development of nature tourism in Albania (2010: 26).

Prespa is not listed as a ‘top tourism destination’ by the Albanian National Tourism Agency, although Prespa National Park is listed on the agency’s website < <http://www.albaniantourism.com/>>.

3.3.3 Former Yugoslav Republic of Macedonia

The *Master Plan Study for Tourism in the Republic of Macedonia* was produced in 2003 but was never implemented. In 2008, a new *National Tourism Development Strategy 2009-2013* was drafted for the Ministry of Economy of Macedonia, supported by UNDP and UNWTO. In April 2009, this Strategy was reviewed by UNDP.

The draft *National Tourism Development Strategy 2009-2013* (2009) presents a comprehensive overview of the key problems and opportunities facing the Republic and the potential of Prespa. In particular it says the following:

The Prespa Park region has significant tourism potential and is considered as an ecosystem of global significance. There are a number of tourism projects underway in the region that will improve the natural heritage in the region. Cross-border implementation on an integrated basis is vital to its future (2009: 158).

Challenges are noted including the following:

Outside of Skopje, Ohrid, Struga and Mavrovo there is a shortage of quality accommodation. Only 20 per cent of accommodation, nationally, (14,000 beds) is in hotels but their accommodation categorisation criteria and its implementation is not aligned to international standards and there is only a limited presence of international accommodation brands, which can help stimulate higher operating standards. Monastery accommodation is a potential tourism asset if publicised effectively. Workers’ and children’s accommodation is significant in quantity but mostly in very poor condition with unclear ownership and not suitable for the tourist market while auto camps and camp sites are well below European standards. Up to 50 per cent of accommodation is in the unregistered and unofficial market. The spa tourism offer is of low quality and would need complete renovation or reconstruction to match European spa and wellness product standards.

National Park tourism offer is at a low development level but has good potential as a product and as a revenue source for the parks. Lake Ohrid has reached its carrying capacity in the peak summer months, but has significant room capacity at

other times. Lakes Prespa and Dojran have development potential, but this needs to be strictly controlled to avoid the environmental errors of the past. (2009: 56).

The strategy considers lake tourism in detail and notes the following regarding Lake Prespa in particular:

The continuous reduction of the water level of Prespa Lake over the years has adversely affected the state of the floating vegetation and faunal communities in the littoral zone of the lake. The presence of large quantities of organic silt on the lake bottom accelerates the process of eutrophication, which manifests itself with the appearance of phytoplankton blooms during the summer period. With it the water quality and visibility is deteriorating which have a negative influence on tourism in the area. (2009: 76).

This makes clear that the tourism potential of the Prespa region is negatively affected until this issue is successfully addressed (as the UNDP-GEF project and the Governments seek to do), however regardless of this the area still has great natural beauty.

The national tourism development strategy notes that occupancy at Lake Ohrid and Lake Prespa is high for only a very short summer season, though boosted to a certain extent in the shoulder season by conference business. It notes that for Prespa specifically cross-border implementation on an integrated basis is vital (2009: 76).

In 2011 the Ministry of Economy commissioned a revision of the *National Tourism Development Strategy* under the Business Environment Reform and Institutional Strengthening (BERIS) project of the World Bank (PLANETH, 2011). The purpose of the review was to define a strategic and operational vision for tourism in the country, by defining realistic tourist products which could be actioned. Lake tourism is defined as Priority Cluster 1 (the pilot area for cluster 1 is Lake Dojran in the South East). Cultural tourism, mountain tourism and rural tourism are also prioritised. Prespa has potential to fit in with all these priorities.

Under lake tourism Prespa is ranked against Lakes Dojran and Ohrid as illustrated in table 11.

Table 11: Tourism-related comparison of Lakes Djoran, Ohrid and Prespa

	Djoran	Ohrid	Prespa
General tourist state of development	XXX	XXX	X
Image and renown at international level	-	X	X
Image and fame at regional level	XXX	XXX	XX
Tourist resources and potential	XXX	XXX	XXX
Engagement of local actors	XXX	XX	X
Accessibility	XXX	XX	X

Source: PLANETH (2011: 80)

While the rankings can be questioned (particularly regarding access to Ohrid following the privatisation of its airport), the study highlights weaknesses regarding (Macro) Prespa, but also potential.

In terms of marketing, Lake Prespa is highlighted on the national tourism portal <<http://www.macedoniatourism.gov.mk/>> and on other sites such as <<<http://www.exploringmacedonia.com/>>>.

3.3.3 Greece

Tourism is a very important sector in the Greek economy supporting tens of thousands of jobs. Domestic tourism has been badly hit by recession; however the Government sees tourism as vital to the country's recovery from its current economic problems. Privatisation is high on the Government agenda, but confusion as to precise state ownership of lands has slowed the process. City breaks, coastal and island tourism predominate in terms of tourism product. Greece's ten year strategy for tourism aims to upgrade, diversify and enrich its tourism product (OECD, 2010). The new tourism strategy is aimed at the promotion of all parts of Greece and the long-sought extension of the annual tourism season to year round. Countryside tourism and touring are key themes in the promotion of the diversified Greek product.

The official website of the Greek Tourism Organisation <www.visitgreece.gr> highlights Prespa under its WebPages for forests, lakes and bird-watching. It is also listed in the current Greece band marketing brochure on *Touring* under the heading of 'Greece's Macedonia Region' (Ministry of Culture and Tourism, Greek National Tourism Organisation, 2010: 5).

Western Macedonia is a geographically isolated region, a fact that has had a negative impact on the area's tourist development in contrast to the "sun-sea" pattern that has dominated Greek tourism development. Nevertheless, current Greek tourism development strategies recognise recent global trends underline a need to seek something different, something authentic and something green²¹. It is exactly that difference and authenticity that characterizes the region of Western Macedonia: The overall region has two National Parks, eleven NATURA areas of immense natural beauty, three ski centers, eight lakes (seven natural and one artificial), gorges, rivers, interesting geological formations, two world trekking paths, remarkable traditional settlements, a great number of archaeological sites and a plethora of Byzantine monuments of international interest. Western Macedonia is seen as an the ideal destination for mountain tourism, both for sport and adventure, such as winter ski, mountain climbing, kayaking, motor cross and mountain bike competitions.

6.3 Regional tourism-related strategies and marketing initiatives

3.3.1 GTZ Regional Tourism Cooperation Programme

The German technical cooperation organisation GTZ has a long history of supporting the region. The first phase of support for Ohrid-Prespa ended in September 2003 and included financing of micro-projects of the region, development and promotion of eco- and agro-tourism. A website <www.magiclakes.com> was launched (no longer operative) which contained useful information and news, and a brochure on Prespa and Ohrid in five languages. In the second phase a tourism brand and strategy for the Ohrid-Prespa Region was developed. GTZ continued supporting ecotourism, including promotion activities, and 'support for the development of a regional tourist agency'. The marketing covered the municipalities of Ohrid, Strgva, Resen, Debarca and Vevcani and had the slogan 'Ohrid-Prespa Region: Feel Nature and Culture'. The booklet *Ohrid-Prespa Region* (GTZ Regional Economic Development Programme, 2008) is a very useful publication featuring 90 attractions and events, twelve of which are in the Resen region. Clearly the issue of the sustainability of technical support arises It is not clear who is taking this forward and ensuring the publication stays updated and in print.

Another GTZ Albania-based initiative is 'Heritage Trails in the Region of Ochrid and Prespa Lakes' was delivered through the Heritage Trails Association, Pogradec. This is a useful publication describing 40 attractions with photographs.

3.3.2 Center for Development of Pelagonija Region

The Center for Development of the Pelagonija Planning Region (CRPPR) is currently getting involved in tourism marketing, in addition to seeking inward investment. Brochures on the Bitola-Reisen region are being prepared, including a church and monastery trail, and marketing material covering 'the Pelagonia region'. A website <<http://www.visitpelagonia.mk/>> has been launched. The planning region does not include Ohrid (whereas the 2010 National Spatial Strategy indicates an Ohrid-Prespa region, which makes more sense in tourism terms).

CRPPR's *Program for the Development of the Pelagonija Region 200-2015* includes detailed proposals for tourism under priority 4.6. Tourism investment projects in the Prespa region which CRPPR is currently listing are as follows:

- A 'Finnish village' at Dolno Dupeni²²;
- Tourist and restaurant facilities in Pretor, Stenje, Kosjsko 'and other locations'.

3.3.3 Spatial Plan of the Ohrid-Prespa Region

This is an important Ministry of the Environment and Physical Planning document for the former Yugoslavian Republic of Macedonia, but the CRPPR approach above illustrates a lack of 'joined-up government' as it puts Resen Municipality in another region. The spatial plan's tourism objectives are as follows:

- The valorization of the tourism offer from the point of view of including all available and potentially available resources;
- Intensifying the marketing activities for the affirmation of the Ohrid-Prespa region as a tourist destination of international character;
- Broadening the tourist offer and making it more accessible throughout various networks;
- Establishment and envisaging of tourism expenditure as an indicator of tourism development;
- Including the natural and cultural heritage in the tourism offer; and

²¹ <<http://www.alternativegreece.gr>>

²² A new-build log cabin development: It is not clear what market research supports this development concept.

- Differentiation of the priorities for tourism development.

The plan highlights the importance on environmental impact as a primary consideration in tourism planning and refers to the need to examine 'tourism carrying capacity' (see chapter 3). Like the CRPPR document above, the spatial plan is short on specific detail for future tourism development and its locations. It suggests the following:

The complex tourist offer of the region, offers possibilities to develop a variety of tourism types: lake, mountain, urban, health, eco-tourism, hunting, fishing, rural tourism, transit tourism and many others... Particularly significant for the region are the opportunities for mountain climbing, hiking, educational and recreational activities, bird watching, animal watching, sunbathing, ski, alpinism, cave tours, herbal activities, rural activities, alpine-ski running, hunting, participation in traditional food production, recreational and rehabilitation activities, sports fishing, flying with helicopters, parachuting and para-gliding. (2010: 43).

The plan suggests that there will be 500,000 tourists visiting the region by 2020 generating 3.2 million bednights and staying an average of 6.6 days²³. An additional accommodation capacity of 20,000 beds is projected, based on an annual increase of 3.5 percent.

3.3.4 Prespa/Ohrid Euroregion

The Prespa/Ohrid Euroregion has not yet been formally established, owing largely to unresolved bilateral issues between Greece and former Yugoslav Republic of Macedonia at the national level. The Prespa/Ohrid Euroregion Council and its constituent associations on the three sides of the borders have however met on a number of occasions starting in June 2005. The council made up of local and regional authorities and NGOs has been involved in the elaboration of draft Euroregion development priorities. Secretariat services were provided by the EastWest Institute. These priorities include higher education, NGO networking and tourism.

EastWest Institute Cross Border Collaboration Small Grants programme also funded the development of cross-border tourism packages in 2006. However these were not taken up by tour operators.

3.3.5 EU Prespa Local Quality Standards Project

The EU INTERREG/CARDS Programme for the Adriatic Region introduced a "Prespa Quality Tourism" brand and commenced the development a database and mapping system for Resen region. Some attractive literature on ecotourism product was produced for Resen Municipality including a good map for tourists and an accommodation booklet with high quality photos. The project sought to introduce quality standards similar to those applying in Greek Prespa, but failed in this regard. Similar to the GTZ project, effective capacity enhancement and project continuation following hand-over appears to be a concern. Little use has subsequently been made of the material developed.

3.3.6 Transnatura

Transnatura <www.transnatura.gr> is an initiative of the Cultural Triangle of Prespa which brought together the ecotourism societies of Grammos and Prespa with the ecotourism society of Vitsi. It covers the eight lakes of lakes Vegoritida, Zazari, Petron, Himaditida in the region of Amideo, the two Prespa lakes, the Arenas and Gistova (the highest lake in Greece (2350 m). The area covered includes the protected areas of the National Park of Prespas, the cross-boarder Park of Prespas and the regions Natura 2000-Grammos and Prespas.

3.3.7 SNV-Korçë Destination Management Organisation action plan

SNV Netherlands Development Organisation assisted in the development of four action plans for the Korçë region of Albania, including the Albanian Prespa area. A destination management organization (DMO) has been set up covering the wider district which is actively targeting trans-boundary tourism, working with Ohrid and Thesalloniki airports. The National Pak of Prespa is highlighted in the DMO website <www.visit-korce.com>.

6.3.8 Prespa Lakes Investment Region

This was a Eurochambers PARNERS II project with Italian aid. It aimed to do the following:

²³ These targets are optimistic: Greece achieves an average length of stay of 5.32 days from international visitors. The current average length of stay for the former Yugoslav Republic of Macedonia is 2 days.

1. To arise a common awareness among institutions and enterprises of the Prespa Lake Region as an integrated investment destination (with particular care to tourism and agro food);
2. To transfer know - how to potential and actual operators in rural tourism and agrofood (fruit) development;
3. To promote "on line" and "off line" the Area in view of enhancing its investment capacity.

The initiative linked Chambers of Commerce in the Former Yugoslav Republic of Macedonia, the Union of Chambers of Commerce in Albania, and the Commerce and Industry Chamber of Trieste in Italy, and suggested the development of a Prespa region brand to be used by a trans-boundary cluster of apple growers tourist accommodation facilities. It was based on Italian experiences in organization of individual apple growers, manufacturing interests and exporters. It was expected that in the area of tourism, transfer of know-how would be established in the development of rural tourism, online promotion of the region through establishment on an on-line portal and promotion of the region as one brand. Further more, tour operators in Albania and the former Yugoslav Republic of Macedonia would work together on the classification of accommodation. The budget of this initiative was around US\$ 17,000.

3.3.9 UNDP Socio-economic studies, Albania

Eco-tourism and family tourism concept are recommended as an appropriate entry point for a sustainable economic development in the context of Prespa National Park in Albania. A series of recommendations were made as follows (Chazee, 2009):

- Signboards along the road from Korça to Macro and Micro Prespa, including village name and main points of interest.
- Display information leaflets in Korça hotels, guesthouses and local tourism agencies.
- Survey and identification, in Macro-Prespa, of zoning for appropriate family tourism concept.
- Proposal of architecture design of tourism oriented family houses or bungalow in line with traditional house style.
- Capacity building and training in visitor centres.
- Upgrade visitor centres to communal centres for information and local initiatives.

The study points out that tourism potential is undermined by its solid waste problem. The total overnight stay in Albanian Macro-Prespa was estimated at 500 nights per year.

A second study (Spitaler,2008) confirmed that 'neither the villages around the lake, nor Racicka is prepared for overnight stays' and recommended tourism support focus on enhancing basic competence and improving mountain ranger services. In another UNDP-GEF study Methou (n/d) also confirms this:

basic public infrastructures and services have to be planed, built or improved, maintained and operated (drinking water supply, waste management, sewage system, access, market place, phone, internet, etc.).

UNDP also undertook a feasibility study for a Nature Capital Resource Centre and Visitor Centre in the Albanian part of the Prespa watershed which is currently under construction. This will do the following:

1. Provide general information on Prespa Ecosystems and population, habitats, culture, flora and fauna based on available research already made;
2. Display, sale and/or production of Detailed Prespa maps with site, hiking, hotel, guesthouse and restaurant information;
3. Updated list and contact of Prespa service providers;
4. Display of leaflets, information products;
5. English course facility in Prespa for local communities including tourist service providers, and Park staff;
6. Display of existing research information from studies;
7. Networking with other Info centers;
8. Display and information of Prespa Management Plans and Local Development Plan;
9. Service/information/capacity building to prepare and access project/small grants;
10. Services and training to ensure minimum quality standard in accommodation and food;
11. Computers facilities for association and students;
12. Organization of exhibitions, in networking with other centers, regional schools, arts and cultural organizations;

3.3.9 *SNV Prespa Area Tourism Action Plan, Albania*

This study's the priority identified objectives are:

- improving tourism infrastructures,
- improve tourism attraction, events and activities,
- improve tourism hospitality, marketing and promotion.

The priority identified actions are:

- national and rural road improvement,
- protection of natural environment from illegal activities,
- keeping livestock away from shore and house areas,
- improve community awareness on the importance of tourism industry and
- development of promotional and marketing material.

6.4 Other relevant strategies and sources

3.4.1 *UNESCO*

The Government of Greece added the Prespa Lakes region to the UNESCO Tentative World Heritage List in 2003. The citation points out that the area is characterized by outstanding natural beauty and has been inhabited without interruption from antiquity to the present day, and that it contains a higher degree of species biodiversity than any corresponding surface area in Europe. It is described as a unique landscape of outstanding natural beauty that includes a wealth of monuments from the Byzantine and post-Byzantine period. The citation suggests that the uniqueness of this monument lies in the interaction between man and nature and in particular in the use of natural caves to construct hermitages by the monastic community which settled here between the 13th and 18th centuries. This citation also refers to the trans-boundary element.

3.4.2 *USAID National Competitiveness Report*

The United States Agency for International Development (USAID) commissioned a competitiveness report for the former Yugoslav Republic of Macedonia from J.E. Austin Associates (2001). This report notes that the well-preserved countryside offers excellent possibilities for rest and recreation and contains possibilities for fishing and hunting, mountain climbing, mountain biking, and other alternative tourism activities. The report notes that significant efforts would be needed in product diversification, awareness, marketing and promotion activities and that new (private) owners of the tourism facilities will have to invest significant resources to upgrade the facilities and services, to meet competitive quality standards.

3.4.3 *Prespa Park trademark*

The WWF "One Europe, More Nature (OEMN)" programme was involved in a pilot project in the trans-boundary park area. The project's overall goal is to reduce the environmental impacts of intensive agriculture, primarily from Greek bean farmers, by attempting to introduce ecologically-friendly agricultural practises connected with the special environmental needs of the area.

The project mechanism was a product labelling scheme to commercially highlight the high environmental quality and origin of the products through the use of a 'Prespa Park Products' label. Prespa 'One Europe, More Nature' was implemented with the Society for the Protection of Prespa (SPP). The long-term goal of the project is the protection of the Prespa Park's natural environment through the establishment of a certification scheme which would contribute to 'friendlier agricultural practices', possible acquisition of higher product value and possible improved access in the domestic and international market.

3.4.4 *Prespa Park Communications Strategy*

Under the Developing Communication, Education, Participation and Awareness (CEPA) programme of the Ramsar Convention of Wetlands, a Prespa Park communication strategy has been developed. This is taken forward by Seizona (2009). It is confirmed that

there is no doubt that emphasis in communications should be placed on informing and sensitising the inhabitants of the broader Prespa region. (Seizona, 2009:17).

The following communications objectives are outlined:

General Objectives

- To raise awareness about the existence of the Prespa Park.
- To raise awareness about specific subjects of importance to the Prespa Lakes basin.
- To obtain the support of public opinion on the necessity for better environmental resource management.
- To inform specific stakeholders about best practices in their sectors.

Specific objectives:

- To raise the visibility of the Prespa Park.
- To create and maintain a close relationship with mass media on behalf of Prespa Park.
- To develop partnerships between the public and private sector which will allow them to further generate a positive awareness about the Prespa Park.
- To encourage an efficient partnership between the stakeholders in all three littoral states.
- To make available all relevant information about best practices to all stakeholders whether in agriculture, services or some other sector.
- To ensure visibility of decisions and actions taken by the institutions involved in the management of the Prespa Park.
- To ensure visibility of results and findings obtained by the Prespa Park.
- To promote the social and economic impact of better environmental resource management.

The slogan developed under the branding guidelines is as follows:

“Three Countries, Two Lakes, One Future - Τρεις Χώρες, Υόο λίμνες, Ένα Μέλλον -
Три Држави, Две Езера, Една Иднина - Tre Vende, Dy Liqene, Nje e Ardhme”

The website recommended as the key communications tool in the communications strategy is <www.prespapak.com>. This is a vital tool for tourism marketing, as the vast majority of tourists internationally now use the Internet as their primary means of research. At present the website is not operational and there is no link to an alternative website. A Google search on <Prespa> yields relatively little tourism marketing material although SPP is given good coverage.

6.5 Conclusions and key issues arising

It is clear that considerable research has already been undertaken regarding the region, and that there are environmental initiatives underway. There have also been a very significant number of tourism-related studies and initiatives but their sustainability appears questionable. In fact some areas seem to be over-studied in tourism, with limited actions resulting. Overall there are limited forward proposals for new product development which will be market-led, and an emphasis on servicing (limited numbers of) tourists through more information centres.

It is also clear that despite unique environmental assets and various donor projects, there are currently few tourists visiting the Prespa Lakes outside of July and August. The area is relatively unknown as a tourism destination internationally, and its image (and hence potential) is threatened by eutrophication of the lake and reduced water levels. Seasonality is a significant challenge.

In terms of future regional development and marketing, the Ohrid-Prespa Euroregion combination covering the three countries appears to present the most interesting and realistic option for a sustainable tourism destination with critical mass of product; It has strong environmental and heritage assets, a sufficient bank of accommodation and enough bednights and businesses to support forward marketing and destination management is a self-sustaining way. Being a region on the periphery (within and without) the EC, it also is well placed to receive funding if convincing proposals are put forward for tourism and economic development. As an area with very important ecosystems it is also well placed to receive green climate change funding and other environmental support.

A significant issue arising is the multiplicity of largely defunct donor-backed tourism initiatives which are characterised by a lack of sustainable follow-through once funding ends. Insufficient attention appears to be being paid to embedding tourism-related initiatives in empowered organisations which can deliver leadership, genuine collaboration and the drive to continue and build on what donor projects start. Interventions have tended to be small

scale and not sustained. As one consultee put it regarding tourism: “There are plenty of plans and initiatives, but there is a huge gap when it comes to implementation”.

7. Assessment and evaluation of the current status of the tourism sector

7.1 National economic backgrounds

Overall economic performance is a key determining factor for tourism demand in the region, particularly inter-regional demand (by far the largest sector). The current national economic picture for the three states is summarised below:

- Albania is making the difficult transition from a closed, centrally-planned state to a more modern open-market economy. After initial growth macroeconomic indicators declined to about 3 per cent in 2009/10. Remittances, a significant catalyst for economic growth have declined from 12-15 per cent of GDP to 9 per cent in 2009. (Most remittances come from Albanians residing in Greece and Italy, now also in recession). Energy shortages, bureaucracy and inadequate infrastructure contribute to Albania's poor business environment. Foreign direct investment (FDI) is among the lowest in the region, but a programme of fiscal and legislative reform is underway. Poor planning control has had major long term negative impact on international tourism potential, particularly in and around the Adriatic towns. Electricity supply is constrained, despite the opening of a new power plant in Vlor. While economic progress is evident in some of Albania's cities (including Korçë) rural areas remain very poor with very limited government services.
- .At independence in September 1991, the former Yugoslav Republic of Macedonia was the least developed of the Yugoslav republics. An absence of infrastructure, sanctions, and a Greek economic embargo over the dispute about the country's constitutional name hindered economic growth until 1996. Since then, Macedonia has maintained macroeconomic stability with low inflation, but it has so far lagged the region in attracting foreign investment and creating jobs, despite making extensive fiscal and business sector reforms. In the wake of the global economic downturn, the country has experienced decreased FDI. However, as a result of conservative fiscal policies and a sound financial system, in 2010 the country received slightly improved credit ratings and it has been recommended three times that it commence the EU 'candidate country' process²⁴. Cross-border trade from Greece is important, particularly in the Bitola region.
- In Greece the public sector accounts for almost 40 per cent of GDP. Tourism provides 15 per cent of GDP and immigrants (especially from neighbouring countries) make up nearly one-fifth of the work force, mainly in agricultural and unskilled jobs. The Greek economy contracted by 2 per cent in 2009, and by 4.8 per cent in 2010: In 2009 Greece's budget deficit reached 15.4 per cent. Very unpopular austerity measures reduced the deficit to 10.5 per cent of GDP in 2010 but the country's economic crisis continues to worsen. Public debt, inflation, and unemployment are above the euro-zone average while per capita income is below; unemployment rose to 12% in 2010. Under intense pressure by the EU and international market participants, the government has adopted a medium-term austerity program that includes cutting government spending, reducing the size of the public sector and improving competitiveness. The Greek economy is at present in turmoil, with uncertainty regarding EU 'bail outs' and continued membership of the European single currency zone affecting future prospects.

7.2 Regional economic backgrounds

4.2.1 Overview

In the Prespa region specifically the economy is almost entirely rural. The only city in the basin is Resen with approximately 16,500 inhabitants and 5,000 households. The main characteristic of the basin in all three countries is a scattered population of mainly small villages.

4.2.2 Albania

Less than 5,000 people engaged mainly in subsistence farming and fishing, live in Albanian Prespa, where the terracing of the former collective agricultural system has been abandoned and basic infrastructure has deteriorated. Communities remain under strong economic pressure to over-exploit natural resources, evidenced by the degraded

²⁴ Recommendations vetoed by Greece

forest cover. Most of the households today are engaged in labour-intensive agriculture (farming, and livestock production) supplemented by some fishing. Poor farming methods, timbering, overgrazing and soil erosion have damaged severely some gently sloping to sloping soils, many of which are today abandoned to brush. Beekeeping and (in particular) firewood collection also supplement incomes. Tourism is not significant but some of the better off families have developed restaurants and homestay ([WWF, n/d).

4.2.2 Former Yugoslav Republic of Macedonia

Fruit-growing and fishing are the most important economic activities in the basin on the former Yugoslav Republic of Macedonia side, centred on the municipality of Resen. The annual yield of apples is around 70,000 tons, and the most famous type is *Idared*. There is also a small manufacturing base. The main apple harvest is in October and there is a local festival to celebrate it each year. Agriculture is the dominant source of income. The pollution load of the lake both here and in Greece is however largely caused by run-off of agricultural chemicals and fertilizers.

This is the most densely populated part of the basin, with over 17,500 inhabitants living in some 40 settlements. Strong rural-urban migration is however resulting in an ageing and declining population (WWF, n/d).

4.2.3 Greece

Following the implementation of the 'Kallikrates Plan' (reforming the 1997 administrative division of Greece), the Municipality of Prespa, which belongs to the Western Macedonia Regional Authority based in Kozani, has been enlarged. The new municipality arises from the merger of the existing Municipality of Prespa with the Community of Krystallopigi. The area of the new municipality is just over 50,419 sq km and has a population of 2,511 residents according to the 2001 census. The enlarged municipality, which is based in Laimos, has been allocated new responsibilities in a number of crucial sectors such as the environment, education, sport, social provision, planning and employment creation, however it has a staff of only thirteen.

Rural depopulation and unemployment characterise this region in Greece. 75 per cent of the population in the Greek sector (19 villages) continue to rely on agriculture, especially mono-cultivation of beans, for their livelihoods. Prespa Municipality is the most sparsely region of Greece with only 3.05 inhabitants per hectare. Out-migration and second home ownership add to the challenge of peaked summer seasonality and non-viable local services. Tourism is however seen as an alternative means of income generation and there has been fairly extensive development support for the tourism sector through EU programmes.

7.3 Access

4.3.1 Air

St Paul the Apostle Airport in Ohrid is the closest air access point to the region. It has recently been privatised and is becoming more active in regional marketing, especially for charter traffic. Thessaloniki and Skopje international airports are also within three to five hours' drive of the Prespa lakes.

4.3.2 Rail

Bitola connects with national and international rail networks, although for tourism traffic roads are currently more popular.

4.3.3 Road

The closed border crossing at Delno Dupeni is a significant barrier to trans-boundary cooperation and to tourism. It results in a 150 km diversion via Bitola and Florina to reach Greek Prespa from the former Yugoslav Republic of Macedonia. Roads along the lake shores are mostly in a reasonable condition except in the South West corner and in mountain areas. Where poor roads exist, they restrict overall tourism potential but can still have use as hiking trails. There are public bus services to most parts of the region, but on a restricted basis and with no touring routes.

With the opening of the Via Egnatia Odos highway the access route to Greek Prespa has been made easier, reducing driving times from Thessaloniki to about three hours. The Via Egnatia Odos is 670 km long and spans the entire expanse of northern Greece from Kipoi/Alexandroupoli on the Turkish border to the port of Igoumenitsa in the west passing through the provinces of Thrace, Macedonia and Ipeiros. Nine northbound routes linking Greece with the border crossings to Albania, the former Yugoslav Republic of Macedonia, Bulgaria and Turkey are in various stages of construction, the official opening took place on May 30th 2009 and travelling times between northern Greece's main

cities have been dramatically reduced: This is an important opportunity for the Prespa region, making Thesalloniki airport much more accessible. However as Ohrid and Thesalloniki develop as regional hubs there is a danger that Prespa will be bypassed altogether if the road along the Eastern shore of Macro Prespa is not reopened to cross border traffic.

7.4 The Prespa Lakes

Both Prespa lakes are set in spectacularly beautiful mountain landscapes, virtually unspoilt by modern interventions and offering outstandingly beautiful scenery in all directions, and incredibly rich biodiversity. This biodiversity is recognised as being of global importance, and Prespa's landscapes are an outstanding asset for tourism, and for the people of the three countries. The essence of sustainable and responsible development is to ensure that this ecosystem is passed on undamaged to future generations.

The condition of the lakes themselves is also fundamentally important for the tourism potential of the area, especially in terms of water-based tourism which was the traditional tourism product of the lakelands in the past in Yugoslavia, and for the future possibility of lakeside tourism development.

Modern agriculture and inadequate waste disposal systems have however taken a severe toll on lake water quality. In terms of eutrophication Micro Prespa Lake is categorized as eutrophic²⁵ (with high levels of nutrients-nitrogen and phosphorus mostly caused by modern agricultural practices) and Macro Prespa Lake is still categorized as mesotrophic (with lower levels of nutrients compared to the eutrophic stage) although the recent monitoring investigations confirm that a eutrophic stage for this lake is imminent: There was a major algal bloom on Macro Prespa in 2011. Lake Ohrid is oligotrophic with much clearer water, although nutrients are rising here also.

Receding water levels also made the lakeshore areas less pleasant for swimming, leaving former shore-side tourism facilities somewhat stranded. In 2011 however there was a significant rise in water levels. The causes for rising and falling water levels relative to rainfall and use of ground water are still being studied. Based on archaeological remains it seems that water-levels were considerably lower at certain periods in ancient times, possibly due to rainfall being retained in more densely forested surrounding lands. Sedimentation from run-off, again mostly due to deforestation, is also a problem, as is the disposal of organic waste (human waste and unsold apples in the autumn). These are all issues which the UNDP-GEF Prespa Park project is primarily concerned with addressing. They illustrate the fundamental importance of better environmental stewardship to the tourism (and hence economic) potential of the Prespa region.

7.5 Services for tourism

In terms of utilities, as indicated above there is a need for adequate sewage facilities, organic waste disposal systems, and of water treatment facilities (filter beds etc.) to remove chemicals from watercourses carrying agricultural run-off, if the tourism potential of the region is to be fully realised. The absence of these facilities is a barrier to water-based tourism development and to tourism generally, although some new sewage treatment facilities have been provided. Education of the agricultural community regarding responsible environmental management in agricultural techniques and safeguarding of ground water is a key need. These are issues which the UNDP-GEF Prespa Park Project has already highlighted and is seeking to address.

²⁵ In general, water bodies are classified according to the levels of nutrients (trophic features), thus called eutrophication, in three categories:

1. *oligotrophic* – poor with nutrients
2. *mesotrophic* - relatively rich with nutrients
3. *eutrophic* – very rich with nutrients

There is legislation with prescribed threshold limits for the nutrient values used for categorization of the water bodies. (Source: UNDP-GEF project).

The area also suffers from infrastructure draw-backs common to many rural areas: poor minor roads, patchy mobile phone coverage, limited Internet access, few healthcare facilities, limited general retail and banking services and limited access to further education. However remoteness and lack of development will appeal to certain, selected (and limited) tourism segments, provided fundamental services are in place (refuse systems, value-for-money accommodation of a good standard, clean water and communications). The lack of municipal services in Albanian Prespa is however particularly severe. Solid waste is not being collected and water supply and sewage disposal are significant barriers to tourism development which the municipality must address. The main access road from Korçë to Resen has however been improved. The network of information centres around the lakes is improving also.

-

7.6 Main tourism products at present

7.6.1 *Present tourism product in Albanian Prespa*

In Albania the main tourism product currently being utilised is primarily based around the needs of domestic market. Albanian Prespa's tourism potential is however very seriously undermined by the lack of services and systems for solid waste disposal, water supply and sewage disposal. The villages are in a completely unacceptable condition for tourism promotion with garbage dumps at village peripheries²⁶ and large quantities of plastic waste blowing around the fields. A second unsolved problem is the sewage water treatment of the twelve villages inside of the Albanian Prespa National Park. This problem goes hand in hand with the lack of sufficient drinking water supply. Inadequate heating and lack of regular electricity supply limits tourism potential in guesthouses to summertime only. Until the municipality and the communes get their act together to address these issues (which are not insoluble) they are not in a position to develop tourism seriously.

- Restaurants – domestic tourism

Tourism is mostly day-trip-based (excursionist) rather than overnight tourism. It involves visits to the area's simple restaurants in fishing villages to eat local food, especially Prespa carp. Hunting trips, although illegal, are part of the domestic tourism scene. Fishing can also be arranged.

- Lake excursions

Boat trips to Mai Grad Island or to hermits' cave churches on Macro Prespa can also be arranged with local boatmen, and this is growing in popularity thanks to coverage in guidebooks and marketing by Korçë DMO.

- Other

There is some overnight tourism in guesthouses and very basic one star hotels, again mostly domestic tourism, but also some long-stay tourism related to ongoing archaeological excavations in the area and National Park and NGO work. Bird-watchers visit Mali Grad island in the spring and summer and the hermitages attract special interest and culturally-orientated visitors.

4.4.2 *Present product in the former Yugoslav Republic of Macedonia areas of Prespa*

- Beach and lake tourism

The tourism product on the Macedonian shores of Macro Prespa at present is showing significant evidence of market failure, with poorly maintained beaches, largely abandoned caravan and camping sites and hotels in receivership or closed. There are a number of reasons for this, including the following:

- The developed tourism product mostly dates from former Yugoslav times when access to the Albanian coast was not possible and Prespa Lake was a popular bathing and holiday location in summer. Today it is easier for the domestic tourist to travel by car to the Adriatic or Greek coasts where more facilities are available.

²⁶ A problem also in evidence in the former Yugoslav Republic of Macedonia outside Brajcino village.

- Water quality has deteriorated considerably mostly owing to the use of fertilisers and pesticides in apple cultivation, culminating in a major algal bloom in the summer of 2011.
- Water levels drop in the lake in some years, leaving unsightly areas exposed.
- Beach facilities are basic to non-existent whereas consumer expectations have risen.
- New markets to Macedonia demand much higher standards (as increasingly does the domestic market).

Golem Grad island is also an important asset recommended by guide books, but it is difficult to access at present. The island is in the care of Galičica National Park.

Clambering around on Golem Grad ... is definitely one of the coolest experiences you can have in Macedonia. There is nothing to worry about from the skittish snakes, but wear hiking boots and bring water and snacks. Among the ruins there's one reconstructed church and numerous views through the demented trees hanging over the lake. In Yugoslavia's glory days of the 1960s hoards of day trippers braved the snakes to venture onto Golem Grad's rocky forested shores (McAdam *et al*, 2009:310).

- Rural tourism

An exception to the overall decline in tourism to Macro Prespa is the rural, community-based tourism which has been developed (following the example of Micro Prespa and elsewhere) at Brajcino village. This has involved long term support from the Swiss Agency for Development and others. The EU Prespa Quality Tourism project has attempted to strengthen and expand this CBT product to other villages, including training and the production of a brochure (*Prespa: enjoy the heart-warm welcome*) and useful map. However no organization seems to have taken this project forward following the end of programme support and there appears to be limited tour operator linkage. The quality of accommodation is presently acceptable but basic. The traditional hospitality experience appears excellent and cultural and other activities can be organised on request. The village is developing a good tourism reputation thanks to strong community leadership.

- Hiking and mountain tourism

The land-based national park product is mostly orientated towards domestic tourism from Ohrid to the west and Bitola to the east: There is relatively little developed product on the Prespa-facing slopes at present. The National Park of Galičica has developed an information centre at Stenje which could become an important facility in the future. Both Galičica and its sister national park of Pellister on the opposite shore have much to offer including hiking trails, activity tourism, very important church frescoes and magnificent views.

- Touring

There is a small but important privately-owned costume museum in the village of Podmocani. This offers an interesting experience with a very personal touch and is beginning to be included in tour operator programmes. The Modern Ceramic Museum in Resen has an excellent collection. St George's Church in Kuirbinovo (1191), the 15th century Church of St Petka, Parasakevy, and the Monastery of Slivinica (1607) all contain very important frescoes and are visited by occasional tours. The Fishing Village tourist attraction on the west shore has closed: This remains the 'pictures postcard' view of Prespa on sale in tourist shops in Ohrid and Skopje, but it is now completely derelict following the closure of the nearby resort hotels.

Bird-watching, botanical tours and caving are also 'products' which Skopje or Ohrid tour operators will organise on request, but the numbers attracted at present would seem to be very small. Heritage tourism (visiting ecclesiastical treasures) is also an important special interest area.

4.4.3 Present tourism product in Greek Prespa

- Village tourism

The fishing village of Psarades offers a range of accommodation, taverns and boating trips including on Macro Prespa to caves and hermitages (Metamorfosis Soitiros, Mikri Analipsi, Panayia Eleoussa). Agios Germanos is an attractively restored traditional village with nearby Lemos offer a good range of services. There is one seasonal and one all year tavern and a café in Mikrolimni. Other villages also offer accommodation with superb views and interesting churches and other attractions. There are beaches at various locations around Micro Prespa and at the Prodhena shores of Macro Prespa at Pdodena. This is the product which attracts the largest volumes of tourist during the summer months.

Europeaid programmes targeting Western Macedonia (such as LEADER) have encouraged the expansion of room supply, product diversification and product upgrades.

- Touring

The island of Agios Achilleios is a popular attraction accessed by a long floating walkway. The island has church ruins, interesting walks, taverns and accommodation. Retail stalls sell souvenirs and local produce. Other places to visit include the Biological Station at Latsinista, and the new National Park information centre at Pyli. There is also a Byzantine Interpretative Centre in a restored Ottoman building near Agios Germanos.

- Hiking and mountain tourism

Hiking trails have been devised in the National Park and surrounding lands. Some are way-marked and leaflets explaining the trails are available. These offer superb views and an excellent visitor experience.

- Bird-watching

Bird-watching is of course an important tourism activity, particularly when the pelicans are resident (May to September). A number of bird hides have been developed and SPP can supply knowledgeable guides.

- Spa and wellness

One property in Greek Prespa is offering spa facilities.

- Other special interest tourism

Groups and individuals come to this area also to study botany, dendrology, architecture and other aspects of the ecology of the area.

- Voluntourism

NGOs are offering opportunities for volunteers to spend time in the area on scientific, architectural, educational and social projects.

- Events tourism

Special events such as mountain bike races are organised occasionally. Local festivals take place during the summer. Traditional local *panijiris* in each village are important, as is the annual 'Prespeia Festival', the annual international youth meeting.

- Skiing

In winter accommodation in Greek Prespa villages is sometimes used by skiers from the nearby Vigla Mountain Resort. Winter tourism is a development priority in the Western Macedonia Region.

7.7 Conclusions and key issues arising

The current tourism product in the Prespa Lakes basin is largely dependent on domestic tourism with standards for domestic tourists: each country mostly serves its own domestic market and there is very little trans-boundary tourism,

other than some transit traffic. Water-based tourism is very limited and 'Round the lakes' car touring is not possible due to the closed border at Dolno Dupini. Tourism in all three countries is highly seasonal. Municipal basics such as solid waste collection and water and sewage systems need to be put in place before tourism can develop further in Albanian Prespa.

The tourism product in Greek Prespa is more developed than in the other two jurisdictions around the lakes. It is a model of responsible tourism development with high respect for ecological values, although even here there are still some problems such as sewage disposal and visual pollution due to uncontrolled signage. Even here however there can be a shortage of things to do, causing a short length of stay in local accommodation.

8. Analysis of existing institutional structures and human resources

8.1 Institutions for trilateral cooperation in tourism

8.1.1 *Trans-boundary Prespa Park*

Ms. Vivi Roumeliotou of SPP is quoted in *The Bridge* magazine as follows:

The main practical achievements of the Prespa Park initiative so far are the adoption of a Strategic Action Plan for the Sustainable Development of the Prespa Park, laying down a common vision for the area across borders, and the ongoing implementation of an ambitious 5-year project on 'integrated ecosystem management' in the Prespa Park basin with substantial international and national co-funding.

However with the interim Prespa Park Coordination Committee (PPCC) has not formally met for the past three years, it is clear that in terms of creating an institution for trilateral cooperation, there is a long way to go. The PPCC did have Secretariat. The secretariat consisted of NGOs (one from each country) but because NGOs were not funded in Albania and the former Yugoslav Republic of Macedonia, only SPP with its own funds supported the work of the PPMC and played the active role of a secretariat.

Since the signing of the Prespa Agreement, the PPCC has not met and is not longer functioning as a body. The new body which is stipulated in the Agreement (Prespa Park Management Committee, PPMC) will have its secretariat which will be funded by the Governments once the body is established. A tentative PPMC was appointed in early 2010, however, elections took place in all three countries, which led to changes in all the three ministries, and since then there has been little progress with the establishment of the cross-border body.

Once members are appointed it is envisaged that the PMCC will meet twice a year. It will be made up of representatives from the following organisations:

- One member of each Ministry of Environment of each state party and one representative of the EU;
- One representative of the local communities in Prespa from each state party;
- Representative of environmental NGOs from each state which have significant local activities in Prespa region;
- Representative of the local protected area management authorities from each state;
- One permanent observer from MedWet²⁷; and
- One permanent observer from the secretariat of the Ohrid Lake Management Committee.

8.1.2 *Other international institutions for cooperation*

SNV Netherlands Development Organisation has proposed a heritage tourism route based on the historical Via Egnatia (which ran North of Macro Prespa connecting Ohrid and Heraclea Lyncestis near Bitola²⁸), however following the global withdrawal of this NGO from tourism projects it is not clear what the status of this proposal is. The Via Egnatia

²⁷ MedWet is a long term collaborative initiative that supports the conservation and wise use of Mediterranean wetlands within the framework of the Ramsar Convention on Wetlands. In 1999 MedWet was officially recognized as a Ramsar Regional Initiative, actively promoting the implementation of the Convention in the Mediterranean.

²⁸ Consultation with curator, Heraclea Lyncestis

Foundation²⁹ works to stimulate awareness and validation of the cultural unity as well as the ethno-cultural variety in the region, but is not a tourism development initiative.

Many other international participants including the GEF, EC, UNESCO and UNDP as well as the Ramsar Convention on Wetlands have worked with the various states in the past ten years to create a common culture of collaboration in Prespa and have provided support, guidance and funds. Focus has been on strengthening the capacity of nature conservation, strategic planning towards conservation and sustainable development. Tourism strengthening has also been initiated but sustainability and institutional embedding are concerns UNWTO also provides a forum for the three governments to share data and possible projects.

8.2 Public sector institutions at regional level in the tourism sector

8.2.1 *Albania*

Korçë region does not have a tourism department or a tourism officer, so there is very little institutional capacity for tourism development. Recognising this, SNV Netherlands Development Organisation has initiated a Korçë DMO which includes regional government representatives. The DMO which is private sector-led, appears to be successful to date.

8.2.2 *Former Yugoslav Republic of Macedonia*

CRPPR is the regional investment agency, established by the units of local government of the Pelagonija planning region (Bitola, Prilep, Krusevo, Resen, Demir Hisar, Mogila, Novaci, Dolneni and Krivogastani) under the Law on Balanced Regional Development. CRPPR prepares project proposals for development of the planning region and for the areas with specific developmental needs. It also promotes the developmental opportunities of the planning region. CRPPR has capacity in development planning and its staff includes a tourism graduate who has responsibility for tourism promotion and other issues.

8.2.3 *Greece*

The Western Macedonia Tourism Directorate is located in Kosani and is part of the state tourism structure (Hellenic Regional Tourism Directorates). It has a Chief Officer and two division directors covering classification and advisory services. It markets through the Greek National Tourism Organisation and assists in the organization of press visits which sometimes take in the Prespa region. The Tourism Company of the Region of Western Macedonia is being reactivated at present.

The Prefecture of Florina was active in tourism marketing and its successor operates an information centre in Thesallonikii as well as providing tourist information within its jurisdiction.

With the opening of the Via Egnatia Odos motorway however the Municipality of Kastoria is becoming the main Southern gateway to the Prespa region and is currently actively engaged in tourism promotion. The City of Kastoria is itself of considerable tourism interest with rich history and interesting architecture, and a beautiful lakeside setting.

8.3 Public sector institutions at local level in the tourism sector

8.3.1 *Albania*

The local communes around Prespa Lake are the effective custodians of its tourism product, including important heritage sites such as Mali Grad island and cliff-side hermitages. Their members have received some training in hospitality skills and some young people are attending tourism courses in Tirana, Korçë and Ohrid. Otherwise however local capacities for tourism are very weak. The Woman Society is active in servicing visitor needs with support from SPP.

There is no municipal tourism officer or tourism department and there are significant weaknesses in effectiveness when it comes to solid waste disposal, which is a key issue if tourism is to develop. The municipality has applied jointly with Greece for European cross-border funding to put a trip boat on Macro Prespa.

²⁹ <www.viaegnatiafoundation.eu>

8.3.2 Former Yugoslav Republic of Macedonia

Resen Municipality also does not have a tourism department or a tourist officer: This is a key institutional weakness for future tourism development. The Economic Development Department handles tourism and UNDP has established a Human Capital Resource Centre which includes some tourism data.

Local communities are the custodians of important heritage sites including rural churches with important frescoes and architectural features dating from the eleventh century onwards.

8.3.3 Greece

The Municipality of Prespa is also not very active in tourism at present as it also has severe resource constraints with only 13 staff and no tourism department. It does not have a tourism development strategy. It has organised occasional press visits to the area and has applied for European funding for putting two trip boats on Macro Prespa. The reopening of the border crossing at Dolno Dupini is seen as important for realising the tourism potential of the area, and to facilitate local people.

The mayors of all three municipalities are anxious to move the trans-boundary tourism agenda forward, which is an opportunity.

8.4 National Parks

8.4.1 Albania

- *National Park of Prespa*

The National Park of Prespa is working to restore the forested landscapes around the Prespa Lakes in Albania. Most emphasis is on community liaison and awareness-building. The Park is constructing an information centre on the main access road northwards to the former Yugoslav Republic of Macedonia and plans to open one also on the Southern approaches from Korčë. The park contains important hermitages and other heritage sites and trails will be available. KfW is helping Prespa National Park to develop a management plan at present.

8.4.2 Former Yugoslav Republic of Macedonia

- *Pelister National Park*

Pelister National Park has a management plan (2006) recognises amongst the park's socio-economic values that due to its diversity geological features and aesthetic appeal, the park may be promoted as a destination for geotourism³⁰ and for educational purpose (2006: annex, p66).

An area of 4,800 hectares is included in the 'tourism-recreation zone' but this is outside the Prespa watershed (there were 711 beds available within the park in 2006 with the largest facility being the children's hostel). The numerous picnic areas (more than 50) in the park and hiking can be arranged with the Park Administration: Trails extend towards Prespa Lake. The commercial tourist facilities in the Park are outside the watershed area but attract thousands of visitors each year. The most numerous are citizens from Bitola who consider the Park an important part of their identity. Their number is significantly higher during the spring and summer seasons, especially at weekends and national holidays and during the different periods for collection of forest products (wild fruits and mushrooms). There is also a large number of visitors during the winter season, mostly concentrated around the skiing areas at Begova Cheshma. The zoning of the park allows for horse riding, cycling, walking, rock-climbing and skiing in designated areas. (Pelister National Park, 2006).

The national park plans to

mark new trails that connect the villages in the immediate vicinity of the Park, on both the Prespa and Pelagonide side, with attractive destinations within the Park (2006: 42).

³⁰ Geotourism is an American term referring to "tourism that sustains or enhances the geographical character of a place - its environment, culture, aesthetics, heritage and the well-being of its residents."

Emphasis is given in the management plan to enhancing capacities of park staff regarding tourism and conservation, and to improving partnerships and cooperation with tour operators and others.

- *Galičica National Park*

Galičica straddles the watershed between Ohrid and Prespa and has a detailed management plan in place, and a designated tourism department. It has a range of tourism leaflets available covering different aspects, including landscapes, plant species, forests, geomorphology and Golem Grad island. In addition to the island, the National Park includes the Western shores of Macro Prespa lake. There is a new national park centre at Stenje. The park is involved in various NGO initiatives including the development of a cross-border designated Biosphere³¹.

The Park's tourism development policy is based around the ten principles of the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. These are as follows (Häusler, 2009):

1. To involve all those implicated by tourism in and around the protected area in its development and management.
2. To involve all those implicated by tourism in and around the protected area in its development and management
3. To prepare and implement a sustainable tourism strategy and action plan for the protected area.
4. To protect and enhance the area's natural and cultural heritage, for and through tourism, and to protect it from excessive tourism development.
5. To provide visitors with a high quality experience in all aspects of their visit.
6. To communicate effectively to visitors, tourism businesses and residents about the special qualities of the area.
7. To encourage specific tourism products which enable discovery and understanding of the area.
8. To increase knowledge of the protected area and sustainability issues amongst all those involved in tourism.
9. To ensure that tourism supports and does not reduce the quality of life of local residents.
10. To increase benefits from tourism to the local economy.
11. To monitor and influence visitor flows to reduce negative impacts.

A wide and impressive range of tourism development projects for the Park are outlined in its Tourism Action Plan. These are mostly small scale but will substantially improve the tourism product of the Park and upgrade its quality as a tourism destination. Many are already underway although further funding is needed. The largest project, apart from National Park Centre construction in Ohrid and Stenje, is developing walking, cycle trails and general direction signs through the National Park. A new bird-watching tower is also proposed for the Prespa side of the National Park.

³¹ Biosphere reserves are areas that have been protected under UNESCO's Man and the Biosphere (MAB) programme in order to conserve and support biological diversity. The goal in creating a biosphere reserve is to manage the land and its water to meet human needs and conserve natural processes. Biospheres often contain national parks within them, but also include human settlements and human activity.

This organisation probably has the highest capacities in terms of ecotourism in the region and should be closely involved in future responsible tourism planning, development and marketing.

8.4.3 Greece

- *Prespa National Park*

Prespa National Park is the largest National Park in Greece with a core area of 4,900 hectares and a surrounding zone of 14,750 hectares. It was formerly a Forest Park and is adapting to a more conservation-orientated role. The park has a management plan, currently under revision in order to include new legislation on environment. The management plan includes measures for tourism management, promotion and awareness-raising activities. It doesn't have a tourism department, but it has a Department of Information, Publicity and Education and the person in charge of that department has a degree in Tourism Enterprise. The National Park Center at Pyli is used by the Management Body not only as an information centre, but also for meetings and conferences. The Management Body doesn't have any independent income and selected activities will be funded the Greek Ministry of Environment until 2015.

8.5 Local non-governmental organisations engaged in tourism

5.5.1 *Society for the Preservation of Prespa*

SPP is one of the main driving forces in the environmental preservation of Prespa region and was founded twenty years ago in 1991. It has initiated and successfully implemented many initiatives in the areas of environmental protection and architectural restoration, which are essential assets for sustainable and responsible tourism development. These include assignments with the WWF; Royal Society for the Protection of Birds (RSPB), EuroNatur and the European Commission (EC) including INTERREG and LIFE projects, and the MAVA Foundation. Many projects have tourism-related aspects, coming under SPP's activity area of 'sustainable development': SPP's primary ethos is however environmental.

Tourism-related studies have included the "Plan for Open City Land Use and Town Planning" project in the Municipality of Prespa and an eco-label assessment for locally made food (the "One Europe, More Nature" (OEMN) programme). SPP works closely with local private and public stakeholders. SPP publishes a range of useful tourism-related publications (often with the Prespa National Park) and is an initiator and champion of the trans-boundary Prespa Park concept and of trans-boundary environmental education. The society is currently assisting the development of TICs in Zagrodec (Albania) on Micro Prespa and in Stenje (former Yugoslav Republic of Macedonia) with the Galačica National Park. The Zagradec Information Center has been SPP's initiative and is one of the relatively few trans-boundary tourism initiatives at present. The building belongs to SPP but it is run with the Women's Association of Micro Prespa. Four women from the association have been trained as eco-guides. The project is funded by the MAVA Foundation³². The objectives of the programme are:

- Promotion of a forgotten area of Micro Prespa to local, regional, national and international stakeholders, through the implementation of small scale activities;
- Implementation of capacity building activities for the local population, in order to support them developing projects for the area; and
- Development of small scale nature conservation activities in the area of Micro Prespa, Albania.

As an NGO SPP cannot trade or be licensed as a tour operator and the shortage of licensed tour operators (and local guides) is seen as a constraint on tourism development potential by the society.

SPP has a lot of expertise in environmental and vernacular architecture issues and should be closely involved in future responsible tourism planning.

³² <www.mava-foundation.org>. The name is drawn from the initials of founder Luc Hoffmann's four children – Maja, André, Vera, and Daria.

5.5.2 *Cultural Triangle of Prespa*

CTP is an independent, non-profit local NGO situated in Greek Prespa but working in all three countries. CTP seeks to working towards an equal quality of development on each side of the border based on the protection of the common environmental and cultural wealth. CTP's aims are as follows:

- To reduce the effects of rural isolation on the local communities at a cultural, economical and educational level
- To bring together civil society activists and local stakeholders and to support them in strengthening their capacity and networking
- To offer opportunities to children and young people from all over Europe to meet and to realise their possibilities, to develop skills in the fields of arts and new technologies and in taking initiatives.

CTP currently works on networking; children and youth; and the development of tourism (including working on the 2010 TSAP).

CTP is also pioneering 'voluntourism' in the area and a volunteer is presently assessing the potential of backpacker tourism for the region. CTP has also developed mountain biking stage races in the region and works with a wide range of NGOs and funding agencies. CTP also has a lot of tourism planning expertise.

8.5.3 *Other local NGOs*

A Prespa Ecotourism Association was established in 2009 in Greek Prespa. It does not appear to be currently active.

Other local NGOs also have tourism interests, such as the Artists' Faculty for Tourism and Organisational Sciences which has a residential school near Senje in the former Yugoslav Republic of Macedonia; and the Fishermen's Village project also on Marco Prespa, which has ceased trading.

8.6 Private sector

The private sector is of course the engine of tourism: Without it tourism would not exist. Virtually all Prespa tourism enterprises in the private sector are family-owned SMEs and many are micro-enterprises. In Greek Prespa tourism has been the subject of rural diversification initiatives, increasing the supply of businesses but probably with insufficient back-up training in SME marketing techniques and (possibly) international tourism standards. Although a number of training initiatives have been undertaken under various grant programmes in all three countries (notably the EU-funded Prespa Quality Tourism initiative), there is no long term institutional commitment to training which will be essential if a quality, competitive tourism destination is to emerge. More SME-focussed training is needed covering a wide range of vocational, management and marketing areas. Given the very small size of the industry in Albania and the former Yugoslav Republic of Macedonia, 'start your own business' courses will be necessary once market conditions improve. The lesson of past programmes seems to be that all tourism training needs to long term and embedded in local training institutions, and not run on a 'one off' basis.

As in many countries a lack of coordination and an unwillingness to jointly fund marketing initiatives bedevils the private sector, particularly at a parochial level. Strong leaders have not emerged to unite the industry and drive it forward with a clear and responsible tourism vision: Addressing and facilitating this process will be very important, but there is no 'quick fix'.

8.7 Educational institutions

8.7.1 *Tourism education institutions in the Prespa area*

There is a private college offering tourism courses in Resen.

8.7.2 *Tourism education institutions in the wider region*

- St. Kliment University, Ohrid

The Faculty for Tourism and Organisational Sciences has a long tradition in preparing personnel for the tourism industry, it has almost 30 years of tradition and experience in education. The faculty offers undergraduate and postgraduate programmes and distance learning programmes with international universities. It offers undergraduate programmes in Tourism, Gastronomy and Hotel Management. For graduate students, the faculty offers two types of postgraduate programmes; one organised solely by the Faculty for Tourism and Organisational Sciences in Ohrid; the second one is a distance learning option, organised in cooperation with foreign universities. Postgraduate studies are offered in Tourism Management; Management in Catering Industry and International Tourism. The faculty has many achievements and is highly regarded and should be capitalised upon.

- Fan Noli University, Podgarec

The University was created in 1994 from the Higher Institute of Agriculture of Korçë which had operated since 1971. In 2009 the School of Tourism was opened in Pogradec.

8.8 Conclusions and key issues arising

The current TSAP (LaPaz, 2010) does not contain a detailed institutional and human resource analysis and, due to time restraints in-country, the current assignment process did not allow for detailed review of institutional and human resource capacities with managers and staff. Comments noted are therefore not based on thorough institutional assessments and should be treated with caution.

It is clear however that there are very significant weaknesses in human resource capacities for tourism planning, particularly at municipal level. National Parks have been the subject of development support and tourism-related capacities in all three countries, and capacities for managing tourism are probably higher than in other government institutions, and still improving. Tourism capacities overall are higher in Greece than in the other two countries and much more can be gained from exchange (if there is the political will to cooperate). Greek NGOs also have much to offer in terms of capacity development, however given limited results from tourism initiatives to date, it will be important to ensure that NGO-led tourism programmes remain focussed on external beneficiaries and do not become an end in themselves. Tourism marketing appears to be a significant weakness for all players in all three countries, with Albania's DMO making some progress, building on capacity development support from SNV.

Key areas where capacity development support will be needed thus include responsible tourism development planning for municipalities; and tourism marketing and tourism training for the private sector and other players, including IT skills.

9. Inventory of current product

9.1 Introduction

This inventory summarises tourism product on offer in the Prespa Lakes Basin. It indicates the facility, the main markets that it currently serves, and notes any issues arising. The inventory is not separated by country to enable evaluation of overall product strengths and weaknesses. Only facilities which are generally accessible to tourists are included. It should be noted that this inventory is based on a very brief appraisal and not all sites could be visited in the six day mission. For almost all sites detailed market research regarding visitor profiles is not available, so assumptions have been made and should be treated with caution.

9.2 Visitor attractions – nature

Table 12: Nature attractions

Facility	Main markets served	Other comments
National Park of Prespa (A)	Local market, domestic tourists and some international	The Park is attempting to restore a landscape which has been degraded due to logging in the 1990s and local subsistence needs. A park centre with an information office is under construction near the Northern boundary. A second information point on the Southern (Korčë) boundary is also planned. Management plan in preparation.
National Park of Galičica (M) – visitor centre in Stenje	Domestic market and tourists visiting Ohrid	Most facilities on the Western side (outside watershed). Offers hiking and biking trails, trails, motor access, fine limestone biodiversity and superb views. Management plan in place. Includes Golem Grad island.
Pelister National Park (M)	Domestic market and tourists visiting Bitola	Most facilities on the Eastern side (outside watershed). Offers ski centre, hiking, biking, off-road trails, park centre, granite-based biodiversity including rare pine. Management plan in place. Hopes to open visitor centre on Western (Prespa) slopes.
Prespa National Park (G) – visitor centre near Pyli, bird hides, viewing points, way-marked trails	Domestic market plus international visitors. Special interest groups. Hiking clubs. School groups	Covers important headwaters of the Prespa Lakes. The Park is in the process of transition from forestry to ecological management. Fairly extensive tourist facilities have been developed including trails, information points and the Park Centre.
Ezerani Reserve (M), two elevated 'hides'.	Occasional bird-watching groups.	Management currently under review. Needs specialist input.
Prespa Park Visitor Centre, Agios Germanos (G).	Passing tourists interested in nature	
Biological Station (G), Mikrolimni.	Academic researchers	Hostel accommodation

Notes: A = Albania; M= former Yugoslav Republic of Macedonia; G= Greece

Bird-watching is a very important tourism product and facilities and information is most developed around Micro Prespa, led by the expertise of SPP. In the former Yugoslav Republic of Macedonia, Ezerani Reserve is less developed for tourism.

9.3 Visitor attractions - culture

Table 13: Culture attractions

Facility	Markets served	Other comments
Mali Grad island (A) with Shen Maria Cave Church, (14 th century)	Domestic and international tourists; bird-watchers.	Accessible by boat from Liqenas. Requires permission from Ministry of Culture in Korčë and key (also available from National Park) for church to be opened to see important internal frescoes.
Shen Maria Globoko Cave Church and monastic cells (A)	Special interest	Accessible by boat from Gorica e Madhe , requires permission from Ministry of Culture and key (also available from National Park)
Rock of Spille, prehistoric cave art (A)	Special interest	Other prehistoric sites nearby (Walls at Stuec; Treni Cave)
Golem Grad island (M)	Domestic and international tourists	20 hectare island of immense archaeological importance (Grozdanova, 2008). Continuously inhabited from the 4 th century BC and including church ruins and the Church of St Peter (14 th century) with fresco of the Persian siege of Constantinople in 626 AD. Island is part of National Park of Galičica
Church of St George, Kirbinovo (M)	Special interest and general cultural tourists.	The interior of this small rural church (1191 AD) contains some of the most important murals of early Christian art (Serafimova, 2008). An on-site curator and conservation/visitor management strategy is urgently needed to protect this very important heritage site.
Church of St Elias, Grncari (M)	Special interest and general cultural tourists.	Frescoes from the 13 th century. Conservation/visitor management strategy needed.
Monastery of Slivnica (M)	Special interest and general cultural tourists.	This substantial site dates from 1607 and thrived until the late 19 th century. It is no longer an active monastery and parts have been rebuilt in recent times. Its artistic and historical importance relates to donor inscriptions and stylistic imagery relating to the Ohrid archbishopric, Mount Athos and Western Art (Popavska-Koroba, 2008). Conservation/visitor management strategy will be needed to protect this heritage site when tourism increases.
Church of St Petka, Brajëino (M)	Special interest and general cultural tourists.	Important frescoes and icon from the 16 th , 17 th and 19 th centuries. Conservation/visitor management strategy needed.
Modern Ceramic Museum, Resen (M)	Special interest and general cultural tourists.	Rich collection housed in Resen's historic Seray building. Also art gallery in the Seray building including paintings

		of Keratza Visulceva.
Haji Ramadan Mosque (M)	Special interest	Resen's 'Friday Mosque' with its elegant Ottoman minaret was built in the 17 th century and can be visited on request.
Ethnological Museum, Podmocani (M)	Coach tours, special interest and general cultural tourists.	Very important private collection of over 2,000 Macedonian costumes and ethnic jewelry, lovingly displayed. Requires long term conservation strategy and funding for re-housing/better museum-standard display and multi-lingual interpretation.
Agios Achilios (G),	This heritage site attracts all types of tourist visiting Greek Prespa	Important and attractive monastic island now connected to the mainland by a floating causeway. Churches and frescoes and important ruins of basilica built by Czar Samuel. Ecclesiastical ruins date from the 11 th century onwards.
Agios Nikolaos, nr. Lemos (G)	Special interest and general cultural tourists	18 th and 19 th century icons. 15 th century church of Ipapandi nearby.
Agios Germanos (G)	Coach tours, special interest and general cultural tourists	Superb domed Byzantine church dating from the 11 th century. Important frescoes.
Agios Athanios (G)	Coach tours, special interest and general cultural tourists	Important mid-Byzantine architecture.
St German Byzantine Centre (G)	Coach tours, special interest and general cultural tourists	Interpretative centre in restored Ottoman building.
Agios Nikolaos, Pili (G)	Special interest and general cultural tourists	Many interesting architectural features. May date from 12 th century.
Hermitage of Metamorphosis (G)	Special and general interest tourists	Accessible from footpath. Dates from 13 th century.
Hermitages of Panayia Eleoussa and Ayois Petros	Special interest and general cultural tourists	Accessible by boat from Psarades

Notes: (1) A = Albania; M= former Yugoslav Republic of Macedonia; G= Greece

(2) The area has a great number of ecclesiastical sites: Only main sites of particular interest to tourists are listed above.

9.4 Water-based tourism

In Yugoslav times there was a trip boat on Macro Prespa. Today however, apart from swimming (which guide books do not recommend, e.g. Miller *et al* [2009] on Greece) and boat hire to visit islands and heritages, there is relatively little water-based tourism on the Prespa Lakes. Facilities are most developed on Micro Prespa, where floating pontoons and other access points have been put in place for both tourist and local boats. These facilities are lacking on Macro Prespa and the islands. There are very few full time specialist adventure operators based in the area specializing in water-based tourism (canoeing, sailing, windsurfing, etc.). Regulations restrict some water-based tourism opportunities (such as game angling), but there are undoubtedly opportunities which are not being exploited.

9.5 Adventure and sports tourism centres

The main facilities for adventure and sports tourism are generally through the national parks. One operator, Spirit of Discovery in Greece, is pioneering this important future area for tourism. CTP also organizes events, but NGOs are restricted from mainstream tourism activity in Greece at least. Overall there are surprisingly few full time specialist adventure tour operators based in the area: These are critical businesses to develop for tourism growth. Skiing is important as a winter product.

Table 14: Adventure tourism

Facility	Markets served	Other comments
Spirit of Discovery (G)	Domestic and international	Good programme offering hiking, biking, orienteering, etc. < http://www.spiritofdiscovery.gr/ >
Prespanana Travel and Tours (G)	Hoping to serve inbound markets	Newly established licensed tour operator in Agios Yermanos < http://prespana.gr/ >
Travel Agency Pelikan (M)	Mostly outbound	Has been involved in assisting inbound tourism under the PARTNERS II project.
Vigla Mountain Hut & Ski Resort (G)	Greece & Western Europe	Skiing here does not have a high online profile

Notes: (1) A = Albania; M= former Yugoslav Republic of Macedonia; G= Greece

9.6 Accommodation in the Prespa watershed

Table 15: Accommodation

Country	Category	Number of establishments operating 2011	Number of beds (2011)	Comments
Albania*	Hotels	3	35	Properties generally one star standard and seasonal
	Guesthouses	5	30	Basic homestay accommodation standards
	Hostels	0	0	
Former Yugoslav Republic of Macedonia^	Hotels - lakeside	1	14	Two star standard
Awaiting figures	Hotels Resen			
	Guesthouses			
	Hostels			
	Other			
Greece	Hotels			
Awaiting figures	Guesthouses			
	Hostels			
	Other			

Notes: * In Albania there are about 20 more double rooms in Gorica area and at least 15 in Liqenas and Zaroshka area, which correspond to hotels or guesthouses that are not currently operational but are under construction or have remained unfinished due to the lack of tourism at present.

^ There are two large hotels currently closed and in need of substantial refurbishment on the Western side of Lake Prespa. There are also closed hotels in Resen and on the eastern shore. More guesthouses have been 'trained' for tourism purposes than currently operate. Only operating premises within the watershed are shown in the table above.

9.7 Tourist information centres

Table 16: Tourist information centres

Information centre	Other comments
Zagradec Information Centre (A)	On the edge of Micro Prespa Lake. Established by SPP and the Woman Society Micro Prespa. Includes a coffee shop.
Prespa National Park (A)	Not operational yet
National Park of Galičica visitor centre in Stenje (M)	Not operational yet
Brajcino village (M)	CBT information service
Proposed Pelister National Park centre, Ljunoino (M)	Building identified but not acquired yet
Prespa Park Visitor Centre (G)	Fully operational tourist information centre of a good standard. Between Lemos and Agios Germanos
Venondero (G)	
Agios Yermanos (G)	In SPP premises
Lemos library (G)	TIC operated by CTP

This is an emerging area of strength, however there is also a danger of over-supply.

9.8 Festivals and events

Festivals in recent years have included the following:

Table 17: Festivals and events

Events	Markets served	Other comments
Lake Day (A & M)	Local	21 June
Wine festival (A&M)	Local	
Prespa Apple Harvest Festival (M)	Local	One day festival in Resen (September)
Petka Feast Day, Monastery of Sveta Petka (M)	Local	Religious festival (August)
Mountain Bike Races (G)	Greece & international	Organised by CTP

Aguios Ahillios Summer Festival (G)	Greece and some international;	Up to 5,000 people can be accommodated on the hillside to watch concerts on the 'stage' (the Basilica ruins)
<i>Paniyiria</i> (festivals in honor of local saints)	May to August	Important local festivals with music, dance and local food

Notes: (1) A = Albania; M= former Yugoslav Republic of Macedonia; G= Greece

9.9 Conclusions, product gaps and key issues arising

The Prespa region's greatest product strengths lie in its nature and heritage. Facilities to foster nature-based and heritage-based tourism are considerably better in Greece, which also has a much stronger accommodation base per head of population, and higher standards. A network of TICs has been developed in Greek Prespa and is developing in the two countries at present.

There is no real trans-boundary tourism on offer and there are very few private sector tourism operators, although some small activity tour operators are developing in Greek Prespa: These are vital for tourism development and need support. The accommodation base in Albania and the former Yugoslav Republic of Macedonia is weak, with some developments in CBT but little else. Seasonality is a major challenge in all three countries and, apart from the ski centre, products and events have not been not developed to attempt to address this. There is an expanding TIC network that could be built upon.

There are no real flagship tourism products to put Prespa 'on the map' at present. Visitor numbers are small, except for during holidays (national, Christmas and New Year, Easter, and 15th of August on the Greek side).

10. Bibliography

10.1 Published sources

Anon. (n/d) *Civil Society in Action: The Case of Prespa Park*. In: The Bridge. Available at < http://www.bridge-mag.com/index.php?option=com_content&view=article&id=338:civil-society-in-action-the-case-of-prespa-park&catid=23:frontlines-2008&Itemid=2>. Athens.

Centre for the Development of Pelagonija Region (n/d) *Investment Guide for the Pelagonia Region*. Bitola.

Chazee, L (2009) *Socio economic profile and trends of Albanian Prespa Ecosystem Impact of environmental losses on region economic growth, social enhancement and development objectives*. UNDP-GEF Project

Cultural Triangle of Prespes (n/d) NEST Stakeholders Network

DEKMOS-EMA (2009) *Rapid assessment of priority species and habitats in the Prespa lake basin*. UNDP.

Eagles, P. & McCool, S. (2002) *Tourism in National Parks and Protected Areas: Planning and Management*. CABI Publishing. Oxon.

Government of the Republic of Macedonia (2009) *National Tourism Development Strategy 2009-2013*. UNDP & UNWTO. Skopje.

Grazhdani, D. (2008) *Analysis of Socio Economic Status and Market Trends in Prespa National Park*. In: BALWOIS, 2008, Ohrid.

Grozdanova, V. (2008). *Golem Grad*. In: UNESCO, 'Macedonian Cultural Heritage: Archaeological Sites', pp48-51. Skopje.

GTZ (2008) *Ohrid-Prespa region: Where nature, culture and ancient history meet*.

Häusler, N. (2009) *Strategy Paper for Sustainable Tourism Development at National Park Galicica*.

Heritage Trails Association (n/d) *Heritage Trails in the Region of Ohrid and Prespa*. GTZ.

Ivanovski, A (2011) *Prespa Lakes – Where Green Diplomacy Wins*. In: Vasiljević, M. & Pezold, T. 'Crossing Borders for Nature: European Examples of Trans-Boundary Cooperation'. IUCN, WCPA and the German Federal Agency for Nature Conservation (BfN), pp18-21.

J. E. Austin Associates (2001). *Building National Competitiveness in South East Europe: National Competitiveness Report for Macedonia*. US Agency for International Development.

LaPaz Group (2010). *Trilateral Sustainable Tourism Strategy and Action Plan for the Prespa Lakes Basin*.

Leader+ Programme (n/d) *A Hidden Treasure Awaits You*

Metohu, G (n/d) *Overall guidance (assessment report and ToR) for the development of the Spatial Planning on Liqenas and Proger communes (Prespa area)*

McAdam, M., D'Arcy, J., Deliso, C., Dragičević, P., Elliott, M., Marić, V., & Mutić, A. *Western Balkans*. Lonely Planet Publications Pty.

Miller, K., Armstrong, K., Clarke, M. Deliso, S., Hannigan, D., & Kyriakopoulos, V. (2009). *Greece*. Lonely Planet Publications Pty.

Ministry of Culture and Tourism & Greek National Tourism Organisation (2010) *Touring Greece*. Available at: <http://www.visitgreece.gr/deployedFiles/StaticFiles/Brochures/touring_visitgreece.pdf>

Ministry of Environment and Physical Planning (2010) *Spatial Plan of the Ohrid-Prespa Region 2005 – 2020*. Skopje.

Ministry of Economy (2009) *National Tourism Development Strategy 2009-2013*. UNWTO.

Ministry of Environment and Physical Planning (2003). *Local Environmental Action Plan of the Municipality of Reisen*.

Ministry of Tourism, Culture, Youth and Sport, Albania (2007) *Tourism Sector Strategy 2007-2013*. Tirana.

Municipalities of Prespa, Resen and Liqenas (2007) *Protocol of Collaboration*.

OECD (2010) *Tourism Trends and Policies*.

Pelister National Park & Pelister Mountain Conservation Society (2006) *Plan of Management for Pelister National Park*. Swiss Agency for Development and Cooperation

Pratt, L. (2005) *Strategy and Action Plan for the Development of the Albanian Tourism Sector based on Cultural and Environmental Tourism*. UNDP Albania. Tirana. Available at: <http://www.akt.gov.al/tiny_mce/jscripts/tiny_mce/plugins/filemanager/files/cultural%20tourism%20strategy%20and%20action%20plan%20english.pdf>

PLANETH (2011) *Technical assistance in revision and implementation of the National Strategy for Tourism Development of the Republic of Macedonia 2009-2013*. Ministry of Economy of Macedonia & World Bank- BERIS project

Prespa National Forest Management Body (n/d) *Routes in Prespa*

Prespa National Forest Management Body (n/d) *Prespa: Nature constantly imitates art*.

Prespa National Forest Management Body (n/d) *Prespa Information Centres*

Seizova, S. (2009). *Prespa Park Communications Strategy: Final Report*. UNDP. Skopje. Available at: <<http://www.prespa.iwlearn.org/Trilateral-communications/communications-consultancy-final-report-seizova-2009>>

Serafimova, A (2008) *St George in Kirbinovo*. In: UNESCO, 'Macedonian Cultural Heritage: Christian Monuments', pp186-189. Skopje.

SNV (2009) *Prespa Area Tourism Action Plan*

Society for the Protection of Prespa (n/d) *Society for the Protection of Prespa for man and nature*.

Society for the Protection of Prespa (2001) *Prespa Guide and Map*. Operational Programme for the Environment

Society for the Protection of Prespa (2002) *The Book of Pelicans*. Aage V. Jensen Foundation, Denmark.

Society for the Protection of Prespa (2007) *LIFE-Nature 2002-2007: Conservation of Priority Bird Species in Lake Mirki Prespa, Greece*.

Spitaler, E (2008) *Economic Analysis – Prespa Park Albania*

Svoronou, E. (2003) *Methods of ecotourism and tourism management in protected areas*, Athens: Ministry of Environment (in Greek). Quoted in: Beriatos, E. (2005) PROTECTED AREAS AS SPACES FOR CREATIVE DEVELOPMENT.

Tourism Development International (2010) *Albania Cultural Marketing Strategy*. UNDP Albania. Tirana.

Tsui, B (2010) *The Western Balkans: Land of Discovery*. In: NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER. June 2010.

UNDP former Yugoslav Republic of Macedonia (2009a) *Prespa: A Wetland of International Importance*. Krafting Group, Skopje.

UNDP former Yugoslav Republic of Macedonia (2009b) *Prespa Park: Landscapes and Traditions*. Krafting Group, Skopje.

UNDP Office of Communications/Partnerships Bureau (2008) *UNDP Style Manual*. New York.

UNWTO (2011 a). *Tourism Barometre, July 2011*. Madrid.

UNWTO (2011b) *Tourism Towards 2030*. Madrid.

Regional Environment Centre (2008). *Trans-boundary Diagnostic Analysis: Inception Report*. UNDP.

Whalley, P. (2008) *Review of current Strategic Action Plan for Prespa Park, its development process, current implementation status and challenges*. Available at: <<http://prespa.iwlearn.org/trans-boundary-diagnostic-analysis-and-strategic-action-plan-development>>

Whalley, P. (2009) *Prespa Park Basin: Projects Review (DRAFT)*. Available at: <<http://prespa.iwlearn.org/trans-boundary-diagnostic-analysis-and-strategic-action-plan-development/information-on-relevant-projects-in-the-prespa-lakes-basin-2013-current-and-completed-whalley-january-2009/view>>

WWF (n/d) *Prespa*. In: LIVING WATERS.

10.2 Electronic sources

Accessed between 1 and 25 October 2011:

<www.albaniantourism.com/>

<www.alternativegreece.gr>

<www.apprm.gov.mk/projects.asp>

<www.cantata.eu.com/>

<www.exploringmacedonia.com>

<www.ftu.uklo.edu.mk/eng/indexen.html>

<www.infocentrezagradec.com/index.php?Itemid=1>

<www.investinmacedonia.com/default.aspx?aspxerrorpath=/Page.aspx>

<www.lakedistrict.gov.uk/index/learning/facts_and_figures.htm>

<www.macedoniatourism.gov.mk/>

<www.medwet.org/2008/11/prespa-center-for-nature-and-anthropos/>

<www.medwet.org>

<www.pelagonijaregion.mk/>

<www.prespa.iwlearn.org/>

<www.prespana.gr/>

<www.resen.gov.mk/>

<www.spp.gr>

<www.transnatura.gr>

<www.unesco.org/en/tentativelists/1791/>

<www.unwto.org/sdt/mission/en/mission.php>

<www.viaegnatiafoundation.eu>

<www.visitgreece.gr/portal/site/eot/>

<www.visit-korca.com>

<www.visitpelagonia.mk/>

