

Slow Food®
Macedonia

# АКТИВНОСТИ НА КОНВИВИУМИ

## Водич за организирање на активности, проекти и настани на локално ниво во конвивиумите на Слоу Фуд

slowfood.mk

Подготвиле:

**Вања Тодоровска**
**Ана Караманди**
**Елена Каровска Гошевска**

Користени материјали:
**ВОДИЧ од СФ ИНТЕРНАЦИОНАЛ**

Година на издавање:
**2025**

Овој водич е изработен од Слоу Фуд Македонија во рамки на проектот Зајакнати капацитети на СФМК за агроеколошка трансформација, финансиран од Шведска преку шведската развојна организација We Effect. Шведска и We Effect не мора да ги делат искажаните ставови во овој материјал. Одговорноста за неговата содржина е целосно на авторите.

This guideline was developed by Slow Food Macedonia within the framework of the project Strengthened Capacities of SFMK for Agroecological Transformation, financed by Sweden through the Swedish development organisation We Effect. Sweden and We Effect do not necessarily share the views expressed in this material. The responsibility for its content rests entirely with the authors.

# СОДРЖИНА

**1. ВОВЕД** ..... 5

**2. КАКО ДО УСПЕШНО РЕАЛИЗИРАНА АКТИВНОСТ?** ..... 7
2.1. Уживајте ..... 7
2.2. Започнете бавно ..... 7
2.3. Планирај, планирај, планирај ..... 8
2.4. Одете со рацете широко отворени ..... 9
2.5. Користете го она што го имате ..... 10
2.6. Градете партнерства ..... 11
2.7. Направете одржлив настан ..... 12
2.8. Истакнете го диверзитетот ..... 14
2.9. Инспирирајте се ..... 15
2.10. Организирајте се ..... 17
2.11. Промовирајте ја вашата иницијатива ..... 18
2.12. Споделете ја реализираната активност ..... 19
2.13. Оценете ја реализацијата ..... 20

**3. ПРИМЕРИ ОД СВЕТОТ НА СЛОУ ФУД** ..... 23
3.1.Како конвивиумот Ешвил го става фокусот на Тера Мадре ..... 23
3.2.Размену вање искуства: Шпански и француски конвивиуми ги здружуваат силите ..... 25
3.3.Прв пазар на фармери во Бејрут ..... 27
3.4.Враќање на корените: Вкусот на пченката во Богота ..... 29
3.5.Привлечно за младата толпа ..... 30
3.6.Ископување на вредни лекции ..... 32
3.7.Собири за храната во заедницата: знаења за традиционалната храна ..... 33
3.8.Готвење над оган на отворено, во централна Викторија ..... 34
3.9. Повторно откривање на јарешкото месо: традиционално готвење на високите Алпи ..... 36
3.10.Инволвирање на целиот град ..... 38
3.11.Конвивиуми од Делхи оживуваат локални традиции и градат партнерства ..... 39
3.12.Од семе до чинија: Градина и пазар од учениците во Денвер ..... 41
3.13.„Слоу вечери“ во Единбург: Зајакнување на врските преку редовни собири ..... 43
3.14.Интегрирање на едукацијата за вкус во хотелиерските училишта ..... 45
3.15.Слоу Сестри: Споделување на едукацијата за вкус помеѓу два конвивиуми и континенти ..... 48
3.16.Слоу Фуд на филм ..... 51
3.17.Употреба на локални производи во ресторaните во Монтреал ..... 53
3.18.Давање можност за избор на здрав појадок во училиштата ..... 55
3.19.Зошто вкусот на болничката храна да не е добар? ..... 57
3.20.Искуството во Тревисо ..... 58

**4. ПРИЛОЗИ** ..... 63
4.1 Едноставни чекори во организирање на настани ..... 63
4.2.Мастер план за настан ..... 65
4.3.Буџет за настан ..... 68
4.4.Листа за проверка при организација на настан ..... 69
4.5.Листа за оценување на реализација на настан ..... 69
4.6.Материјали за промоција на настанот ..... 70

**Наместо заклучок:**
**ТИПОВИ НА АКТИВНОСТИ во СЛОУ ФУД** ..... 73


UFO

# 1. ВОВЕД

Добредојдовте во Водичот за настани на конвивиумите, водич кој им помага на лидерите на конвивиумите да си помагаат еден на друг. Овој водич дава насоки за мотивација за мобилизирање на членството, волонтерите, активистите и сите поддржувачи во успешна реализација на поставените цели и активности.

Водичот е посветен на лидерите и членовите на Слоу Фуд конвивиумите во Македонија и содржи насоки за организација на активности на конвивиумот и инспиративни и креативни идеи кои може да се искористат или да се подобрат. Опишаните активности претставуваат начин на кој придонесуваме кон глобалното Слоу Фуд движење. Во водичот исто така се споменати и начините за анимирање на нови поддржувачи и членови и начините за градење на врски во Слоу Фуд заедниците. Сите активности кои ќе ги организирате со својата форма и содржина треба да бидат во еден стил кој е специфичен за Слоу Фуд движењето и го издвојува Слоу Фуд од слични настани кои постојано се организираат од други организатори.

Една од најважните улоги кои вие ги имате како лидер на вашиот конвивиум, е организирањето на активности. Активностите на конвивиумот се многу важни за движењето, бидејќи тие се начинот преку кој се реализира филозофијата на Слоу Фуд. Ваквите активности често се првата точка на контакт помеѓу луѓето - точка помеѓу нас кои сме заинтересирани за добра, чиста и правична храна и оние кои се заинтересирани за нашето движење. Многу лидери на конвивиуми, и најверојатно и вие самите, сте согледале дека колку повеќе активности спроведува еден конвивиум, толку повеќе членови пројавуваат тенденција да се придружат и да го обноват членството. Ова е тоа што ние го посакуваме и што ќе помогне движењето да го зголеми своето присуство и да ја потенцира разликата во нашите заедници. Настаните кои вие ги организирате, се место каде вашите членови се сретнуваат и дружат, споделуваат приказни, сугестии, идеи, а страста која се развива го обединува целото Слоу Фуд движење.

**АКТИВЕН КОНВИВИУМ Е УСПЕШЕН КОНВИВИУМ**

Како што научивме во разговорите со лидерите од целиот свет, конвивиумите може да имаат безброј цели и безброј начини за да ги постигнат тие цели. Но без разлика дали вашата цел е собирање на пари за Тера Мадре, споделување на оброк во смирен амбиент со други членови, едукација, активности за зачувување на биодиверзитет, комбинација од овие активности или нешто сосема друго, **успешна активност е онаа со јасна цел.**

Можностите се различни, а стратегиите многубројни. Од големиот број примери на конвивиуми од целиот свет лесно можеме да увидиме одредени цели и патот по кој се стигнува до истите. Од вечера на која нагласок се става на одржлива практика за рибарење во Шпанија, до успешен прибирач на финансиски средства во Мејн, од пазар на фармери во Либан, до готвење надвор над оган на отворено во Австралија. Се надеваме дека овие приказни ќе ги инспирираат лидерите на конвивиумите, а ќе понудат почетна лекција за нови лидери на конвивиуми. Овој водич потекнува од сите вас и е наменет за сите вас.

Како и секогаш, благодарни сме за целата работа која веќе ја правите во вашите конвивиуми, а со тоа креирате енергичен и динамичен дел од движењето во вашиот регион. За овој водич, одбравме онлајн формат, со цел водичот да може да се прегледува и ажурира на лесен начин, со ваши идеи, сугестии и повеќе примери – само пишете ни на info@slowfood.mk.

Овој водич ги истражува светските трендови и најдобри практики во настаните на Слоу Фуд. Описниот дел се потпира на меѓународни студии на случаи и добри примери. Додека, фотографиите во овој водич служат како визуелна инспирација и доказ за локалниот потенцијал, прикажувајќи ги најдобрите моменти од нашата македонска сцена, инфраструктура и досегашни искуства на Слоу Фуд Македонија и сите домашни конвивиуми и заедници. Тие се тука за да илустрираат како можеме да ги примениме овие светски концепти во нашата земја.

# 2. КАКО ДО УСПЕШНО РЕАЛИЗИРАНА АКТИВНОСТ?

## 2.1. Уживајте

Прво и најважно, основен принцип на Слоу Фуд е задоволството кое може да го искусиме преку храната и ужувањето во неа заедно со другите. Ова е од голема важност не само за активностите сами по себе, туку и за целиот процес на нивно организирање.

Како лидер заедно со вашите членови ќе организирате низа настани кои секако со себе носат и голема одговорност. За да не се доведете во состојба при организирање на настан да бидете во стресна состојба, секогаш поставете си цели чија реализација ќе ви предизвикува задоволство, но истите треба да бидат реални, селектирани во согласност со активностите, инфраструктурата, човечките ресурси и сл. Само така ќе го постигнете задоволството кое во Слоу Фуд е основната цел - задоволство во подготовка на храната, во одгледување, во едукација, задоволство во организирањето на настан.

Ваквиот фундаментален принцип на задоволство е многу важен за да имате подршка во вашите активности. Како што многу конвивиуми откриле од искуство, споделувањето на филозофијата на Слоу Фуд на личен, конвивијален, весел начин, е најефективниот начин за да се организира еден настан и да се ужива во него, но и да се привлечат нови членови. Луѓето може да разберат зошто е важно да се подржуваат локалните производители на храна доколку тие се сретнуваат со фармерот, земјоделецот или со рибарот лице во лице, и се поврзуваат со тие луѓе, со храната на нивната маса и задоволството кое го нуди храната.

Така, уште еднаш повторуваме: уживајте и поминувајте го тоа време со други луѓе.

## 2.2. Започнете бавно

Секој конвивиум е различен: некои имаат ресурси само за да ги планираат трите активности кои се бараат од страна на Слоу Фуд Интернационал и Протоколот за конвивум кој го имаат потпишано со Слоу Фуд Македонија, додека пак други може да се во можност да одржуваат настани еднаш месечно или дури и почесто. За да се биде ефективен и да се остане нормален, значи да се пронајде комбинација и фрекфрентност кои се баш соодветни за вас и за вашиот конвивиум.

**БИДЕТЕ РЕАЛИСТИЧНИ ЗНАЈТЕ ГИ ВАШИТЕ ГРАНИЦИ И ВНИМАТЕЛНО ОДЕТЕ ПОНАТАМУ**

Треба да ги знаете вашите можности и во тие граници да работите. Секако дека треба да пробате да излезете од вашите граници, но тоа да го направите постепено. Не треба да се ограничувате самите себеси, но секогаш треба да ја знаете меката граница над вашите можности.

Останете отворени за разнобразни и креативни идеи и работете за она што е разумно да се прави сега, а што може да почека за во иднина. Исто така земете во предвид што е сезонски, а што може да се одржи во друго време доколку не е сезонски зависно. Заедно подредете ги типовите на активности и целите кои вашиот конвивиум се стреми да ги постигне и започнете со оние активности кои овозможуваат добар вовед за членовите и за локалната заедница, и може да се организираат со ресурсите кои моментално ги имате.

Ако сте нови и сега сте го основале вашиот конвивиум, најдобро е да се држите до организирање на трите настани или активности кои се бараат од Слоу Фуд Интернационал и од Протоколот за конвивум кој сте го потпишале со Слоу Фуд Македонија. Ова ќе ви помогне да изградите моментум и јадро околу кое ќе се акумулираат луѓе за да привлечете повеќе членови и поголемо локално признание, а ќе претставува и цврста основа со која ќе спроведете повеќе амбициозни зафати.

Ваквата база на луѓе не ги вклучува само членовите и потенцијалните членови кои учествуваат во активностите, туку и сите кои се инволвирани во организирањето на активностите. Изводливоста на активностите е многу важна во однос на тоа колку самите организатори ќе уживаат, колку ќе бидат мотивирани, и за нивото на континуитет, кое сите вие може да го постигнете.

Преку анализа која ќе ја спроведете после завршување на активноста, ќе ги увидите и ќе ги подобрите недостатоците и ќе ги нагласите добрите страни при планирање на следните активности. Секако позитивните реакции ќе ве охрабрат за понатамошна работа, но негативните не треба да ве обесхрабрат туку треба да ви се предизвик за подобрување на вашата акција.

## 2.3. Планирај, планирај, планирај

Најдобриот и можеби единствениот начин да се осигурате дека вашата активност или настан се успешни е тие внимателно да се планираат. Точно треба да ги знаете вашите очекувања и кои можни проблеми може да произлезат, така што вие ќе бидете подготвени за било која препрека на вашиот пат. Имањето на брилијантна идеја за активност е дел од процесот на организирање на една активност, но за да се обезбеди успех, вие треба да одговорите на следните прашања:

1. **Зошто?** Која е целта на вашата активност? Што се надевате да постигнете?
2. **Што?** Каков тип на активност ќе биде ова? Која храна сакате да ја нагласите?
3. **Кој?** Кој ќе учествува? Која е најдобрата храна за луѓето да се вклучат во настанот? Кој ќе го одржува? Кој ќе го рекламира? Кој ќе ја снабди храната? Кој ќе готви? Кој ќе чисти?
4. **Кога?** Кога ќе го одржите? Дали е навремено? Кога производителот на храна (едукатор, говорник, специјален гостин, итн.) е слободен, за да земе учество?
5. **Како?** Како вие ќе ја организирате активноста? Каков тип на помош ви е потребна? Каков тип на резерви или ресурси? Како луѓето ќе пристигнат до местото на активноста?
6. **Колкаво количество?** Колку ќе кошта? Колку време или работа ќе бидат потребни за да се организира?
7. **Колку?** Колку луѓе ќе учествуваат? Колкав буџет е потребен за организација на настанот? Колку донации или спонзорства ќе ви бидат потребни?

### Настан за уживање и за активизам

1. Повикајте ги вашите членови со кои ќе го организирате настанот. Настан може да се организира со пет и со 50 луѓе;
2. Одете заедно на локалниот зелен пазар или на фарма кај локалните производители. Купете ги потребните продукти и поздравете се со луѓето кои ја произведуваат нашата храна;
3. Подгответе ја храната заедно во нечија кујна, внесете ја Вашата креативност и знаење во готвењето;
4. Промовирајте го настанот преку локалните медиуми, со плакати, контактирање преку е-меил и социјалните мрежи;
5. Поставете ја трпезата во парк, на фарма, пред градското собрание или преку улица каде има ресторан за брза храна. Анимирајте ги случајните минувачи и поканете ги да Ви се придружат;
6. Јадете заедно, дружете се и разменете мислења на теми поврзани со храната;
7. Актуелизирајте некоја тема или проблем од производството, дистрибуцијата или консумирањето на храна, организирајте тематска вечера или поддржете некоја кампања на Слоу Фуд.

## 2.4. Одете со рацете широко отворени

Како што знаете, ние веруваме дека секој има право на добра, чиста и правична храна, и за нас како претставници на Слоу Фуд важно е да стигнеме до оние кои можеби не се запознаени со овие концепти или со нашата филозофија или немаат пристап до нив.

Финансиите на конвивиумот, желбите и интересите на членовите на вашиот конвивиум во голем степен определуваат кои активности ги спроведувате, но сепак не заборавајте дека типот на активност кој го посакувате, локацијата и цената за учеството определуваат кој може или кој ќе учествува на настанот. Може да најдете различни учесници за секој настан кој го одржувате во текот на годината, со нудење на широк опсег од можности и стигнување до многу различни типови на луѓе – млади или стари, производители на храна или урбани професионалци – а сите тие ќе го зацврстат вашиот конвивиум и ќе го зацврстат Слоу Фуд во вашата заедница.

**Разнобразието-диврзитетот е клучот!**

Специфично гледано, групи кои често се занемаруваат, а кои се можеби ваша цел се оние како:

- **Студенти и млади до 30 годишна возраст.** Поставете флаери или постери за вашите активности на универзитетските кампуси или во локални книжарници или кафе-барови. Организирајте прикажување на филмови (кои секако се фокусирани на храната) или собири како еднодневни скари и пикници, кои може да се привлечни за оваа возрасна група. Целта одржувајте ја доста ниско (и имајте на ум дека многу универзитетски групи често привлекуваат млади луѓе со нивните активности, со ветување за бесплатна храна). Младите луѓе често се многу мотивирани од политичките гледишта на еко-гастрономијата, и може да бидат заинтересирани за книги кои се фокусирани на овие прашања. Исто така веројатно е дека тие ќе отидат на настани на кои можеби малку ќе ги извалкаат своите раце (како на пример берење на овошје или правење на сирење), и најверојатно, исто така се заинтересирани за посета и за запознавање на локални производители на храна.

- **Возрасни лица.** Размислете за организирање на вашата активност заедно со старечки дом/заедница, со помош за старите лица. Пензионираните лица исто така може да имаат ограничувања на буџетот, затоа имајте го ова во предвид доколку вашата активност бара одредено наплаќање. Неколку конвивиуми спровеле активности или програми кои заедно вклопуваат деца или студенти со постари лица во програма која е менторирана. Постарите луѓе може да се потребни поради нивното огромно знаење за храната, традициите или за практиките кои повеќе не се добро познати или многу ценети. Тие може да ја пренесат историјата на локалните традиции на храна - на помладите генерации и тоа лично – што претставува најефективен начин. Поканете ги да одржат говор или да земат учество во вашата активност. Во Италија на пример, пензионираните лица често одгледуваат растенија за храна за мал дополнителен приход и конвивиумите често ги бараат за да им помогнат со училишните градини и да ги водат децата во процесот на засадување на растенијата, одржување на градината и берење на плодови.
- **Локални луѓе / мештани.** Овие групи имаат најцврсти врски со одреден регион и неговата култура за храна, и не треба да се забораваат како важен дел од вашата заедница. Овозможете го и охрабрете го нивното учество во активностите на вашиот конвивиум и замолете ги нив да го споделат нивното знаење со вас.
- **Културолошки групи.** Во Македонија живеат повеќе етнички заедници, тие се извор на разни култури, извор на знаење за разни традиции и производи на храна во својот регион и заедница. Интеракцијата на различни култури кај нас создале одредени традиции за храна кои се посебни за одредена област. Во вашата група вклучете луѓе од различни националности, тие ќе ја збогатат групата со своето искуство.

Слоу Фуд, за жал, понекогаш е погрешно перцепирана како организација која се грижи за гурманите и се смета дека е исклучителна во тој поглед. Ова може да ги обесхрабри луѓето да учествуваат во активности – посебно доколку има тенденција активностите да бидат скапи или да се одржуваат само во скапи ресторани, затоа обрнете внимание.

## 2.5. Користете го она што го имате

Или поточно, кого го имате. Без оглед дали вие имате пет или 500 членови, постои изобилство на таленти, ресурси и контакти меѓу нив кои вие може да ги искористите за да ви помогнат да се осигурате дека вашата активност е успешна. Откријте кои се способностите и интересите на вашите членови и според тоа поделете задачи и одговорности.

Тука влегуваат сите аспекти на една активност - од нејзиното планирање до самата активност:

- Доколку некој член, на пример е искусен писател или графички дизајнер, може да ги искористи тие вештини преку пишување или дизајнирање на впечатливи јавни материјали за активноста или дури и рекламните материјали (на пример, торби за пазарење или маички на куси ракави со логото на конвивиумот на Слоу Фуд), кои може да се продаваат со крајна цел собирање на средства за одредена намена во делувањето на конвивиумот.
- Друг член кој има контакти со медиуми (весници, радио, итн.) може да обезбеди медиумска промоција.
- Некои членови можеби имаат знаења од одредена област (вино, леб, сирење...), потребно е тоа да го искористите да и се фокусирате на темите со кои некој член владее. Овие членови може да бидат носители на одредена активност, да бидат модератори, предавачи на тема од нивната стручност.

- Ако меѓу членовите имате наставници, искористете ги нивните педагошки искуства за креирање на наставни програми во делот на едукација на деца и возрасни.

Научете да набљудувате, можеби во вашето опкружување ќе наидете на идеа или ресурс за некоја од вашите следни активности. Некои од највредните активности не само за организаторите и конвивиумот, туку исто така и за заедницата може да произлезат од односите кои вие ги негувате во вашата средина.

Доколку во ваша близина нема или не познавате луѓе кои имаат ресторани или не ги знаете производителите и готвачите во вашата област, запознајте се и проучете ги начините за соработка.

## 2.6. Градете партнерства

Соработката со голем број на луѓе и организации од локалната заедница, отвора можности и е од клучно значење за зголемување на разновидноста на активностите кои се превземени. Исто така, може да биде многу важно да се обезбедат логистички ресурси, а финансиите, времето и напорите да ги вложите за други потребни работи.

Земете во предвид градење на партнерства:

- Со локални ресторани и готвачи.
- Со локални производители, бизниси и продавачи на големо (посебно оние кои се фокусираат на традиционална и на локална храна): фармери, земјоделци, рибари, касапи-месари, барови, пекари, млекарници, производители на сирење, млекари, продавачи на сирење, увозници и продавачи на вино, преработувачи на храна.
- Со други конвивиуми во областа или подалеку.
- Со локални образовни институции: детски градинки, основни и средни училишта, универзитети и тренинг-колеџи, хотели и школи за хотелиерство, куварски школи.
- Со пазари на фармери од јавни ентитети: локален општински совет, фармерски или организации на производители, локални комерцијални организации, организации за туризам.
- Со локални фестивалски организации, со цел претставување на активности во постоечката локална мрежна рамка.
- Со уметници и музичари.
- Со локални пишувачи или колумнисти за храна.

Соработка може да се остварува во сите облици и форми:

- Воспоставете поврзаност со ресторaните каде што вие може да имате редовни вечери (или други активности), постигнете пониска цена за вашата група, или поврзете се со готвач кој ќе посака да учествува во вашите настани или да ви демонстрира готвечки способности.
- Донациите не секогаш мора да бидат во финансиски облик; вие може да побарате вино, пиво, сирење, земјоделски сиров производ, учество од други производители, итн. Осигурајте се соодветно да го промовирате или да му се заблагодарите на донаторот; запрашајте производители или експерти да дојдат и да одржат говор на вашиот настан и да ги претстават нивните специјални производи.
- Организирајте размени со други конвивиуми: една група може да биде домаќин на другата во нивните домови, може да одат заедно да посетат локални производители или заедно да готват оброци; да одржат заеднички активности со другиот конвивиум (ова може да помогне за поделба на работата за организирање на активноста); или поканете експерти за храна од други конвивиуми - да дојдат и да зборуваат за време на некоја ваша активност.
- Започнете училишна градина; одржувајте после-училишни програми на локално основно училиште; поканете локални наставници или ученици на вашите активности;

- Ангажирајте ученици од кулинарско училиште да дојдат и да готват на настанот од вашиот конвивиум.
- Поставете штанд на вашиот локален пазар на фармери, на кој што ќе можете да направите готвачки демонстрации со производи од пазарот, да ги претставите вашите најомилени локални производители и да споделите информации за Слоу Фуд.
- Пристапете до општински или локални ентитети за грантови за заедници или за организациска подршка на вашата активност; инволвирајте го Слоу Фуд во настани на други организации или групи.
- Одржувајте работилници за дегустација во рамки на фестивали.

И додека приодот до локалните бизниси отпрвин може да изгледа застрашувачки, Слоу Фуд всушност може да го олесни начинот. Оние кои се придружуваат до филозофијата за добро, чисто и правично, онаа која ние ја спроведуваме, ќе согледаат дека има смисла да ги здружат силите со Слоу Фуд.

Објаснувајте им на производителите на квалитетна храна и на ресторанте дека преку вашиот конвивиум ќе се поврзат со потрошувачите до кои тие сакаат да дојдат: Членовите на Слоу Фуд имаат страст кон храната, едуцирани се за тоа што го јадат и заинтересирани се да дознаат како храната се произведува и подготвува.

**Две белешки за внимателност:**
- Градење на партнерство исклучиво со еден (или дури и неколку) исти луѓе или групи, може да биде ограничувачко; новите соработки не само што ќе ги интензивираат врските на вашиот конвивиум со различни делови од вашата заедница, туку исто така ќе делуваат охрабрувачки за поголема разнобразност или диверзитет во однос на самите активности.
- И додека имањето на спонзор, често може да ви помогне за надминување на некои од предизвиците на организирањето на настан, најдобро е да се одбегнуваат врски во кои што спонзорот го определува или диктира било кое гледиште од вашиот настан или доколку работата на спонзорот не е на ниво со таа на Слоу Фуд.

**Забелешка:** секогаш треба да се почитуваат насоките од Правилникот за прибирање средства и Употреба на лого

## 2.7. Направете одржлив настан

Одржливоста е многу важен дел од нашата филозофија за добро, чисто и правично и е многу важна за организирање на активностите. Одржувањето на вашиот конвивиум активен и да биде во можност да организира настани, значи дека е потребно да водите грижа за осигурување на финансиска и социјална одржливост, а во исто време да ја имате во предвид и еколошката одржливост.

**Финансиска одржливост**

Финансиите се од клучно значење за одржување на вашиот конвивиум, да функционира нормално и да биде активен. Кога ќе се појават финансиски проблеми, стресот за надминувањето на таквите проблеми може да ве одвлече од клучната цел на конвивиумот, може да го отежне превземањето или проширувањето на идните активности и проекти, и може дури и да го ослабне конвивиумот.

Планираните активности треба да се во рамките на вашите финансиски можности. Потребно е да се сервисираат постојаните трошоци, но и да се планираат мали заштеди.

- Парите од членаринатa не треба да се користат за организирање или за одржување на активности на конвивиумот, исто така, делот кој се плаќа како членарина и кој го поседува националната канцеларија на Слоу Фуд, не треба да се планира за вакви активности.
- Поседувањето на дополнителни финансиски средства во банка, значи дека вие повремено може да одржите настан со слободен влез или да одржите настан на кој ќе продавате влезници, но мора да внимавате настанот да биде достапен за целната група. Со парите од влезниците ќе ги покриете трошоците за настанот, но тоа треба да биде добро испланирано.
- Вашите заштеди може да се користат за набавка на потрошен материјал, за да се покријат режиски трошоци (интернет, кирија за канцеларија, струја), административни трошоци (банка, нотар, сметководство, институции) или трошоци за планирање (телефон, поштарина, патување, итн.), или за да се проширите подалеку и да издигнете повисок јавен профил (весник, радио или интернет страни, професионално дизајнирани и испечатени постери или флаери). Тоа исто така може да значи дека вие сте во можност да им платите на производителите, на професионалците за потрошеното време т.е. на оние кои се инволвираат во помагањето за остварување на активности како посета на фарми, производствени погони, водење работилници итн.

Настани при кои се генерираат финансии, еднаш годишно, може да се поврзат со одредени проекти (Тера Мадре, некоја публикација) или за зголемување на фондот на здружението.

И додека прибирањето на финансиски резерви може да биде корисно, не е неопходно тоа да правите со секоја активност која ја спроведувате. При организирањето на разни настани, секогаш е важно да се понудат активности кои се бесплатни за учесниците или ефтини за да се организираат.

**Посебно важно:** Собирајте средства за настани кои имаат значителни финансиски расходи или кои бараат пообемно планирање (како за оние активности кои може однапред да имаат потреба од резервации - за ресторан, за хотел или групни излети). Во случај да се регистрирале недоволно учесници а крајниот датум за пријавување кој сте го определиле се наближува, со цел да се покријат трошоците, одложете ја или откажете ја активноста. Осигурајте се навремено да преговарате за цените, со цел да избегнете проблеми или непријатни изненадувања. По пат на внимателно планирање, исклучете го финансискиот ризик од равенката.

**Прибирање на средства, но и придобивки за членовите**

Кога ќе одлучите да продавате влезници внимателно одредете ја цената на влезниците во однос на трошоците за настанот.

Членовите плаќаат пониска, реална цена за влезници, додека останатите гости плаќаат 10-20% повисока цена - а разликата оди во касата на конвивиумот.

**Социјална одржливост**

Многу лидери на конвивиуми, забележуваат дека задачата за организирање на активности често паѓа на истата група на луѓе. Ова е честа појава во општествени или непрофитни-некомерцијални организации, но доколку вие може да пронајдете начини за распределување на работните задачи, тоа ќе спречи недоразбирања или чуство за неправичност или притаено незадоволство во групата.

Инволвирајте ги вашите членови во колективните идеи за настани, и потоа силно охрабрете ги да работат на остварување на нивната идеја. Луѓето е поверојатно да помогнат доколку чувствуваат дека е од ваш интерес тие да учествуваат во активноста. Поттикнете ги вашите членови преку ротирање на одговорноста за организирање на активности, делегирање на задачи и доделување на важни улоги при овие активности. Ова ќе ги охрабри во иднина повеќе да помагаат.

Многу е важно, но многу често и тешко, како што веројатно сите добро знаете, да се наградат оние кои волонтираат жртвувајќи го своето време и енергија. Затоа, доколку е можно, барем обидете се да пронајдете скромни начини да им надоместите на оние чија напорна работа ги овозможила активностите на вашиот конвивиум. Може на пример јавно да ги пофалите и да им се заблагодарите, да им дадете печатена благодарница, бесплатна брендирана шоља, маичка или друг материјал со логото на слоу фуд и слично.

На исто ниво, внимателно разгледајте дали има смисла да прифатите бесплатни добра од фармер или од друг локален производител, бидејќи ретки се оние кои имаат доволно придонеси и кои сметаат дека не им треба или дека не ценат надомест. Исто така важно е вашето членство да запомне дека тие се **членови**, а не обични учесници во активностите организирани од страна на конвивиумот и дека како такви имаат важна улога при организирањето на активностите. Дозволете им на производителите кои се инволвирани во вашите настани, да ги продадат нивните производи кога е соодветно, бидејќи ова може да помогне за покривање на нивните трошоци.

**Еколошка одржливост**

Како движење за еко-гастрономија, мора да пробаме да ги спроведуваме нашите активности на начин кој не е штетен за животната средина.

Управувањето со отпадот е клучен аспект при организација на поголеми настани за храна. Кога е можно, обезбедете алтернативи кои може повторно да се искористат или кои се биоразградливи наместо пластичен прибор за еднократна употреба (чаши, чинии, виљушки, лажици), обезбедете начин за сортирање на отпадот за рециклирање (конзерви, шишиња - може дури да се соберат и да се рециклираат за да се соберат малку пари), соберете материјал за компостирање (компост кој може да се искористи за училишни градини или за локални производители). Доколку работите со производи или со пазари на фармери, не употребувајте пластични кеси и кутии – употребувајте хартиени кеси и продавајте торби за пазарење кои може повторно да се искористат или вклучете ги во цената на влезницата за настаните.

Транспортот е од клучно значење за да се обезбеди дека настанот има еколошка одржливост, бидејќи тој исто така има значителни последици по животната средина во однос на загадувањето и метежот. Имајте за цел користење на повеќе ефикасни или помалку загадувачки начини на транспорт. На пример, урбаните настани идеално треба да бидат лоцирани за да бидат лесно достапни за јавниот транспорт и да овозможат простор за луѓето да можат да си ги остават и заклучат нивните велосипеди, додека пак групни екскурзии може да се спроведат со помалку загадувачки начини на транспорт како со автобуси или возови на природен гас. Вие може да побарате, доколку е можно, членовите да користат заеднички превоз (автмобил) за средби или за настани.

Понатаму, употребата на локални производи од локални производители за вашата трпеза, значително ја намалува потрошувачката на гориво и загадувањето.

## 2.8. Истакнете го диверзитетот

Слоу Фуд работи за заштита на диверзитетот (разновидноста) на нашата храна и на начините на живот кои се инволвирани во нејзиното производство. Слично на тоа, активностите на вашиот конвивиум, треба да ја искористат предноста на сите можности кои ги нуди диверзитетот, во однос на самата активност, луѓето кои сакате да присуствуваат, луѓето со кои соработувате, храната која ја опишувате, посетеноста, местото на кое што ја спроведувате активноста – со други зборови: секој посебен аспект на вашите активности, пред, за време на настанот и потоа.

Ова ќе придонесе различните настани да бидат поинтересни за луѓето, да организираат и да присуствуваат, ќе привлечете многу различни типови на луѓе кон вашите активности; ќе донесете нови членови од сите сфери на животот; вашиот конвивиум ќе биде поврзан со повеќе локални ентитети како производи-

тели и бизниси; и моментумот и интересот генерирани од сето ова ќе помогнат за генерирање на интерес и на идеи при организирање на идните активности на вашиот конвивиум.

Не се ограничувајте и не се претворајте себеси во „типичен клуб со влезници“. Слоу Фуд е многу повеќе од едноставно излегување во ресторан одвреме навреме, или учество во забави со вечери заради вашите пријатели. И додека вие, како важен дел од Слоу Фуд, работите за зачувување на светскиот биодиверзитет, вие исто така треба да земате примероци од него, за да уживате во него и за да се потсетите зошто сте се инволвирале во такво нешто.

Исто така запомнете, вашиот конвивиум е уникатен меѓу организациите на Слоу Фуд, различноста и посебноста на вашата сопствена заедница е тоа што го прави Слоу Фуд толку разнообразна и просперитетна заедница. Ние ве охрабруваме да проучувате што е тоа што е специфично за вашата заедница - за да го нагласите. Правејќи го тоа, ќе најдете ресурси, уживање и пријатели за кои никогаш не ни знаевте дека се тука.

## 2.9. Инспирирајте се

**Небото е граница!**

Тука е претставен само пресек на многуте активности кои ги организираат конвивиумите низ целиот свет. Во овој водич се наведени примери за различните типови на настани.

**Задоволство!**

Активностите на вашиот конвивиум – како и самата Слоу Фуд – се фундаментални заради задоволството: задоволството од заедничката средба и уживањето во добрата храна. Задоволство при вашите активности - задоволство исто така може да се пронајде во изучувањето на диверзитетот / разнобразието во вашиот регион. Вклучувањето на различни возрасни и етнички групи е начин на кој вашиот конвивиум ќе ги прошири своите хоризонти и фокусот на своите настани. Споделувањето со други конвивиуми, кои се во близина, или кои се поодалечени, преку заеднички активности, исто така може да послужи во прилог на оваа цел. Иако задоволството е дел од сите активности на Слоу Фуд, тоа е посебно видливо при:

- Вечери
- Поврзување на храна со култура (филм, музика, итн.)
- Заеднички/споделени активности со други конвивиуми
- Патувања и излети
- Вклучување на разнобразни групи од вашиот регион
- Специјални активности (печења, готвења, избори, итн.)

Многу од активностите на вашиот конвивиум, исто така ќе отсликаат еден или повеќе елементи од мисијата на Слоу Фуд:

**Зачувување на биодиверзитетот**

Активности и проекти кои ќе ги нагласат и подржат локалните производи на храна, како и производи од заедниците на Тера Мадре или проекти на Слоу Фуд, како Арката на вкусови и Президиумите, претставуваат многу ефикасни начини за придонес во заштитата на традиционалните сиреења, житни култури, зеленчуци, овошја и животински раси кои се во опасност од исчезнување. Еве некои примери од конвивиуми низ светот, кои зачувувањето на биодиверзитетот го направиле да биде фокус на активност или на проект:

- Промоција на производ од Арката на вкусови или од Президиум
- Одржување на Тера Мадре заедницата и на конвивиумите кои се произлезени од заедниците на Тера Мадре
- Фестивали и саеми
- Промоција на локално знаење за традиционална храна
- Прибирање на фондови

**Едукација за вкусови**

Идејата дека вкусот не само што треба да се негува туку треба и да се едуцира, нагласува како пријатното гледиште на дегустацијата е поврзано со големо количество на знаење, кое може да информира за искуствата за храната на секоја возраст. Можете да прочитате повеќе податоци за овие програми изготвени од канцеларијата за едукација на вкус. Конвивиумите заедно лансирале многу енергични и живописни едукативни активности и програми, кои вклучуваат:

- Сетилни работилници за деца
- Работилници за дегустација, за возрасни
- Слоу Фуд во училишта (кафетерии, фарма до училиште, училишни градини, курсеви за наставници)
- Курсеви за членови и мастери за храна и пијалоци
- Часови за готвење
- Проекти за заедници (во болници, затвори, итн.)

**Поврзување на производители со ко-производители**

Прикажувајќи го неверојатниот диверзитет на производители во нивната област, конвивиумите отвораат многу можности за долготрајни размени и за воспоставување на врски помеѓу производителите и ко-производителите (од кои многу се членови на Слоу Фуд). Типови на активности се:

- Промовирање на локални производители
- Промовирање на локален производ
- Посети на фарми или на производители
- Пазари на фармери
- Средби на готвачи со локални производители
- Фестивали и саеми
- Прибирачи на фондови

**Кампањи**

Кампањите служат за актуелизирање на одредено прашање во заедницата. Вие може да започнете локална кампања со вашиот конвивиум или преку вашиот ковивиум да се спроведува некоја од кампањите кои се веќе востановени од Слоу Фуд Македонија како што се Slow Wine, Slow Fish, Млеко и други.

Кампањата е планиран збир на активности што луѓето ги спроведуваат во одреден временски период со цел да постигнат нешто како што се социјални или политички промени, а во нашиот случај промени во однос на храната, нејзиното одгледување, подготовка или конзумирање. Со кампањата треба да се постигнат конкретни цели преку координирање на активностите низ повеќе канали. Кампањите може да се користат за да се промовираат производи, да се изгради свесност за одреден проблем, да се вклучи јавноста по однос на некој локален проблем, или да се поттикне јавна конверзација. Кампањите често вклучуваат мешавина од тактики како што се достапност до е-пошта, објави на социјалните мрежи, реклами, маркетинг содржина и јавни настани.

Кампањите се од витално значење бидејќи обезбедуваат фокусиран пристап кон постигнување на одредена цел. Со таргетирање на конкретна публика со избрани пораки, една кампања ги зголемува шансите за ангажирање и успех.

Како да креирате ефикасна кампања? Ефикасната кампања започнува со јасни цели и длабоко разбирање на вашата публика. Дефинирајте мерливи цели и изберете ги вистинските канали за да допрете до вашата публика. Направете привлечни пораки и визуелни слики и следете ги перформансите во текот на кампањата за да ги оптимизирате резултатите. Успехот лежи во планирањето, извршувањето и постојаната префинетост.

**Лобирање**

Лобирање е секој обид на поединци или групи кои имаат одреден интерес да влијаат врз одлуките на владата. Во оваа смисла секој конвивиум, доколку има капацитет може да лобира за одредена работа која е поврзана со филозофијата на Слоу Фуд. Лобирањето може да се однесува и на одлуките кои ги

донесува една општина. Едноставен пример на лобирање може да биде следниот пример: Да речеме, општинската управа управува со локалниот пазар, а на тезгите дозволува да продаваат само препродавачи на зеленчук од големи домашни и странски производители. Ние како конвивиум, може да лобираме или да воспоставиме контакти со некое лице од општината кое би му сугерирало на општинскиот совет да ја смени одлуката и да одлучи дека на пазарот може да продаваат и мали производители кои имаат мало производство. Друг вид на локално лобирање може да биде лобирање во едно училиште, преку разговор со наставниците или презентација од страна на конвивиумот, да се овозможи отварање на Слоу Фуд училишна градина.

## 2.10. Организирајте се

**Одредете цел на активноста**

**Изберете порака** која сакате да ја испратите преку активноста. Настаните на Слоу Фуд конвивумите имаат социјална, политичка и едукативна намена. Кога ги каните луѓето, јасно назначете им каков тип на активност ќе организирате, како и каде ќе биде организиран настанот, дали ќе треба да понесат тие нешто со себе. На пример ако е тоа Eat-in настан назначете дека ќе јадете на јавно место со цел да се привлече внимание кон структурните нееднаквости во нашиот систем на храна, како и потребата за повеќе добра чиста и правична храна. Ако настанот е „Диско супа“ назначете дека ќе се готви супа од зеленчук кој се фрла на пазарите, но кој може да се искористи, за да се подигне свеста против фрлањето на храна. Размислете кого ќе поканите да го отвори настанот или да одржи некаков говор. Во зависност од настанот тоа може да биде влијателна личност од јавниот живот, производител, учител, готвач, лидер на конвивиум со кого соработувате и сл.

**Дајте им тематика на настаните.** На пример, јадете храна која ја подготвувале вашите баби и дедовци, зборувајте за климатски промени и сл. На настаните насочени кон јакнење на заедницата можат да учествуваат претставници од повеќе места и градови како и да се соберат повеќе заедници. Настаните може да послужат за различни намени, за пласирање на пораки и промовирање на различни идеи кои консументите ретко имаат можност да ги слушнат.

**Формирајте тим за планирање и реализација**

Вашата тенденција како организатори е да работите со пријатели кои веќе ги имате и со заедници кои веќе ги знаете. Ова е одлично за почеток, но вашата активност може да биде поефективна и да има повеќе влијание, ако допрете до луѓе кои не ги познавате и ги поканите да учествуваат во планирањето.

Ви препорачуваме да започнете со покана на секој кој сака да учествува во вашата иницијатива, да се здружите заедно и да разговарате што може да се постигне како група. Одредете место и датум за средба - добро е да се одржи што е можно побрзо, бидејќи за организација на еден настан потребно е повеќе време.

**Изберете ја вашата иницијатива и локација**

Со вашата група за планирање, дискутирајте за идеи за начинот на иницијативи кои може да се организираат. Поминете некое време во размислување за вашиот град, неговите вредности и тековната култура на храна, што го прави единствен или што би сакале да видите за да се подобри? Потоа размислете која публика сакате да присуствува - родители, наставници, млади луѓе, политичари, новинари или мала група на членови. Што ќе ги привлече нив? Зошто треба да дојдат на вашиот настан? Што е она што ќе го направи вашиот настан значаен?

Запомнете, може да бидете креативни со вашата локација. Настанот може да биде одржан на фарма или во центарот на заедницата, локалното кино, ресторан или училиште, но може и во вид на забава во соседството, возење со велосипеди, воз или кола. Ако е Eat-in настан, а сакате да биде порадикален одберете на пример, покрив на зграда, централен парк, наспроти локал за брза храна и

сл. Локацијата треба сама по себе да има некоја содржина и да привлекува внимание.

**Внимателно составете ја листата на гости.**

Секако, поканата ќе зависи од видот на настанот, темата која ќе се обработува, локацијата на која ќе се реализира, начинот на кој ќе се спроведува и сл. Но, освен модераторите на настаните, најнапред поканете ги пријателите, потоа пријателите на пријателите, овластени лица од градските власти, училиштата, новинари и сл.

**Вклучете ја вашата заедница и ширете ја идејата**

Кога ќе ги обезбедите деталите за вашата иницијатива, започнете со ширење на идејата. Видете го делот подолу за промовирање на вашата иницијатива.

Промовирајте го колку што можете пошироко испраќајќи апел до повеќе луѓе кои сакате да присуствуваат. Не заборавајте да доставите информации како што се адреса и пристап до неа (со кола, јавен превоз) и дајте им до знаење на луѓето што треба да донесат.

**Потрудете се да биде забавно**

Немојте да претерувате со зборување за апокалипса на храната. Настаните треба да се форма за нудење на алтернатива во решавање на некој проблем, место за слава на храната и уживањето во неа - наместо да барате индивидуите да прават жртви за повисока цел, приближете ги за да го прослават благодатот за кој сите работиме да го постигнеме.

## 2.11. Промовирајте ја вашата иницијатива

**Информирајте ги медиумите**

Појавувањето во медиумите може да ви помогне да ја промовирате вашата иницијатива. За да направите поефективно појавување во медиумите, напишете соопштение за јавност употребувајќи ги петте компоненти споменати подолу и напишете по неколку реченици за објаснување. Потребно е кратко, ангажирачко резиме што ги вклучува следните точки:

**Кој:** Слоу Фуд (името на вашиот конвивиум)

**Што:** Слоу Фуд (името на вашиот конвивиум) планира (внесете објаснување на настанот пр.едукација за вкус) за прослава на храната, локално во вашиот регион

**Каде:** (внесете ја локацијата и адресата)

**Кога:** датум

**Зошто:** Една реченица зошто се организира настанот и неговото локално значење.

ЗАБЕЛЕШКА: Слоу Фуд Македонија ќе го објави вашето соопштение преку своите медиуми на интернет.

**Писма до медиумите**

Дознајте што вашиот локален медиум (радио, ТВ, весник, портал) прифаќа во однос на зборови и други директиви. Еве некои основни поими за да ги имате во предвид:

- Размислете за нови начини на дискусии и презентирајте единствени решенија за предизвикот. Нагласете ги бенефициите на локалниот регион.
- Пишете јасно и концизно, следете го ограничувањето на уредничката страна.
- Вклучете ги вашите важни точки во првите неколку параграфи. Употребете факти со цел да го подржат вашиот аргумент.
- Внесете го вашето име вклучувајќи го вашиот телефонски број и електронска пошта, за весниците да внесат дека вие сте тие кои го пишувате ова.

- Мејл, факс или електронска пошта на адресата која е наменета за објавување.
- Направете повик до уредникот за да го потврдите испраќањето и прашајте кога ќе биде објавено.

**Користете ги сите достапни алатки за промоција на настанот**

**Постери и флаери**

Користете графички материјали одобрени од Слоу Фуд за да направите постери и флаери и да ги однесете до места каде што ќе бидат поделени: училишта, библиотеки, пазари на фармерите, продавници и др.

Користете електронска верзија или направете го вашиот флаер во ПДФ формат и испратете го сите членови на вашата мејл-листа, замолете ги да го испечатат и да го носат на своето работно место, училиште, фитнес центар и слично.

**Интернет**

Регистрирајте го вашиот настан на вебсајтот на Слоу Фуд Македонија. Ова ќе ги информира Слоу Фуд и другите луѓе што вие правите.

Објавете ги деталите за вашиот настан на што е можно на повеќе форуми, како:

- На вашиот личен профил или на страна на конвивиумот
- Facebook или X (поранешен Twitter)
- Други интернет страници каде јавноста ќе има пристап до информациите

Исто така испраќајте флаери по мејлови, информирајќи ги сите ваши контакти што правите и зошто е добро тие да присуствуваат. Замолете ги овие информации да ги пратат и на нивните контакти.

**Социјални мрежи**

Социјалните мрежи и алатки како што се Facebook или X (поранешен Twitter) може да бидат многу ефикасни во промовирањето на настан. Може да ги употребите овие алатки за да го промовирате вашиот настан, да го зголемите бројот на учесници и да ја пренесете вашата порака.

Осигурајте се дека луѓето ќе ја следат Facebook страна за да бидат во контакт со вас, со цел да придонесат за активностите. Потенцирајте им да стават “Like” на Facebook за да ги следат вашите постови и да постираат свои постови со цел да се создаваат масивни фото албуми. Исто така, во своите постови може да го означат вашиот профил со предзнак @ и #, на пример: @Slowfoodmacedonia / името на вашиот конвивиум и #СлоуФудМакедонија / името на вашиот конвивиум. Потсетете ги да ве следат на X (поранешен Twitter) и Instagram.

**Соработувајте со конвивиумите, заедниците, националната организација**

Соработката е одлична можност да се изградат врски и да се запознаат луѓе кои веруваат во истите цели во кои верувате и вие. Ако сте дел од Слоу Фуд конвивиум, но не сте биле во контакт со заедниците или конвивиумите во вашиот регион, контактирајте ги и здружете се за да направите поефективен настан. Луѓето генерално сакаат да се социјализираат и да прават заеднички работи, така што заедничките настани ќе предизвикаат општо задоволство како кај организаторите, така и кај публиката. Доколку ја следите веб страната на Слоу Фуд Македонија, може да ги разгледате активностите на конвивиумите и заедниците и да изберете кој ќе побарате за соработка за идниот настан. На крај, побарајте соработка или помош од националната Слоу Фуд организација.

## 2.12. Споделете ја реализираната активност

**Документирање на настанот**

Настаните се секогаш можност за привлекување на внимание, затоа, известете ги локалните весници, радио, блогови и новинари пред самиот настан. Обезбедете камера или фотоапарат за да имате слики и видеа од настанот. Поставете ги сликите и видеата на Facebook, Instagram и Youtube, напишете статија за настанот на нашата веб страна или на профил на социјалните медиуми.

Кога луѓето ќе ве прашаат што е следно, одговорете: „Организирање на уште еден настан. Поголем. Подобар.“

**Што да направите последно**

Настанот кој го организирате може да има незаборавно влијание. На пример, може да основате или да промовирате некој локален производ или производител – кој е добар, чист и правичен, поврзан со културата и историјата на вашиот регион, и е во опасност од изумирање или не е доволно познат. Има неколку начини да го вклучите производот во вашиот настан: на пример, ставете го производот во фокусот на работилница за вкус или во фокусот на дегустација за време на вечерата, посетете ги производителите и слично.

Собирајте имиња и контакти (посебно е-маил контакти) од подржувачите кои учествуваат на настанот и останете во контакт. Ова може да го направите и пред тоа, со правење на листа на посетители кои очекувате да дојдат, но имајте и дополнителни методи кои ќе ги користите за луѓето кои дополнително ќе дојдат (на пример листа за запишување).

После настанот, останете во контакт со тие што учествувале. Може да му пратите мејл со благодарност што го посетиле настанот. Искористете ја можноста да ги зајакнете вашите врски со другите организации, локалните власти и членови на заедниците за градење на посилна врска за добро, чисто и правично производство на храна и консумирање во вашиот регион. Поканете го секој кој моментално не е член на Слоу Фуд да биде дел од вашиот конвивиум, упатувајќи го до интернационалната страна на Слоу Фуд, до националната www.slowfood.mk во делот „придружете ни се“ или директно до конвивиум лидерот.

## 2.13. Оценете ја реализацијата

**Следење.** Обезбедете e-mail адреси од сите учесници на настанот и потоа напишете една порака како заклучок и преку мејлот ќе ги размените контактите помеѓу сите учесници на настанот.

Создадете платформа на Google, X (Twitter) или Facebook група, така што сите што биле на настанот да може да останат во контакт. Слоу Фуд настаните ги зближуваат луѓето од заедницата на кои им е грижа за храната. Не пропуштајте да ја охрабрите таа заедница да продолжи со работа заедно на полето на храната и не пропуштајте да им се овозможи на повеќе луѓе пристап до добра, чиста и правична храна. Доколку ваквите настани се одржуваат глобално и секоја група која прави настан стане дел од заедницата на „одоговорни консументи“, тогаш ќе изградиме мрежа на регионални заедници и конвивиуми, за кои што можеме да кажеме дека претставуваат движење. Кога луѓето (а и политичарите) ќе ги забележат социјалните движења, тогаш нештата започнуваат да се менуваат.









фотографии од архивата на Слоу Фуд Македонија








фотографии од архивата на Слоу Фуд Македонија

# 3. ПРИМЕРИ ОД СВЕТОТ НА СЛОУ ФУД

## 3.1.Како конвивиумот Ешвил го става фокусот на Тера Мадре

**Конвивиум Ешвил**
**Ешвил (Asheville), Северна Каролина, САД**
**Настан: Тера Мадре прибирач на фондови**

„Усните на полжавот“ (The Lips of the Snail) е настан за собирање на средства (или: донаторска акција) за „Тера Мадре“ во Ешвил (Asheville), чија првична цел беше да се соберат пари за авионски карти за испраќање делегати на Тера Мадре во Торино, Италија. Меѓутоа, настанот станал толку многу популарен, што конвивиумот во Ешвил започнал да го организира секоја година. Со многу храна, пиво, музика во живо и впечатливо име, собирањето на средства во Ешвил не може, а да не биде успешно.

Конвивиумот Ешвил бил основан во 2004 години во град со околу 80,000 луѓе, најголем во неговата област. Ешвил веќе бил локација во која се наоѓала невероојатна инфраструктура на пазари на фармери, како и проектот за одржливо земјоделство во регионот Апалачи (Appalachian Sustainable Agriculture Project (ASAP)), кој ја промовирал локалната храна на регионот. Така, таму имало многу луѓе кои веќе го посетувале, па веќе брзо по основањето, Слоу Фуд конвивиумот можел да се пофали со 50 членови со платена чланарина, како и база на електронска пошта од над 400 луѓе, од студенти до пензионери.

Настанот ,,Усните на полжавот - The Lips of the Snail” или, собирачот на фондови за Тера Мадре, се случува кон средината на септември, а целта е собирање пари за авионски билети за некои нивни делегати.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Оваа година имаме 10 луѓе кои одат на „Тера Мадре“, од кои четворица можат да платат за себеси, но за преостанатите шест, нема начин да појдат во Италија. Сепак, постоеја одредени можности, како на пример преку проект на „Организацијата за нативни растенија од планината Смоки“ (Smoky Mountain Native Plants Association), со кој на луѓето им е дозволено на соодветен начин да го берат овој див лук од националниот парк. Оттаму групата делегати ја нарековме „диви-лукари“ – по самоникнатото растение кое е премногу луто и изгледа како млад лук кога ќе го ископате. Многу од инволвираните луѓе преживуваат од парите кои ги заработуваат од ваквиот начин на земјоделство/собирање плодови. Така, еден од делегатите од округот Грахам, на околу 145 километри од Ешвил, веројатно никогаш не бил подалеку од Ешвил, затоа, посетата на Италија за него е начин психички да се релаксира.“

**Идеја: Усните на што?**

Пред неколку години имавме многу успешна скара со печено прасечко месо и знаевме дека сакаме убава забава. Именувањето на „нештото“, беше еден од најтешките делови, и не можам да ви објаснам колку луѓето не контактираа, обидувајќи се да го смислат вистинското име.

Така се случи ,,Усните на полжавот”, а сите љубопитно прашуваа , ,,Што е тоа?”, што беше одлична можност да се привлече публиката а луѓето да прават муабет за Слоу Фуд и Тера Мадре. Знаевме кои се нашите слушатели и кои се нашите цели, а ,,Усните на полжавот” е тип на фенси – забава, што е одлично за нашата заедница.

Настрана од името, клучното гледиште за успехот на овој настан беше нашиот одбор од 11 членови кои го планираа целото „нешто“ – а за поздрав е не само нивната поврзаност, туку и нивниот ентузијазам.

Делегирањето и следењето се навистина важни; тоа сериозно помага во насочувањето на луѓето кон она што го прават. Еден сопственикот на B&B стана член на одборот за време на настанот, па ние имавме пивница која го доби донираното пиво и ја организираше забавата, со три локални бендови кои настапија бесплатно.

Потоа, многумина од нас се во прехранбениот бизнис, па можеме да поврземе 15 ресторани кои  донираат, потоа и три пекари, и два локални продавачи на големо, кои донираа 136 килограми месо. Главниот трошок беше изнајмувањето на мебел и потрошен материјал – кој, со попустот за изнајмување што го доби сопственикот на B&B, достигна сума од неколку стотици долари.

**Фондови, и како ние ги добиваме**

Кај повеќето прибрани фондови, билетите чинеа 30$, ама другата добра идеја беше тивка аукција, каде сите беа донирани како вечера за двајца, ден во спа-центар, книги, керамични предмети и сл. Ова ни донесе 2,500$ и за нас беше многу поуспешно отколку билетите за томбола, која ја правевме пред неколку години, и каде одевме на  варијанта секој билет да не е добитен.

**Промовирајте!**

Втората клучна работа за успехот на овој настан беше тоа што имавме добар графички дизајнер. Важно е да се добие нешто што изгледа професионално изработено, и ние за рекламирање го имавме овој сладок мал полжав со усни. Другиот член на одборот постави пејпал – PayPal (интернет сервис за трансфер на пари) на нашата веб страна, за луѓето да можат да купат билети преку интернет. Нашето рекламирање често беше бесплатно, благодарение на врските на членовите од нашиот одбор со медиумите. Имено, два члена на одборот се пријатели со газдата на локалното јавно радио, така што бевме доста експонирани на овој медиум. Еден алтернативен неделник ни дониираше рекламен простор, и поради тоа што поседувам ресторан, имав и мој маркетинг-работник, па испратив меил-пораки до сите од списокот. Еден од локалните пица-мајсотри – кој исто така е член на одборот и кој оди на Тера Мадре како делегат – постави мали флаери на масите во неговата пицерија неколку недели пред настанот. Накратко, секој член на одборот е навистина инволвиран во локалната заедница за храна и  сите ние се приклучивме на нашите локални пазари за да го промовираме настанот. Но, веројатно најголемото рекламирање за следното случување е настанот кој моментално го имаме. Ова беше толку позитивно искуство за многумина па, кога и да се спомнат ,,Усните на полжавот”, луѓето знаат за што станува збор и стануваат многу заинтересирани за настанот. Во таа смисла, убаво е да се има име што се памети, така што луѓето ќе го запомнат убавото време поминато на настанот и ќе им раскажуваат на пријателите, подготвувајќи терен за следната година.

**Бонуси и што ние научивме**

Ние се надевавме дека ќе заработиме 6,000$ за авионските билети, но добивме скоро 8,000$. Поголемиот дел од овие средства сепак се за авион, но сега знаеме дека ќе го одржуваме настанот ,,Усните на полжавот" секоја година, а не само во годините кога се случува Тера Мадре, за да собереме пари и за други настани.

Составуваме книга од белешки според кои ќе работиме за нашиот следен настан. Филозофијата на нашиот конвивиум е нештата што повеќе да се одржуваат по разумна цена, за да добиеме подршка за настанот - Слоу Фуд САД.

Инаку, забележавме и друг момент: имаме многу храна која останува. Тоа е навистина деликатно затоа што не знаете колку луѓе ќе се појават. Веројатно ќе се обидеме да ја кажеме приказната за Тера Мадре и за Слоу Фуд малку порано, бидејќи на крај вистинската цел на настанот е да се разбере оваа интернационална заедница на храна и нејзината филозофија."




**Посетата на водечки меѓународни настани не е само инспирација, туку и директна инвестиција во знаењето и квалитетот на нашата локална продукција. Учество на Тера Мадре Салоне дел Густо, 2018 во Торино, Италија со делегација од 30 луѓе и буџет од повеќе извори, меѓу кои и кофинансирање од учесниците. (Фото: Дел од делегацијата на ТМСДГ 2018, Торино, Италија - потврда за капацитетот и подготвеноста на нашиот тим за големи, меѓународни формати.)**

## 3.2.Разменување искуства: Шпански и француски конвивиуми ги здружуваат силите

**Конвивиум Беарн и конвивиум Сарагоса**
**Беарн, Франција; Сарагоса, Шпанија**
**Активност: Здружен настан на конвивиуми**

Премостувајќи ги Пиринеите во Франција и во Шпанија, конвивиумите Беарн (Béarn) и Сарагоса се здружија за да ги споделат искуствата во нивните соодветни региони. Откривањето на шпанскиот регион Арагон од страна на конвивиумот Беарн, создаде можности за здружување на силите, за да се продолжат традициите со храна во овој фасцинантен регион. Конвивиумот Беарн е сместен на северната граница на француските Пиринеи, во регионот Аквитен (Aquitaine). Овој дел на Пиринеите се состои од два историски ентитети: покраината Баскија,

распослана кон брегот на Атланскиот океан и Бајоне (Bayonne) и Беарн, групирани околу градот Пау (150,000 жители). Основан во јануари 2001 година, со околу 100 членови во првите неколку години од кои мнозинството пензионери, особено од наставните професии, а една третина составена од професионалци инволвирани во квалитетно производство на храна.

## НИВНАТА ПРИКАЗНА

„За да го одржиме членството, моравме да организираме активност за еден месец и преку пошта да испратиме шест до седум информативни писма на различни страни, бидејќи 40% од нашите членови немаат пристап до електронска пошта. И покрај нашите напори да варираме со активностите и да бараме спонзори, како и покрај почитта која сме ја стекнале во Беарн и мрежите што сме ги создале со други организации, регрутирањето на новите членови беше многу тешко.

Во Беарн, доколку сакаме да собереме повеќе од 30 членови за работилница која ќе вклучува и ужина/храна, не можеме да го надминеме трошокот од 30-35 евра по човек, а тоа го ограничува нашиот фокус на активностите. Забележавме дека членовите кои се придружиле во 2001, имале очекувања воглавно во однос на гастрономијата, на откривањето на новите вкусови и на забавата. Денес, нашите членови пројавуваат тенденција да бидат повеќе загрижени околу етичките прашања.

**Студиско патување овозможува можност за размена**

Во август 2005 година, делегации од нашиот конвивиум и од конвивиумот Сарагоса во Шпанија, секоја оставена од пет члена се сретнаа во Канфранк-Canfranc, Франција. Дискутиравме за многу потенцијални заеднички активности, вклучително и за: студиско патување до провинцијата Хуеска, за конвивиумот Беарн, посетата на делегацијата од конвивиумот Сарагоса, како подршка за изложбата на Слоу Фуд во Монтпеље насловена „За потеклото на козите“ (Aux Origines du Goût), заедничката соработка со производителите, подготовка на информативни материјали во однос на заштитата на биодиверзитетот и наследството од храна во согласност со методологијата развиена во Аквитен и Средни Пиринеи (Midi-Pyrénées), и проучување на изводливоста за изложба на тестенини која би се случувала на две години и која алтернативно би била лоцирана во Аквитен и во регионот Арагон.

**Откривање на друг регион**

Со група од 40 членови од Беарн, меѓу кои и многу одлични производители, во ноември 2005 година тргнавме кон Арагон. Конвивиумот „Слоу Фуд Сарагоса“ ја организираше нашата посета и нè водеше да се запознаеме со нивните квалитетни производи. Главната цел на средбата беше да ги споредиме искуствата за тоа како ги промовираме нашите извонредно квалитетни производи. Исто така, разговаравме за социјалните прашања и сличностите меѓу нашите два региона. Имаме заеднички интереси во врска со биодиверзитетот и обновувањето на автохтоните раси и видови, поради што работиме на сличен начин кога станува збор за вкусот и квалитетот. Ја откривме и продавницата за тестенини „Аскасо“ во Хуеска, која произведува торти и бисквити, многу слични на „Russe“ од Олорон. Ова ја потврди идејата за заеднички настан за тестенини на која било страна од Пиринеите.

Освен нивната симболична улога за производителите, овие размени и средби „на терен“ ни овозможуваат да ја согледаме комплементарноста на нашите два пиринејски региона. Тие ни помагаат да процениме како древните историски врски – на пример, преку патот Камино де Сантјаго – денес може да се обноват како културолошки проект за промовирање на висококвалитетни производи.“

## 3.3.Прв пазар на фармери во Бејрут

**Конвивиум Бејрут**
**Бејрут, Либан**
**Настан: Пазар на фармери во Бејрут**

Конвивиумот Бејрут е основан во 2000 година, и генерално е мал конвивиум со само 10на членови, но истовремено многу активен. Нивната цел од самите почетоци е да изградат мрежа од луѓе заинтересирани да помогнат во активностите за промовирање на филозофијата на Слоу Фуд. Во директна соработка со малите производители, конвивиумот го отворил првиот пазар на фармери во Либан – „Сук ел Таjеб“ (Souk el Tayeb). Пазарот „Сук ел Таjеб“ им овозможил на либанските производители да ги пласираат своите производи, а воедно да се организираат и дополнителни активности како што се посети на пазарот и часови по готвење за деца.



**Нашиот тим учи да ги пренесе и примени европските знаења, искуства и практики во постојните работни процеси, преку учење од странски примери. (Фото: Групна посета на сирењара во Кастелмањо, Италија, 2016 г.)**

**Добивање на официјална помош и подршка**

Имавме одредени тешкотии во приоѓањето до локалните власти, кои не секогаш се кооперативни со ваквиот тип на иницијативи, но на крај добивме дозвола за да користиме паркинг простор и тоа секоја сабота, од 9 наутро до 14 часот попладне. Во моментот, локалните власти не обезбедуваат никаков дополнителен тип на помош или  подршка. Комитетот на основачкиот пазар е тој што ги подржува сите проекти што ги развиваме.

**Заедници за храна од цел Либан**

Денес на пазарчето 40 заедници за храна ги продаваат своите производи. Некои од нив се индивидуални производители, а некои претставуваат заедници од дури 100 луѓе. Во моментот имаме повеќе преработени отколку свежи производи, освен некои плодови или леб. На пример, продаваме џем, сушено или конзервирано овошје и закиселен ферментиран зеленчук. На пазарот сеуште не се продава високо-расиплива храна како што е месо, бидејќи практично гледано,

## НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Нашите активности беа природна еволуција на долгото работење со производителите низ Бејрут. Во текот на неколку години, дојдов до голем број на мали производители и заедно работевме на квалитетот. Отпрвин работевме многу практично, испробувајќи различни техники. Тековно, функционираме на ефикасен и структуриран начин, на пример- утврдувајќи протоколи за квалитет.

Но, за што ќе употребите еден квалитетен производ кој не можете да го продадете? И не само да го продадете производот, туку и производителот, неговите техники, неговата територија, и вредностите кои тој ги зачувал. Нам ни требаше практичен проект за да ја отелотвориме целата филозофија на Слоу Фуд - проект кој ќе ги здружи производителите и потрошувачите, и кој ќе има промотивни, едукативни и информативни цели.

ладниот ланец за транспортирање е премногу скап.

Доаѓаат производители од целата земја. Отпрвин, беше тешко да се убедат да дојдат до главниот град со нивните производи, но откако се согласија да учествуваат, продолжив со барање на соодветна локација, добивање на овластување, што подразбираше многу работа со документација (лиценци, осигурување, полициски формулари, итн.)

За производителите продажбата беше премногу охрабрувачка. Некои од нив, дури 70 проценти продаваат на пазарот. Овој податок ни овозможи да убедиме поголем број на производители, и да започнеме мрежа од мали регионални пазарчиња.




**Првиот Пазар на фармери во нашата земја беше плод на соработката меѓу Слоу Фуд Битола, ЈП Пазари и Општина Битола, со заедничка цел да се заживее делот од тога новиот пазар кој беше воглавно празен, но пред се да ја врати свежината и квалитетот директно од нива и да ја донесе пред локалните потрошувачи.**
**(Фото: Прв пазар на фармери, Битола, 2018 г.)**

**Повеќе од само продажба на квалитетни производи**

Решивме да отвориме продавница со најдобрите производи во градот Библос (Byblos), но не само како проект за маркетинг и продажба. Во близина на продавницата и пазарот, организираме и едукативни активности за деца и возрасни, фокусирани на добра исхрана и здраво живеење.

Од неодамна одржуваме фестивал на јаболка, каде е застапен избор на најдоброто производство на јаболка и многу интересни игри за децата. Исто така организираме активности со раскажување на приказни. Ги носиме децата на шопинг тура низ пазарот, каде производителите ги објаснуваат своите производи, а потоа следат часови по готвење. Понекогаш ги посетуваме производителите директно на нивните фарми. Се обидуваме да имаме постојани, паралелни активности и да промовираме одреден животен стил, а не само да продаваме производи.

Овој проект ја отелотворува филозофијата на Слоу Фуд и овозможува конкретни практични начини за зачувување на традицијата. Мојот совет за секој што сака да започне таков проект е да има силна верба во постоење на проектот, а потоа да се обиде да развие одреден тип на институционална подршка, бидејќи ќе му биде од значителна помош.“

## 3.4.Враќање на корените: Вкусот на пченката во Богота

**Конвивиум Богота**
**Богота, Колумбија**
**Активност: Работилници за вкус**

Конвивиумот Слоу Фуд Богота е основан во 2007 година. Активен главно во Богота, град со 6 милиони жители, со планинска клима на 2625 мнв. Во близина постојат природни шуми и езера каде се одгледува пастрмка. Културите со кафе започнуваат на еден час возење од Богота кога надморската височина започнува да паѓа под 1,800 метри, додека на три часа од главниот град, на надморска височина веќе под 500 метри владее топла клима идеално прилагодена за одгледување на овошје и најразлични култури со тропски овошја. Во настаните што ги организирал конвивиумот Богота во првите години после основањето, посебен фокус се ставал на работилниците за вкусови кај пченката каде на учесниците им се нуделе разни оброци базирани на пченка, а подготвени од професионални готвачи.

Во тоа време, конвивиумот во Богота броел 25 активни членови, кои плаќале членарина во Слоу Фуд. Сите членови имале многу различни биографии но и вештини кои добро се надополнувале: претприемачи, антрополози, новинари, сопственици на ресторани, специјалисти за кафе, сопственици на продавница за органска храна, наставници во гастрономско училиште, правници, фармери од органска заедница, итн.

Шест членови биле континуирано активни, учествувајќи на скоро секој настан. Денес во Колумбија има 26 конвивиуми и заедници на Слоу Фуд, повеќето тематски ориентирани.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

**Богота запоседната од нова кујна**

„Во периодот кога го основавме конвивиумот, постоеше голема дебата во однос на културата на храна во Богота и се забележуваше раст на ориентални и хибридни ресторани, а традиционалната храна се служеше се помалку, само во неколку одредени ресторани и продажни места. Во исто време се појави пософистицирана колумбиска кујна, а колумбијците генерално трошат многу пари на храна и се расположени да научат што повеќе. Дополнително, ланците од супермаркети започнаа да нудат подобри производи како добри вина, квалитетно маслиново масло итн.

**Фокусирање на најчесто конзумирана колумбиска храна**

Еден од најдобрите одржани настани беше работилницата посветена на пченката, бидејќи таа е важен дел од јужноамериканската култура на храна – особено во Колумбија. На настанот дојдоа многу готвачи кои претставија различни специјалитети, но сите базирани на пченка, а имаше и пиво од ферментирана пченка, кое претставува традиционален производ на кој му се заканува исчезнување. За време на вечерата и после неа, беа одржани говори во врска со производството на ,,добар, чист и правичен'' начин. Го прикажавме и филмот Тера Мадре 2004, а луѓето станаа ентузијастички расположени, бидејќи многу жители на Богота сеуште негуваат силни, носталгични врски со селото, и многумина од нив се чуствуваат виновно бидејќи не им помагаат на фармерите и земјоделците. Учеството во работилниците како што е оваа, им помогна на луѓето да согледаат како можат да подадат рака на фармерите.

Се обидовме да собереме 200 луѓе за вечера на којашто ќе ги споредуваме традиционалните и индустриските вкусови. Секој од 10-те најактивни членови на конвивиумот покани по 20 гости и по неколку новинари. Поканивме и некои гастрономски-готвачки училишта, како и некои „јавни“ личности, претставници за екологија и фармери од конфликтните области во Колумбија. Секој беше поздравен со „чича коктел“ (локален алкохолен пијалок), а потоа готвачите ги презентираа нивните специјалитети, еден по еден, објаснувајќи како се направени, од каде потекнуваат состојките и рецептите, и како да се дегустираат и да се ужива во нив. Вечерата се случуваше во голема куќа со професионална кујна, во сопственост на фондацијата Андрес Бело, гастрономска организација чиј директор е пријател на конвивиумот. Некои членови од организацијата, беа задолжени за организирање на транспортот за тамошните фармери и земјоделци.

**Ентузијазмот кој ние го генериравме**

Не само што учесниците беа премногу задоволни со вечерата, туку добија и добро преставување од печатените медиуми, а во еден магазин беа претставени на две страни. Се јавија луѓе заинтересирани за отворање на сопствени конвивиуми во Цали-Cali и Меделин-Medelin. Со оглед на успехот на настанот се одлучивме да го повторуваме секоја година, и се надеваме дека следниот пат ќе допреме до уште повеќе медиуми. За следната година ќе поканиме новинари, ќе им обезбедиме сместување, за да самите оформат мислење за настанот. Планираме да имаме по еден член од конвивиум кој би помогнал во подобрувањето на логистиката во кујната.“

## 3.5.Привлечно за младата толпа

**Конвивиум Бостон**
**Бостон, Масачусетс, САД**
**Активност: Вечера за млади возрасни**

Градот Бостон, каде што е сместен конвивиумот Слоу Фуд Бостон, е универзитетски град и град со колеџи. Таму има многу организации поврзани со политиките за храна, нутриционизам, како и огромна медицинска заедница. И покрај нивната единствена позиција во енергичниот универзитетски град, конвивиумот во Бостон согледал дека треба да направи дополнителни напори за да стигне до младите и релативно возрасните луѓе. Традиционално, тоа е тешка група за привлекување, па овој конвивиум одлучил да организира неформални, месечни настани во вински бар каде што младите можеле да се сретнат со своите врсници. Многу од студентите биле заинтересирани за прашањата поврзани со храна, па како резултат на тоа успеале да ги привлечат и направат нивни членови, а во еден период дури и мнозинство. Покрај возраста, овој конвивиум се одликува исто така, со тоа што има разновидна група на култури и етникуми, од ирски до италијански и карипски.

# НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Конвивиумот Бостон има околу 300 членови. Растевме експоненцијално од времето кога јас станав член, пред шест години, и кога имавме само 50 членови. Не бевме во можност да собереме повеќе млади луѓе и како резултат на тоа, просечната возраст на нашите членови е 40 години. Денес, многу од нашите членови имаат и по 20 и 30 години. Присуството на овие групи го припишувам на младешкиот и хип-дух на Бостон.

**Привлекување на младата популација**

Сепак, предизвикот беше како да ги заинтересираме младите луѓе за активностите во нашиот конвивиум? Работев во музејот на ликовна уметност во Бостон, и тие го имаа истиот проблем - нивната клиентела стареше. За таа цел организиравме неколку фокус групи и откривме дека младите луѓе бараат начин да се сретнат со своите врсници од спротивен пол. Во конвивиумот Бостон не баравме луѓе кои имаат пари и можат да патуваат низ светот. Баравме луѓе кои се млади, витални и активни во нивната заедница. Баравме и настани кои не се скапи. Така се одлучивме да организираме редовни вечери каде ќе можат да се сретнат други млади сингл луѓе и ги нарекуваме „закажани вечерни средби во петок“.

**Правење да биде ефтино**

Учесниците плаќаат 25$ за четири курса со храна и три чаши вино, а притоа се обидуваме да понудиме храна и вино од цел свет. Нашиот заменик лидер Алекс Лауд (Alex Loud), ги знае вината и е добар говорник, ги опишува вината кои ги послужуваме и ресторанте кои ја нудат храната. Исто така каниме производители: на пример, имавме фармер кој одгледува говеда кои пасат слободно на тревните површини во неговиот регио, а кој дојде да зборува токму за неговиот добиток. Се обидуваме нашето членство да го запознаеме со луѓето кои ја одгледуваат нашата храна.

**Лесен пристап**

Сакам да потенцирам дена никогаш не користиме едно место повеќе од шест месеци, бидејќи не сакаме да фаворизираме еден ресторан. Бостон е голем град и ние сакавме да го направиме пријатен за сите. За последниот настан местото беше вински бар, каде наметнавме „кежуал“ чувство што траеше 2 часа. Луѓето дојдоа со велосипеди и не беа свечено облечени. Добро е да се има вообичаен настан, за да се има одреден континуитет, така што учесниците знаат што да очекуваат. Тие можат да планираат дека таму ќе ги сретнат истите луѓе и дека не е нешто што ако го пропуштиле, нема да имаат втора шанса да присуствуваат на сличен таков настан.

Патем, секогаш имаме наши флаери и ја шириме информацијата. Размислуваме за изработка и на визит-картички со датум за дополнување, кои ќе бидат раздлувани по пријателите, но сеуште не мора да го правиме тоа, затоа што секогаш бевме „полни“.

**Постојан тип на помош**

Во последните неколку години структурата за организирање се однесуваше само на тројца од нас како лидери, а потоа и на останатите членови кои по потреба можеа да се вклучат. Сега, се трудиме да имаме постојана помош за одредени типови на активности и сакаме поформална структура, со луѓе кои ќе се ангажираат барем околу една година. Сакаме да ги поделиме обврските и да знаеме кој ќе работи на прибирање средства, кој на односи со јавноста, а кој на самите настани. Ни требаат луѓе со идеи за настани. Целта ни е да имаме луѓе кои ќе веруваат дека се дел од нешто живо. Сакаме да чуствуваат дека ова не е само можност за се стигне до активност, туку самите да станат активисти. Се обидуваме да се прошириме повеќе кон филозофската страна од Слоу Фуд, а не само во делот со храната. Тоа е она за што претпоставувам дека се чуствуваме најслаби. Би сакале да знаеме повеќе за прашањата кои не секогаш се ‘гламурозни’.

Знаеме како да се поставиме и знаеме како да привлечеме толпа однадвор. Но, малку е потешко да станеме активисти и да го промениме начинот преку кој луѓето го гледаат светот.“

## 3.6.Ископување на вредни лекции

**Конвивиум Бинднер Хершафт**
**Бинднер Хершафт (Bündner Herrschaft), Швајцарија**
**Активност: Промовирање на локален производ/Едукација за вкус**

Бинднер Хершафт е вински регион во кантонот Граубинден (Graubünden) во Швајцарија познат и под името Грисонс. Истоименот конвивиум (Convivium Bündner Herrschaft and Liechtenstein) беше основан во 1997 во градот Чур (Chur) со 32,500 жители, главниот град на кантонот кој е мешавина на урбана и рурална популација. Од 28 јануари 2017 година конвивиумот го носи името Конвивиум Нордбинден (Nordbünden) и е правно независно здружение.

Конвивиумот Бинднер Хершафт организирал пет до шест настани годишно, а генерално имал околу 65 членови со просечна возраст од 45 години, со константно растење на бројот на истите. Плантати Ернетефест (Plantati Erntefest) што во буквален превод би значело „Празник на жетвата во насадите“, беше една од активностите организирани од конвивиумот Бунднер Хершафт , со помош на Плантахоф (Plantahof – земјоделски образовен и советодавен центар на кантонот Граубинден и на Источна Швајцарија,) и Биотич (Biotisch - мало, но реномирано претпријатие за одгледување зеленчук со седиште во Пратвал во кантонот). Во склоп на таа активност, тимови на деца учеа и научија за компирите, ги садеа на работилниците, го надгледуваа нивниот раст - од семе до зрело растение, а на последниот собир ги собираа компирите што самите ги одгледувале.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

**Преку соработка до проектот за компири**

Плантати Ернетефест се одржа во 2003 во земјоделскиот центар за едукација и консултации „Плантахоф“. Тоа беше кооперативен напор помеѓу нас како Слоу Фуд, Плантахоф и Биотич. Околу 40 учесници со деца, платија за садење на разни типови компир. Се организираа различни тимови и секој имаше свој тип на компир. Потоа, се надгледуваше циклусот на растењето во текот на целата година.

**Драгоцени компири**

На првата средба се засадија компирите, а понатаму групата почна да се грижи за зелените никулци и за поголемите растенија. На последниот собир кога се вадеа компирите од земјата, атмосферата беше како да се копа злато бидејќи секој од овие драгоцени плодови беше мал подарок за децата. Компирите потоа беа испитани од учесниците во комисијата, а во согласност со евиденциите на децата кои мереа тежина, големина, облик и принос. За секоја од вкупно петте сесии беше наградуван еден тим. Собирите ги водеше компетентниот кадар при Плантахоф, кој ги научи учесниците за растенијата, за почвата, климата и други интересни гледишта на култивирање.

**Добра повратна реакција**

Овој настан им овозможи на учесниците целосен увид во однос на потеклото на компирите и обемот на работа потребна за нивното растење во текот на цела година. Персоналот на Плантахоф беше многу информативен, а конвивиумот и понатаму добива позитивни повратни информации од членовите.

Проектот беше објавен на веб страната на Плантахоф. За подготовка на активностите беше задолжена Франка Чиоко од Плантахоф, додека ние се грижевме само за комуникацијата со членовите (преку е-пошта, факс, пошта и нашата веб-страна).

Успехот беше забележан и во швајцарскиот печат, во Адагио (Adagio) - швајцарското списание на Слоу Фуд, како и на интернационалниот конгрес во Неапол.“

## 3.7.Собири за храната во заедницата: знаења за традиционалната храна

**Конвивиум Централен Рифт (Central Rift)**
**Централна провинција, Долина Рифт, Кенија**
**Активност: Споделување на знаења во Кенија**

Еден од првите конвивиуми во Кенија организира собири во заедницата со цел здружување на разни мудрости и знаења во однос на традиционалната храна. Клучни придобивки се: Инволвираност – преку споделување на лидерски и организациски улоги за различни активности; Промоција – преку употреба на постоечки конекции за комуникација; и Активирање на млади – преку овозможување натпревари кои се со цел младите да го пронајдат својот интерес и да се инволвираат.

Конвивиумот на централниот дел на долината Рифт, основан во октомври 2005 година, се наоѓа во провинцијата - централниот дел на долината Рифт (1.5 милиони жители) и има 62 членови, од кои многумина им припаѓаат на Тера Мадре заедниците за храна, и неколку од локалните организации (сите заедно окоу 200), за да им помогнат на малите фармери кои поединечно не можат да платат членарина. Нивните настани генерално се организираат на секои три месеци. Целта на повеќето од нив е да се споделат информации и податоци во однос на традиционалната храна, како се одгледува, како се припрема или готви итн.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

**Широка вклученост на заедницата**

„За секој настан формираме различен поткомитет, кој има цел да обезбеди што повеќе членови - мажи, жени, млади, стари, и да најдеме луѓе за лидерски и организациски улоги. За училишната младина организираме натпревари како дел од настанот, а ги оценуваат генерациите на нивните баби и дедовци.

**Употреба на комуникациски мрежи на заедницата**

Настаните се објавуваат од страна на наставниците на училиштата, потоа преку учениците се испраќаат пораки до нивните родители, се печатат постери кои потоа се поставуваат на стратешки места на пазарите и на други јавни места и една недела порано со возило го разгласуваме настанот, што е доста симпатично.

Членовите на конвивиумот и на заедницата во овој регион, немаат добар пристап до интернет и затоа се снаоѓаат на различни начини. Досега, најефикасната алатка за комуникација беше ширењето на веста „од човек на човек“ и преку лепење на постери, летоци, и брошури.

**Нашиот најголем настан досега**

Најзначајниот настан досега, организиран од конвивиумот, беше „Саемот за семе и храна“ кој се одржа на 16 февруари 2006, каде се случија средби помеѓу 127 возрасни луѓе (75 мажи и 54 жени) и 82 деца. Фокусот на овој настан беше традиционалниот собир на печурки и размена на рецепти. За време на настанот наградивме локална производителка заради квалитетот на нејзиниот јогурт и гее (ghee) – традиционален специјалитет направен од кравјо млеко. Поради квалитетот на храната се наградија и двајца ученици.“

## 3.8.Готвење над оган на отворено, во централна Викторија

**Конвивиум Централна Викторија**
**Централна Викторија, Австралија**
**Активност: Натпревар во готвење**

Конвивиумот Slow Food Central Highlands Victoria беше формиран во малиот град Дајлесфорд (Daylesford), на околу 100 km северозападно од Мелбурн. Но покриваше голем дел од централна Викторија, протегајќи се од западен Мелбурн, кон јужната австралиска граница. Тоа е голема област, по што се појавила иницијатива да се воспостават нови конвивиуми во други градови, па се отвориле два помали. Во тој првичен период броеле околу 85 членови, со членство кое на многу начини било мешано и скоро сите членови биле на возраст над 35 години, па конвивиумот започнал да се залага за повеќе млади членови. Денес, во областа постои конвивиумот Мелбурн (во градот Мунанбел), кој ги обединува сите членови од регионот кој е познат по својата посветеност на свежа, локална храна, што е во согласност со принципите на Slow Food.

Клучни одлики на конвивиумот се разноликоста на активности кои не се премногу напорни, но се забавни, што ги прави подостапни за целата заедница, а на конвивиумот му помага да досегне подалеку од вообичаените мрежи, Потоа, добрата поврзаност со печатените медиуми и претставувањето со нешто интересно, и на крај одржливоста која се постигнува со здружени сили со сите во заедницата, за да се интензивира разбранувачкото влијание на активностите. Овој тип на натпревар во готвење на ниски температури, со тимови кои готват во садови од леано железо над огнот на отворено, брзо резултирал со висок процент на учество на локалните жители - нови во Слоу Фуд, привлекувајќи стотици посетители и промовирајќи ги локалните состојки.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

**Готвење надвор, над огнот на отворено**

„Ние настанот го одржуваме на отворено место, блиску до рурален паб или кафуле – а добрата работа е што сопственикот е член на нашиот конвивиум и е клучниот организатор на денот. Тимови од пет луѓе се регистрираат за да се натпреваруваат и плаќаат влезница од 75$. На нашето прво готвење надвор минатата година учествуваа 28 тимови, а оваа бројка годинава се искачи на 48. Готвењето надвор, над оган во суштина е натпревар во готвење кој се одржува на отворено, при што тимовите готват еден ист специјалитет во сад од леано железо.

Тимовите доаѓаат во 10 часот наутро и ги добиваат истите основни состојки (месо и зеленчуци) во кои може да додадат се што ќе донесат или ќе го купат од локалниот магацин за земјоделски локални производи, кој се поставува за настанот. Постоењето на магацинот значи дека готвачите и учесниците се запознаваат со локалните производи. Посетителите исто така, преку цел ден можат да купат подготвена храна и пијалаци.

**Мешање на учесниците**

На овој настан учествуваат различни профили на луѓе, и во основа, демографската разнобразност е причината која го прави настанот толку добар. Понатаму, постои огромен диверзитет-разнобразие и во она што ќе се зготви. Локалните жители кои не се вклучуваат, започнуваат да разговараат и да ги пробуваат специјалитетите на „другиот“. Ова и е целта на настаните на нашата заедница, да понудиме можност луѓето да бидат активни, а не пасивни и „да се извалкаат”. Кога луѓето всушност прават нешто, тие започнуваат да го гледаат тоа „со други очи“ па го менуваат мислењето дека Слоу Фуд дека ги претставува само „гастрономските елитистички кругови“. Спроведувањето на овој тип на настан е многу пријатно, бидејќи ја спроведува филозофијата, а притоа не ги притиска луѓето да прават нешто.



**Анимирањето на посетителите и пасивните членови и поддржувачи – клучен елемент во создавањето на интерактивни доживувања. (Фото: Слоу Фуд дружење и вечера, Дихово, 2014 г. )**

**Слоу Фуд за сите**

Главните придобивки од настанот се: демонстрирање дека не сме елитистичка организација, генерирање свест за постоењето и отвореноста на нашите активности. Се покажа дека постојат многу работи кои можат да се направат во однос на храната и локалните производители и тоа со остварлив, реален интензитет.

Ние, исто така, ја зголемуваме свеста за големиот опсег на регионални земјоделски производи и меѓу локалните жители и кај оние што патуваат. Посетителите од Мелбурн се пријатно изненадени кога ќе откријат колку разновидна храна се произведува во областа. Ова е корисно за целиот регион бидејќи привлекуваме нови луѓе, генерираме профит за локалните бизниси и ресторани и така ги прошируваме придобивките од настанот во целата заедница.“

Годинава, настанот го посетија 1,000 луѓе, вклучително и многумина кои дојдоа од Мелбурн или од други конвивиуми. Преку привлекување на толку многу луѓе, ние генерираме и голем интерес за Слоу Фуд. Всушност, луѓето доаѓаа и прашуваа околу организацијата, така што врската со Слоу Фуд е јасна. На настанот, ние обезбедуваме комуникациски материјали од Слоу Фуд.

**Здружување на силите**

Локалните ограноци на државните противпожарни власти е од клучно значење за готвењето на отворено. Тие  доаѓаат  да ги подготват огништата за готвење, и потоа остануваат до крај, за да ги контролираат. Покрај чисто практичните поволности, ваквото партнерство и соработка ги проширува нашите мрежи во општеството.

При други активности, работиме на градење партнерства со дртуги локални групи и заедници. Особено сакаме да соработуваме со неколку клучни организации во нашата заедница – училиштата, националната организација на жени, итн. - за да креираме ден на настани и активности. Целта е да создадеме моментум и на тој начин да воспоставиме нов конвивиум.

**Работа со медиуми**

Локалните промоции се одржуваа со попатни знаци, залепени постери и раздадени летоци низ градот, а имавме среќа да добиеме многу поширок публицитет за настанот. Во весникот The Age беа објавени две статии, а ABC-радио

емитуваше дел од истото. Јас имам добра поврзаност со тој весник, исто како и менаџерот на настанот. Но, многу лидери на конвивиуми се жалат дека не добиваат подршка од печатените медиум. Ние знаеме дека нема да бидеме покривиени од добар печатен медиум со давање гратис вечера, туку дека повеќето од нашите настани имаат елемент на „креативно лудило“ и ова е тоа што е интересно за новинарите.

**Завршување на работата**

Овој настан е лесен за организација: член на конвивиумот, кој истовремено е сопственик на пабот и организатор на настанот, го завршува поголемиот дел од работата, вклучувајќи го и буџетот. За возврат, неговиот бизнис добива публицитет и профит, од кој дел му доделува на конвивиумот. Другите членови на Слоу Фуд помагаат во промоцијата и комуникацијата со јавноста (телефон, социјални мрежи). Околу 60% од настаните се организираат на овој начин, преку сопственици кои се и членови, но тоа се случува само кога има доверба и бизнисот ги поддржува идеалите на Слоу Фуд. Помошта од останатите членови е минимална.

**Нашата полиса во однос на донациите**

Нашата филозофија е да не бараме донации од малите производители, бидејќи тоа е спротивно на принципите на одржливост и плаќање за нивните производи. Дефинитивно би прифатиле спонзорство од поголеми компании, но тешко да стигнеме до нив, исто како што е тешко да пронајдеме средно-голема компанија со филозофија слична на нашата. Моментално работиме на договор за спонзорство со една голема компанија, со која јас веќе имам добра врска со локален претставник на компанијата, а темата на настанот е многу соодветна за двете страни.

## 3.9. Повторно откривање на јарешкото месо: традиционално готвење на високите Алпи

**Конвивиум Кулпортур - Coolporteur**
**Гап (Gap), Франција**
**Активност: Вечера/Промоција на локален производ**

Конвивиумот Кулпортур е основан во 2002, а нивниот прв официјален настан бил во пролетта 2003 година. Лоциран во градот Гап (Gap), кој има 40,000 жители и го покрива поголемиот дел од регионот на високите Алпи (Хаутес-Алпес), има во просек 50 членови и оваа бројка на членството се одржува низ годините, бидејќи се смета за идеална големина за овој конвивиум според сопствената проценка. Членството е претставено од неколку професионалци за храна и поголем дел од ентузијасти за храна. Конвивиумот организирал тематска вечера фокусирана на јарешко месо, кое е традиционално за областа, при што членовите активно учествуваат во готвењето на оброкот во кој покасно ужива целата група.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

**Работење на една тема**

„Повторно организиравме настан кој е фокусиран на органското месо од јаре, добиено директно од фарма. Јарешкото месо е традиционално во нашиот регион, па за секој оброк одбираме различна тема и поканuваме еден готвач (професионален или не) за да дојде и да не научи рецепт употребувајќи го овој тип на месо.

Денот е поделен на два дела, така што прво започнуваме со часот по готвење, а попладнето уживаме во оброкот кој сме си го приготвиле. Исто така поканuваме говорник кој ќе ја дискутира одбраната тема. Оваа година поканивме говорник да дискутираме за правичната трговија.

**Важноста на активното учество**

Активноста е успешна бидејќи им дозволува на луѓето да учествуваат и да се вклучат. Мислам дека е срамота ако луѓето доаѓаат на настан на Слоу Фуд само како конзументи – да се најадат добро и да се напијат од добрите вина. Оваа активност на членовите на конвивиумот, исто така им овозможува подобро да се запознат меѓусебе. Преку нагласување на рецептот со јарешкото месо, ние привлекуваме внимание на заборавените работи. За овој настан бевме во можност да обезбедиме цела гостилница. Газдата ни дозволи да ја користиме неговата кујна и трпезаријата бесплатно, што е неверојатна среќа. Готвачите беа волонтери - аматери, а професионалниот готвач кој го ангажиравме, ни побара мал надомест. Исто така, и јарешкото месо го добивме по намалена цена.

И додека се обидуваме да развиеме повеќе активности чија цел се децата, нам ни е тешко да изнајдеме начини за привлекување на млади членови. Свесни сме за овој проблем и се обидуваме да го решиме.




**Визуелен приказ на амбиентот инспириран од овој концепт.
Организација на локален настан со професионален готвач - подготовка на ширден, специјалитет од соседниот прилепски регион. (Фото: Ширден вечера, 2012 г.)**

**Планирање на настанот**

Бидејќи ова е настан само за членовите, се потпираме исклучиво на најава преку електронска пошта и преку писма, само за 10 проценти кои немаат електронска пошта. Доколку не стигнеме до нашата целна бројност од членовите, имаме список на заинтересирани страни до кои испраќаме втор меил. За самиот настан, го објавивме менито и рецептот за оброк од јарешкото месо. Направивме и некаков пишан материјал за сите наши активности, така што луѓето можеа да си земат и за дома.

Нашиот комитет кој ги организира настаните е составен од шестмина, од кои тројца се грижат за секојдневните канцелариски обврски. Пред да започнеме, правевме финансиски пресметки за трошоците околу настанот, со цел да ставиме најмала цена за мени-картата, што ќе ги покрие трошоците и ќе обезбеди само минимален профит. За вечерата, ги координиравме нашите партнери (производителот на јарешко месо, касапот и готвачот) за да ги одберат рецептите и потребните дополнителни намирници. Бидејќи настанот е наменет само за членовите, се промовираме првенствено преку е-пошта. Само 10% од членовите, кои немаат е-пошта, добиваат писма. Ако не ја достигнеме целната бројка на учесници, испраќаме втор повик до списокот со заинтересирани страни. За самиот настан, го објавивме менито и рецептот за оброк од јарешкото месо. Направивме и некаков пишан материјал за сите наши активности, така што луѓето можеа да си земат и за дома.“

## 3.10.Инволвирање на целиот град

**Конвивиум на градот Корк**
**Корк (Cork), Ирска (Ireland)**
**Активност: Фестивал на градот Корк**

Годишниот фестивал на  Корк не е само настан на Слоу Фуд, туку и настан на градот. Со одобрение и соработка со Градскиот совет, Слоу Фуд Корк може да затвори цела улица за еден ден, со цел таму да одржува дегустации, работилници, да постави редици на штандови, и многу, многу повеќе. Оваа идеја се реализираше за настанот да е достапен за сите. Градот Корк претставува област со 200,000 или 400,000 жители,  доколку ја влучите и поширокатa метрополитска област, а само после шест месеци од основањето конвивиумот имал околу 30 членови. Сепак, идејата била да се удвои бројноста на членството за време на фестивалот во градот. Додека трае истиот, во месец септември, луѓето  се приклучуваат на конвивиумот.

Локалните власти и локалните производители ги здружуваат силите во Корк за да го организираат годишниот фестивал, официјален настан на градот и активност на Слоу Фуд.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Ја затворивме главната улица и имаме 60 производители на пазарот на фармери. За да го направиме настанот попривлечен, организиравме гала-доделување на Слоу Фуд награди, каде што наградувавме месари, пекари, сиреџари и останати производители од Корк. Во текот на целиот ден во хотелот одржувавме работилници: за исхрана на децата, за производи од „Арката на вкусови“ (Ark of Taste), совети како и каде да се купува, и работилници за месење и правење леб. Имавме и Слоу Фуд пабови (pub-crawl), каде ги спојувавме фармерите со пабовите за да ги претстават своите специјалитети за 5 евра. На настанот присуствуваше градоначалникот и други важни луѓе, што веројатно беше дел од причините зошто настанот беше атрактивен.

**Дизајниран за секого**

Фестивалот се фокусира на достапност и едноставност, што е најсоодветен начин за Слоу Фуд во Ирска. На работилниците едуцираме луѓе, на лесен начин кој не делува обемно и застрашувачки, така што информацијата која ја пренесуваме ја правиме секојдневна и базична. Бидејќи недостасува развиена култура за храна, ни беше важно луѓето да се поврзат со нашата понуда. Обезбедивме добри цени и спонзорства за да го направиме настанот финансиски достапен за повеќе луѓе, особено што работилниците се одржуваа во центарот на градот. Рекламирањето беше разновидно: добивме простор во весници, дистрибуиравме памфлети, 300 постери беа испратени до секој конвивиум во Ирска, и разнесовме 10.000 брошури - некои до останатите ирски конвивиуми, а остатокот низ самиот град Корк. Исто така, плативме компанија која ги промовираше месарите и пекарите низ продавниците, со што луѓето постојано ги гледаа и повеќе размислуваа за својата храна.

**Официјализирање**

Поради тоа што ова е официјален настан, моравме да добиеме дозвола од градскиот совет за секој чекор. Затоа, изготвивме детален список на одговорности, така што секој член знаеше што треба да направи.

Постојат неколку начини за да се осигураме дека не преземаме премногу обврски, како на пример, навремено го организираме буџетот и правиме пресметки за да не губиме пари. Исто така, правиме прецизна претпоставка дали настанот ќе има доволно резервации. Избегнуваме организирање скапи настани

во луксузни ресторани за да не создадеме непријатност кај луѓето; ако сепак се случи, бараме да се плати однапред. Некои ресторани прават директни резервации и додаваат 20% на цената, а ние ги собираме тие дополнителни проценти. Но, никогаш не им ветуваме на ресторaните одреден број резервации, бидејќи не сакаме никого да изневериме, особено не да им го отежнеме бизнисот на ресторaните и хотелите.

**Работење со други конвивиуми**

Понекогаш конвивиумот Корк одржува заеднички настани, со источен и западен Корк, па дури и со Даблин. Сметаме дека националните активности, како одржувањето на ист настан во ист ден (на пример, национален пикник), би ја здружиле Слоу Фуд Ирска и би им овозможиле поддршка на помалите конвивиуми. “



**Размена на знаење помеѓу конвивиуми и планирање на следни активности во одреден тематски сегмент.**
**(Фото: Средба на конвивиумите од југоисточниот дел, Дојран, 2018г. )**

## 3.11.Конвивиуми од Делхи оживуваат локални традиции и градат партнерства

**Конвивиуми во Делхи**
**Делхи (Њу Делхи), Индија**
**Настан: Промовирање на локални производи**

Конвивиумите во Делхи се познати и под поимот Apnaa swaad (нашиот сопствен вкус). Градот Делхи (Њу Делхи- главниот град на Индија) е распослан надалеку, и затоа не е можно да постои само еден конвивиум за целата таа област. Членовите беа поделени во две единици, едната во јужниот, а другата во источниот дел од градот, секој конвивиум со по пет члена. Двата конвивиуми во Делхи, организираа два настана: првиот фокусиран на уличната храна во Делхи на која и се заканува исчезнување, а вториот манго-фестивал, на кој учесниците дознаваа за многуте намени на ова овошје. И двата настани и конвивиуми имаат голема подршка и придобивки од истата, од страна на Навданија (Navdanya) организација која е фокусирана на биодиверзитетот, сигурноста со храна, и традиционалните знаења. Во првите години, конвивиумите имале големо разнобразие од членови и возрасти, дури и членка со 80 години која е голем ентузијаст. Некои од членовите се домаќинки, некои се нутриционисти, а воглавно се жени.

## НИВНАТА ПРИКАЗНА

**Истражување на уличната храна во Делхи**

„Нашиот прв настан беше фокусиран на уличната храна во Делхи, која за многумина е античка и традиционална. Тековно (2006-2011), во Делхи, во сила стапуваат многу нови закони и правилници за хигиена и тие ја доведуваат во опасност уличната храна. Ваквиот стил на храна е витален и всушност храни многу луѓе.

Нормално, за да јадете улична храна, би требале да отидете на улиците на Делхи, а некои луѓе се исплашени и нема да го сторат тоа. Затоа контактиравме уличен ресторан кој постоел повеќе од 150 години и ги донесовме на штандот на Навданија при Дили Хаат (Dilli Haat) – најголемата и трајна културна, занаетчиска и гастрономска чаршија (пазар) на отворено, која се наоѓа во Делхи. Па, луѓето уживаа во оваа активност бидејќи се буди и појавува поврзаноста со културата за храна, што потврди дека е античка и традиционална.

**Аманетот од нашите баби**

Нашиот втор настан беше едномесечен фестивал за манго на штандот на Навданија. Помеѓу активностите, организиравме готвење со манго, а целта беше да се демонстрира дека може да се направи многу, започнувајќи од една основна состојка. Постојат многу рецепти што ги правеле нашите баби, а за овој тип на знаење постои ризик да исчезне заедно со нив. Се забележа голема желба кај присутните да се научи и запомни овој тип на готвење кога луѓето разбраа дека како спој на информации и знаења е загрозено. Со постоењето на Слоу Фуд во Индија има голема промена во готвењето: кога на луѓето им се презентира дека старите рецепти не се здодевни, се јавува задоволство во правењето на јадењата. Луѓето мислат дека е потребно многу време да се направат кисели краставички, но кога инструкторот на нашиот рецепт направи два-три типа на кисели краставички и тоа за неколку минути, се појави задоволство дека и тие можат да го направат истото и дека ќе се обидат дома.



**Речиси на секое издание на манифестацијата „Вкусот на Буково“ организаторите од Президиум Буково, поставуваат трпеза за присутните каде речиси секое од јадењата има пиперка или пипер, за да ги презентираат потенцијалот и вкусот кои ги носи производот, но и за да ја пренесат пораката дека - најчесто конзумираниот производ е и најсилниот лепак на заедницата. „Секој килограм пиперка, секое црвено зрно – е симбол на трудот, традицијата и нашата нераскинлива врска. Тоа е повеќе од зачин, тоа е идентитет. (Фото: Манифестација „Вкусот на Буково“, с. Буково - Битола, 2019 г.)**

**Здружување заради планирање**

Нормално, ги контактиравме членовите на нашиот конвивиум за да ја испланираме активноста. Имавме неколку средби и одбравме интересна тема која ќе привлече поголем број луѓе; назначивме тим кој ќе работи на активностите и ќе ги подели одговорностите; идентификувавме место и човек соодветен за да ја води работилницата, така за демонстрацијата на манго, најдовме жена која знаеше многу рецепти со ова овошје.

Во однос на публицитетот, огласите на весниците во Индија се многу скапи. Обично, податоците за одредена активност ги праќаме до нашата членска база преку е-пошта. Членовите на конвивиумите потоа ја шират информацијата во нивните мрежи, а огласуваме и преку нашиот штанд во Дили Хаат.

**Зголемување на свеста остварува влијание**

Повеќе луѓе би сакале да ни се приклучат, но во Делхи се многу зафатени. Сепак, не сме очајни, бидејќи во меѓувреме се здобивме со нешто многу позначајно – зголемена свест кај младите луѓе. Имаме многу позитивно влијание, а постигнатата популарност не е изедначена во однос на финансиската добивка. Постојат многу можности за поврзување преку храната. Без оглед дали станува збор за сезонска храна или храна која ни помага да се бориме со климатските промени, заедно со Навданија, сакаме во нашите активности да инкорпорираме што е можно повеќе различни прашања.

## 3.12.Од семе до чинија: Градина и пазар од учениците во Денвер

**Конвивиум Денвер**
**Денвер, Колорадо, САД**
**Активност: Училишна градина и пазар**

Во 2000-та година, во американскиот град Денвер - град со преку 2 милиони жители, лоциран на Карпестите планини беше основан конвивиумот Денвер. Во близина постоеле други конвивиуми, но Денвер експересно собрал скоро 100 члена и сите речиси исклучиво од урбаната област. Во првите две години, Slow Food бил многу привлечен и стигнал до најголемата бројност на членството. Оттогаш одликите на




**Од тркало на сезоните до сезонско полжавче - Илустрација на енергијата и креативноста што се јавува при работилниците со деца.**
**(Фото: Едукативна работилница за деца, 2018)**

Слоу Фуд Денвер некако се смениле. Организацијата стана посериозна во однос на своето програмирање и филозофија, а нивните членови генерално на возраст од 45 години и повеќе, вклучувајќи многу пензионирани лица и мал број млади луѓе. Иако бројот на членови се намалил, останатите членови биле исклучително посветени на активностите, а некои 10 проценти од нив биле и производители. Денес, овој конвивиум е еден од најактивните (https://www.slowfooddenver.org/) и проектите училишна градина и едукација за вкус, воспоставени во јавно основно училиште во САД, се превземени со подршка и учество од заедницата, се сеуште активни.

## НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Многумина од нашите членови придонесуваат со своите специфични вештини кои се корисни во развојот или во управувањето на настаните. На пример, наставниците помагаат во развојот на наставната програма за училиштата, луѓе кои ги разбираат донаторските проекти ни помагаат да аплицираме, бизнисмените ги користат нивните мрежи итн. Имаме комитети за управување и едукација. Вториот има изготвено прирачник во однос на целите и активностите на нашата едукација за вкус. Околу 20 од нашите членови се инволвирани во едукативни проекти, од кои 5 до 10 се во процесот на планирање.

На настаните кои се дел од прогреамата „од семе до чинија“, членовите ги превземаат сите видови на волонтерски улоги: дизајнирање на градината, надзор на децата, менаџирање на буџетите, учење за вкусовите, планирање и координација, готвење и подготовка на храна итн. На пример, еден член работи во пејсажно градинарство и ни помага да ги добиеме потребните материјали. Поради тоа, членовите инволвирани во овој проект се чувствуваат ревитализирано, направиле нешто позитивно, што е од клучно значење за одржувањето конвивиумот да биде активен.

**Од семе до чинија, во основните јавни училишта во Денвер**

Денвер интензивно работеше со локалното, шпанско основно училиште (од 6 до 11 годишни ученици) во период од четири години, воспоставувајќи училишна градина и програма на едукација за вкус, како и пазар на фармери раководен од учениците. Ова е едно од петте основни училишта кои работат со Слоу Фуд Денвер, но само тоа го има пазарот на фармери.

Проектот започна со изградба на училишна градина со подигнати леи крената корито и со наставна програма на едукација за вкус. По успешниот вовед со градината, ентузијазмот од училишната заедница и малата финансиска помош која се доби во меѓувреме, ни дадоа можност да го проширие проектот за да ја продолжиме градината и во летните месеци, кога училиштето не работи. Во тие околности го воспоставивме пазарот на фармери, управуван од учениците. Тоа стана еден тип на бизнис-инкубатор: учениците ја одржуваа градината и пазарот додека училиштето е на одмор и учеа многу за одговорноста и за бизнисот. Бевме во можност да им платиме нешто на децата, за потрошено време во текот на летото, а му плативме и на чуварот за дополнителната потреба од надзор.

Слоу Фуд Денвер ангажираше двајца платени училишни градинари (едниот бил пензиониран наставник од истото училиште). На крајот на летото, на децата им се заблагодаривме со „Фестивал на бербата“, а на сите останати инволвирани во проектот со вечера послужена од училиштето.

**Здружувањето на силите, споделување на ресурси**

Овој проект беше можен само поради различните партнерства. Најважно е партнерството со училиштето, но се создадоа врски и со други поединци, бизниси и организации со слични цели.

Интересно е како се шириле проектот. Започнаваме со идентификување на училиште кое има можност за градина и отвореност за соработка со Слоу Фуд. Потоа, се поврзавме со една општествена група која прави игралишта и сака да ја зголеми физичката активност кај децата. Со тоа добивме можност да се придружиме

на нивниот проект со кој тие веќе правеа игралишта, па таму ги вклучивме и градините како една од формите за “outdoor activiiesy”, и преку ваквата поврзаност, брзо почнавме да ги реализираме проектите со пет училишта. Потоа започнавме со ширење кон пазарна градина (проширувањето на училишната градина со пазар на фармери) што дојде од нашата силна врска развиена со училиштето преку дотогашните активности. Оваа врска ни помогна и во изнаоѓањето начин како да стигнеме до финансиска поддршка т.е. како да го финансираме пазарот со производите од градината. Исто така, работевме заедно и со организацијата „Градина на заедницата Денвер“, и со други локални групи. Генерално, работиме заедно со истомисленици од заедницата за да ги прошириме нашите можности и досег. Бидејќи, развојните партнерства можат да бидат случајни но поволни, и тие од другата страна може да бараат некој како нас. Понекогаш, најголемиот успех може да дојде преку изградба на компонента на Слоу Фуд во програмата на некој друг.

**Духот на заедницата**

Овој проект резултираше со создавање на добра волја, станувајќи главно дејствие за обединување на заедницата. Лоцирањето на градината веднаш до оградата на училиштето, ја направи видлива од улицата и пешачкиот простор, а понатаму го олесни контактот со заедницата. Бидејќи откако градината беше направена, луѓето почнаа постојано да прашуваат што се случува.

Бидејќи многу од родителите се на работа по цел ден и не можат да волонтираат, а всушност и дел од поголемите деца во своето слободно време исто така работат, инволвираноста на училиштето и на заедницата, кои ова го разбраа како нивен сопствен проект, го направи успешен. И тоа е она кон што се стремиме: да изградиме програма и потоа да ја препуштиме на училишната заедница.

**Собирање на ресурси**

Ресурстите ги добивме од разни извори. Материјалите за изградба на градинарските леа беа донирани; една волонтерска агенција ја обезбеди работната сила за изградба на градината (со помош од членови на Слоу Фуд); добивме 9,000$ (од фонд за развој на општеството и благосостојба за обесправена социјална заедница) што ни овозможи да им платиме на надзорниците и на учениците кои работеа во текот на летото во делот од програмата со пазарот.

Програмата опстојува и благодарение на многу мали постојани донации, како на пример: овошни дрвја и растенија од членови на Слоу Фуд или локални производители; семиња од организација за зачувување на семиња итн. Исто така, одржуваме годишна вечера на Слоу Фуд за собирање пари за градините. Тешко е да се стигне до нив, но малите донации се таму и чекаат да ги најдете.

И на крај, децата се многу приемчиви за оваа програма и не постои недостиг на желба што е спротивно на она што некои луѓе го мислат. Многу од децата се чуствуваат пријатно во градината и таа создава позитивни пораки за нив.“

## 3.13.„Слоу вечери“ во Единбург: Зајакнување на врските преку редовни собири

**Конвивиум Единбург**
**Единбург, Шкотска, Велика Британија (Обединетото Кралство)**
**Активност: Редовна вечера**

Конвивиумот на Слоу Фуд во Единбург е основан во 2001 година. Тој е најстарата група на Слоу Фуд во Шкотска. Урбан конвивиум кој ги опфаќа и соседните земјоделски и рибарски региони: Лотиани, Шкотските Граници и Петките (The Borders and the Fifies). Градот Единбург има околу 350.000 жители (со поширокатa област околу 500.000). Членството во конвивиумот брои околу 200 членови, кое стабилно се зголеми во годините откако почнавме. Првично имале голем список на контакти и обиди да се остане во релација со сите заинтересирани страни, па со текот на времето поголемиот дел од тие контакти им се придружиле. Денес, нивните членови имаат разновидни професии, околу 20% се вклучени во трговијата со храна и пијалаци.

Настаните главно се организираат од комитет составен од 7 до 8 луѓе. Главниот настан кој го организирале уште од првите денови на нивниот конвивиум и кој бил доста успешен е познат како ,,Слоу саперс“ (Slow Suppers) или во буквален превод „бавна вечера“, е едноставен начин за одржување на редовна активност организирана од конвивиумот Единбург. Се состои од месечни, понеделнички вечери без однапред одредена агенда или тема, и служат како лесен вовед за новите членови и како начин за повторно вклучување на неактивните членови, одржувајќи ја активноста и кохезијата на групата.

## НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Еднаш месечно, во понеделник навечер, ние одржуваме вечера во ресторан, во кој што сме се договориле за фиксно мени од 10 фунти. За овој настан не е потребно резервирање, и тоа овозможува релаксирана атмосфера за време на вечерата. Немаме агенда или тема поврзана со вечерата; тоа едноставно е прилика за дружење и луѓето можат да дојдат кога сакаат. Користиме еден ист ресторан шест месеци, а потоа избираме друг ресторан.

**Како го договаравме тоа**

Кога го планиравме овој настан, ги идентификувавме вистинските ресторани и им пријдовме за да го разбудиме нивниот можен интерес во овој проект. Исто така, моравме да се осигураме дека големината на местото е соодветна, бидејќи бројката на луѓе може да го надмине бројот на места во ресторанот. Баравме услуги во траење од шест месеци, затоа што не можевме да им потврдиме бројки бидејќи не правевме резервации, иако беше веројатно дека ќе донесеме клиенти и гости вечерта. Ресторaните со кои соработувавме во минатото, обично беа доста добри и ни дозволуваа да донесеме луѓе колку што сакаме, бидејќи во понеделник секако немаа многу гости и работа за нив.



**Локален пример за моќната интеракција помеѓу наученото за нови рецепти, собирање и споделување со останатите членови на редовна основа. (Фото: Сечуанска вечер, Дихово, 2019 г.)**

**Идеален вовед за Слоу Фуд**

Овој настан е наменет за вечера и дружба и не бара премногу организирање од страна на конвивиумот. Ние согледавме дека тоа е идеален вовед за Слоу Фуд, за новите потенцијални членови. Ова гледиште е клучно за појаснување на успехот на оваа активност. Слоу Саперс, е достапна и за членовите и за оние кои не се членови. Едно лице може во последната минута да одлучи дали ќе присуствува, што е необично бидејќи многу од други наши активности треба однапред да се резервираат.

**Информирање на луѓето**

Го објавуваме Слоу Саперс за да ги информираме нашите членови и контакти за претстојниот настан. Научивме дека треба да ги потсетуваме секој месец, примарно комуницирајќи преку е-пошта за да испратиме најави и до членовите и до заинтересираните страни. Дополнително, некои од ресторaните спроведуваат внатрешно огласување за настанот. За самата вечера, изготвуваме промотивен материјал со најави за нашите претстојни настани и секогаш имаме материјали за Слоу Фуд што луѓето можат да ги разлистуваат и да ги земат дома. Исто така, подготвуваме материјали, главно фокусирани на прашањата за Слоу Фуд и локалната храна и ги ставиме на секоја маса.

**Неформалност и регуларност**

Ја цениме неформалноста на настанот бидејќи овозможува пријателска атмосфера каде што луѓето со слични интереси можат да се соберат и да јадат заедно. Успеваме да понудиме евтино мени, обезбедувајќи добра храна по добра цена. Фиксната цена, немање резервирации и финансиско планирање го прават настанот едноставен, се додека ресторанот ја нуди цената од 10 фунти. Редовноста на оваа активност е многу корисна за конвивиумот, бидејќи е добро да се случува по нешто секој месец. Оваа активност им дава на новите членови чувство на припадност и веднаш се чувствуваат како дел од движењето, додека на нас ни помага да ги активираме старите членови. На овој начин, ја зголемивме бројноста на членството на нашиот конвивиум, ја подобривме поврзаноста со локалните ресторани и го подобривме профилот на конвивиумот на локално ниво. Редовните средби и оброци во избрани ресторани им помагаат на нашите членови да разберат што претставува Слоу Фуд ресторан. Исто така, им помогна на готвачите да станат посвесни за локалните земјоделски производи и за тоа што готват, поддржувајќи го нивното патување низ Слоу Фуд.“

## 3.14.Интегрирање на едукацијата за вкус во хотелиерските училишта

**Конвивиум Кастели Џулијани (Castelli Giuliani)**
**Област Трст (Trieste), регион Фриули-Венеција Џулија (Friuli-Venezia Giulia), Италија**
**Активност: Едукација за вкус**

Конвивиумот Кастели Џиулијани беше основан во 2002 година во северниот регион на Фриули-Венеција Џулија, но исклучувајќи го градот Трст. Истиот имал стабилно членство од околу 30 членови кое не се зголемува, бидејќи не организирале многу настани, туку повеќето од енергијата ја трошеле за еден едукативен настан - проект на едукација за вкус во хотелиерските училишта кој им помогнал на учениците да бидат подобро запознаени со локалните производи и со традициите на храна. Нивното членство во првите години било само 14 членови, генерално многу младо односно на старост од околу 25 години, и главно ученици и наставници и неколку професионалци во областа. Проектот ,,Buon a sapersi” или во превод „добро е да се знае“, започнал во 2005 година, како проект кој работи со студенти во хотелиерски училишта, со цел да се зголеми нивната свесност и разбирање на локалните производи.

Денес, овој конвивиум е во склоп на Слоу Фуд Трст и е исклучително активен во едукацијата во училиштата, и тоа е една од нивните најзначајни и најдолготрајни програми. Во последниве години, во програмата учествувале околу 25 до 44 училишта (од градинки до пониски средни училишта), вклучувајќи над 60 наставници. Во Трст е постигната значајна регулаторна иновација: благодарение на оперативните упатства развиени од локалните здравствени власти (ASUGI), производите од училишните градини (кои се одгледуваат без штетни материи) можат да се користат и да се консумираат во училишните мензи и училници, затворајќи го кругот од производство до дегустација.

## НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Курсот кој ние го нудиме опфаќа една академска година и се состои од шест до седум сесии, од кои секоја трае четири до пет часа, и каде учество зема еден клас или повеќе учесници.

**Учење за локални продукти**

Учениците и кадарот придонесуваат за темите кои се проучуваат. Курсевите се базирани на една тема за различни видови на производи, од кои произлегуваат испити за типични локални производи како Sauris Prosciutto, сирењето Formadi Frant (Президиум), житото grispolenta и природни варијанти како жолта рибола (сорта грозје) и Schioppettino (вид грозје од кое се прави вино со интензивен вкус).

Преку регионалната мапа на нашите производи и преку разновидни извори на информации (проучување на литература, списанија, интернет), на студентите им се даваат алатки за да изнајдат локални производи и производители.

Покрај тоа, локалните производители се покануваат на часови или ние им одиме директно на фарма. Учениците исто така истражуваат траториуми – италијански ресторани, интервјуирајќи ги оние кои всушност користат локални производи.



Наставниците а понекогаш и универзитетските професори од други институции кои соработуваат со нас, најчесто ја користат програмата- мастер за храна на Слоу Фуд Италија. Откако ќе го поминат курсот, бруцошите наместо да пишуваат есеи, подготвуваат постери со фотографии направени во текот на годината а студентите од втора година прават power-point презентација за печатените медиуми. Ние секогаш вклучуваме сетилна едукација- активности и вежби кои ги стимулираат сетилата за мирис и вкус.

Во следната училишна година, студентите изучуваа предмети за вино надвор од ,,традиционалното", преку нативни сортни вина, дегустирајќи ги и посетувајќи ги производителите на крај да засадат винова лоза во градината на хотелиерското училиште.

**Зошто успева**

Проектот успева поради ентузијазмот на организаторот и на менаџерот на курсот, континуираниот повратен одговор помеѓу наставниците и соработниците, и содржината на предметот, која се третира на начин за да се задржи интересот на студентите. Резултатите беа одлични и ни овозможија да добиеме согласност од регионални административни единици што го финансираа проектот за покривање на локалната телевизија.

**Култивирање на регионалните претставници**

И додека на почетокот на курсот многу студенти не знаат за регионалните производи, откако ќе го завршат, не само што им објаснуваат на другите, туку исто така се вклучени во тековните производствени техники. Курсот тековно создава портпароли и претставници на нашата регионална култура.

**Планирање и промоција на курсот**

Јас сум клучниот организатор на овој проект, пронаоѓам начини за финансирање и ја подредувам наставната програма и предавањето. Ко-лидерот на конвивиумот е мојот соработник кој ми помага околу врските со универзитетот, координацијата на наставниот кадар, одржувањето на врските со производителите и со организирање на посети, и работи на прес-конференциите. Во наставниот капацитет, двајцата од нас се инволвирани во предавања за сензорна анализа и во правењето на презентациите околу Слоу Фуд. При подготовката на наставната програма, ние го користевме материјалот подготвен од канцеларијата на едукација за вкус на Слоу Фуд Италија, правејќи модификации за да се прилагоди на нашите околности.

Отпрвин ги контактирав училиштата и им го предложив проектот. По првата година, ваквото нешто не беше неопходно бидејќи бевме добро познати и до нас започнаа да пристигнуваат барањата. Благодарение на регионалното финансирање, училиштето не мораше да плаќа, што беше олеснителна околност за да се здобие нивното партнерство.

Подготвивме материјал за претставување со училишните директори и наставници, презентирајќи го курсот, за да се разбере како да се интегрира материјалот во наставната програма на училиштето.

**Финансирање**

Проектот бил финансиран со 80,000 евра од регионот, и ние следната година добивме финансирања од локалната јавна администрација. Производителите често ги нудат своите производи, за да се користат во текот на целиот курс.

**Презентација на резултатите**

На крајот на секој курс ние подготвуваме ручек за учесниците на прес-конференцијата, на која студентите прават презентации за производите што ги изучувале. Студентите исто така го подготвуваат менито, претставувајќи ги производите што ги познаваат. Карло Петрини беше во можност да учествува на првата прес-конференција, и настанот привлече многу медиумско внимание.

## 3.15.Слоу Сестри: Споделување на едукацијата за вкус помеѓу два конвивиуми и континенти

**Конвивиум Медисон и конвивиум Мантова**
**Медисон, Висконсин, САД и Мантова, Италија**
**Активност: Размена меѓу конвивиуми**

Конвивиумот Медисон во САД е основан 1999 година. Тој е една од првите Slow Food групи во САД, основана пред националната организација Slow Food USA. Ова е посебен огранок основан при кампусот на Универзитетот во Висконсин-Медисон (UW). Основан е од студентката Џења Ерлинг. Од другата страна е конвивиумот Мантова во Италија, со слична историја. Основан како еден од првите конвивиуми на Слоу Фуд движењето во Италија и воопшто во светот. Денес истиот не постои, но постои Слоу Фуд Долна Мантова (Slow Food Basso Mantovano) формиран во април 2006 како огранок на првиот.

Конвивиумите Медисон и Мантова, своевремено воспоставиле партнерска програма за размена на идеи, култура и на знаењето што го стекнале за време на активностите со Слоу Фуд. Ова уникатно партнерство започнало во октомври 2002 и било првиот меѓународен проект на здружување Слоу Фуд заедници. Започнало како граѓанска иницијатива со програма на збратимени градови Медисон-Мантова, а со силна поврзаност помеѓу двата конвивиуми и региони за храна. Медисон е главен град на државата Висконсин во северниот дел на САД, а Мантова се наоѓа во регионот Ломбардија во северниот дел на Италија.

Во текот на четири години двата конвивиуми разменале повеќе посети, соработувајќи со цел да ги споделат принципите на Слоу Фуд и како истите се практикуваат на различните континенти, пришто секој конвивиум со секоја размена стекнувал богато искуство.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Размената помеѓу двата конвивиуми е заснована на нашите кулинарски традиции, а потоа и на приоритетите на Слоу Фуд за едукација за вкус и за одржување на биодиверзитетот. Воспоставивме програма за размена на посетителите, а со тоа добивме можност да ги споделуваме различните традиции за храна, да одржиме настани на едукација за вкус и да промовираме наши локални и традиционални производи. Притоа разменувавме податоци за пазарите на фармери и модели за маркетинг на храна, нутритивни програми, училишен ручек и програми за училишни градини.

Во изминатите четири години, членовите на конвивиумот Мантова четири пати го посетија Медисон, и истото го направија и членовите од Медисон: четири пати отидоа во Мантова. Две од патувањата направени од американска страна се случија за време на одржувањето на настанот Тера Мадре, а по средбата групата делегати и членови имаа можност да останат неколку дена во Мантова.

**Еднонеделна посета**

Во октомври 2005 одржавме седумдневна посета за три члена од Мантова – вклучувајќи и истакнат готвач, помошник во кујна и регионален менаџер на Слоу Фуд Ломбардија. Распоредот на настаните беше подготвен и вклучуваше активности како што се демонстрации за готвење на саемот за храна и вино, како и локално кооперативно кафе, предавање за одржливо рибарство – Слоу Фиш (Slow Fish) и демонстрација на готвење за студенти и ученици по кулинарство, ТВ и медиумски интервјуа, средба со градоначалникот на Медисон и тура на областа и на Универзитетот. Готвачките презентации беа отворени за јавноста, за разлика од настанот Слоу Фиш, кој пак беше одржан во техничкиот колеџ на областа Медисон и достапен само за студентите по кулинарство, за професори-

те и за нашите членови.

Посетата беше планирана за време на одржувањето на саемот за храна во Медисон, при што нашиот конвивиум имаше свој простор на саемот. Организиравме две презентации и работилници за вкус во текот на саемот, претставивме готвачи и инструктори за готвење од Мантова и од Висконсин, традиционалната храна од двете области, комбинирајќи ги производите од Мантова со нашите локални занаетчиски и традиционални состојки и зеленчуци. Исто така бевме во можност да го прикажеме нашето Слоу Фуд партнерство на збратимени градови, да ги промовираме нашите взаемни цели за споделување на традиции, да ја продолжиме нашата програма за размена на посетители, а пред пошироката јавност да го презентираме моделот за земјоделие на Слоу Фуд.

**Улогата на локалниот конвивиум во партнерството и размената**

Конвивиумот Медисон има околу 100 членови, од кои многумина се заинтересирани за културолошките гледишта на размената и за размена на локални, традиционални производители, кои се остварile преку нашето партнерство. Имаме 10 членови, активни за одржување и за развој на нашето партнерство со Мантова и дополнително, 4 до 5 сопственици на ресторани, исто така членови, кои се вклучија во настаните. Сите наши членови активно учествуваат на специјалните настани што ги нудиме во текот на неделата и ни помагаат со целата потребна подготовка. Со секој нов настан, проект и размена, интересот меѓу нашите членови расте, и многу од нив волонтираат за да ни помогнат да ги остваримe нашите цели.

**Залагање за успех преку опфат на различни слушатели**

Еден елемент кој настанот го направи успешен беше посветеноста на луѓето, инволвирани во ова партнерство и нивната желба да направат значајно искуство за сите вклучени. Ние имавме поддршка од приватна индустрија (Саемот за храна и вино), кадарот и студентите од техничкиот колеџ, професионалците од ресторaните и продавниците за храна (кооператива за малопродажба), нашите членови, медиумите, и секако партнерите од конвивиумот Мантова. Имавме многу амбициозен распоред и бевме во можност да ги споделиме нивните таленти и љубовта за Слоу Фуд. Неделниот спектар на настани значи дека можеме да стигнеме до широк опсег од луѓе заинтересирани за храна.



**Како меѓународните размени може да ја трансформираат домашната сцена на производство на храна. Самоорганизирана посета на винарија во Италија, за време на седум дневниот настан Тера Мадре Салоне дел Густо. (Фото: Теренска посета, 2018 г.)**

**Нагласување на биодиверзитетот**

Во текот на неделата, на нашиот штанд на шоуто за храна и вино, бевме во можност да изложиме див ориз од бела земја, производ од Арката на вкусови. Генерално, за време на посетите се обидуваме да разменime податоци за било какви регионални специјалитети, а посебно за производи на президиумите: „Саламе мантовани касалин“, „Мостарда ди Мантована“ и расите на мисирки од националното наследство во Медисон. Членовите на Мантова се инволвирани во проекти за враќање на езерата, и ова покрена дискусија и во нашиот конвивиум во однос на одржливоста на производите кои генерално се поврзани со Големите езера и со водата (риба, конзумни водни растенија, културата и обичаи на рибарење).

**Публицитет**

За време на посетите активно работевме со медиумите и добивме претставување во локалните и алтернативните весници, во месечниот магазин Медисон, како и телевизиско интервју со нашите гости. Се обидуваме да го користиме истиот приод за сите посетители на Слоу Фуд, но поради тоа што сме инволвирани во шоуто- Храна и вино, имаме полесен пристап до медиуми, поголем досег и поголема изложеност на различни сегменти од генералната јавност.

Шоуто не вклучи во нивниот промотивен материјал, а за другите настани изготвивме едноставна информација и дистрибуиравме летоци со истата низ градовите на домаќините. Преку електронската пошта ги промовиравме настаните пред нашите членови, во нашиот месечен билтен и со објави на нашата веб страна.

**Стадиуми на планирање**

Планирањето за активностите и настаните за цела таа седмица започна кон крајот на пролетта 2005, шест месеци пред пристигнувањето на гостите од Мантова. Првин, ние се координиравме со организаторите на саемот и шоуто, со цел да ги утврдиме нашиот штанд и презентациите со готвење, и веднаш штом дознавме дека можеме да учествуваме започнавме да ги контактираме нашите колеги во Мантова.

Шоуто за храна и вино на Медисон ги покри трошоците за патување и сместување за нашите посетители кои учествуваа на овој настан. Нормално, индивидуалците кои се во посета ги покриваат нивните трошоци за патувањето, а домаќинскиот конвивиум нуди домашен престој за посетители. Трошоците за производите при презентациите со готвење беа обезбедени од малопродажна кооператива.

Имавме тим од шест луѓе кои помогнаа во планирањето на неделата, осигурувајќи се дека нашиот календарски распоред е остварлив, обезбедувајќи состојки, работејќи околу распоредот за сместување и за транспорт, во поврзувањето со посетителите од Мантова, поврзувањето со властите, кадарот од техничкиот колеџ во областа Медисон, со шоуто за Храна и вино, со американските готвачи, со местата, медиумите, итн.

**Резултати и планови за во иднина**

Целата недела имаше огромен успех. Студентите, инструкторите по кулинарство, универзитетските професори и локалните готвачи ги насочивме на употреба на локалните производи, на новите начини и ги воведовме кон принципите на Слоу Фуд. Нашите членови и другите заинтересирани ја имаа можноста да научат техники за користење на локалните состојки. Главна водилка ни беше распоредот во кој беа наведени клучните задачи за секој ден, описот на тоа што се вклучуваше тоа, за било какви трошоци, за тоа кој е одговорен, и дали е потребен преведувач.

Првично, предвидовме одржување на едукативни работилници, но со оглед на локацијата на изложбената сала посоодветно беше да изведеме стандардна презентација со готвење и се надеваме дека следниот пат ќе понудиме и едукација за вкус во помала просторија. Дефинитивно продолжуваме со нашите размени и се фокусираме на традиционално-произведено сирење, бидејќи тоа е

важно за нашите регионални заедници во Висконсин и Мантова. Исто така, од неодамна ја иницираме нашата размена во врска со училишните градини.“

## 3.16.Слоу Фуд на филм

**Конвивиум Мар дел Плата**
**Мар дел Плата (Mar del Plata), Аргентина**
**Активност: Поврзувањето на храната и културата - проекција на филмови**

Мар дел Плата е голем град и главно пристаниште на брегот на Атлантскиот Океан во покраината Буенос Аирес, Аргентина. Тој е најголемото и најпознатото морско летувалиште во Аргентина. Често е нарекуван „Бисер на Атлантикот“ (La Perla del Atlántico) и е една од најважните туристички дестинации во земјата, особено во текот на летната сезона (од ноември до средината на април). Економијата на градот се базира главно на туризмот, но исто така е и важен рибарски центар и има развиена индустрија (градежништво, текстил). Благодарение на ентузијазмот и на личната инволвираност на лидерот на конвивиумот Мар дел Плата, Марија Ларсен, беше организиран филмски фестивал основан од Слоу Фуд.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Конвивиумот има 20 членови, од кои некои ги најдов лично. Ги посетив сите, обидувајќи се повторно да ја постигнам реацијата што ја искусив кога за прв пат слушнав за Слоу Фуд и помислив, „Леле, овие луѓе мислат на истиот начин како и јас!”

Патем, јас произведувам мед. Другите членови на конвивиумот имаат многу различни професионални профили, но на некој начин сите сме обединети преку гастрономијата. Така, член ни е директор на хотел кој исто така управува со фестивалот на „бристолски филм“ и произведува паштета од месо на фазан; новинар; производител на лаурил алкохол (се користи за козметички и фармацевтски производи); сопственик на грчки ресторан; професионален готвач и директор на гастрономско училиште. Тие се на возраст помеѓу 40 и 50 години, сите имаат страст во врска со храна и секој има свој придонес во конвивиумот.

**Разнобразна кулинарска култура**

Го отворив конвивиумот во Мар дел Плата, пред една година. Во оваа област се произведува овошје и зеленчук, а исто така се рибари и се одгледува добиток. Местото изобилува со многу земјоделски, но и туристички активности, па градот се зголемува од 600,000 жители во зима, до преку еден милион луѓе во текот на летната сезона.

Како резултат на активниот туризам, во градот има многу ресторани. Кулинарската култура е премногу разновидна: аргентинската приказна на храна традиционално се врти околу месото, но во текот на историјата севкупната италијанска имиграција донела тестенини и риба. Постојат многубројни италијански организации во земјата, од кои 70  се само во Мар дел Плата. Популацијата станува се посвесна со што се храни и се повеќе се интересира за добар и вистински квалитет.

**Нудиме разни активности**

Се досега ние сме организирале различни типови на активности, од говор до краток филмски фестивал посветен на гастрономијата и на нејзините социјални гледишта. Конвивиумот се обидува да организира активности како што е еко-гастрономско советување за ресторани и посети на малите производители. Еден од говорите беше организиран во библиотека, каде што ние креиравме ,,Слоу Фуд катче”, со списанија на Слоу Фуд и публикации и книги кои се блиску

поврзани со темите. Што се однесува до говорите тие можат да бидат во однос на секој предмет, во зависност од тоа кој е слушател (готвачи, деца, итн.), и како такви се многу корисни за ширење на филозофијата на Слоу Фуд. Во малите места и села, обично добиваме одредена помош од туристичките агенции. На пример, тие плаќаат за транспортот или го рекламираат настанот.

**Филмски фестивал во аргентински стил**

Ние како конвивиум го организираме „Слоу Фуд на филм во Мар дел Плата“, и тој е нашиот нај ветувачки настан, а се темели на искуството од истиот филмски фестивал што го организира Слоу Фуд во Италија. За реализација на фестивалот, ги преведовме сите потребни материјали и воспоставивме комуникација со сите кинематографски училишта во Аргентина и медиуми, со цел да обезбедиме широка промоција.

На 6-ти октомври, во хотелот Президенте Перон бесплатно прикажавме филмови за храна, а проекцијата беше во салонот кој ни го обезбеди менаџерот на хотелот. Истовремено, во друг дел од хотелот, беше организиран мал саем со производители кои работат на социјални проекти, како „женски снабдувачи“ (mujeres del abasto) кои собираат, подготвуваат и дистрибуираат храна до луѓе кои беа погодени од економската криза во земјата. Организацијата ,,Prohuerta” им помага на овие луѓе да култивираат мали парцели, со цел да преживеат и да задржат дел од достоинството.

Фестивалот беше промовиран во целата област. Лично отидов да зборувам со неколку новинари, вклучително и со новинарите на радиото. Филмскиот фестивал Мар дел Плата исто така помогна во рекламирањето на настанот.



**Урбана ревитализација: Пример како можеме да ги претвориме постоечките градски локации во иновативни простори за настани. (Фото: Филмски фестивал на запуштена локација, Трпеза Филм Фестивал 2017)**

**Трпение и мотивација: Надминување на тешкотиите**

За филмскиот фестивал трошоците беа минимални и јас самиот платив за нив. Сепак, многу луѓе трошат многу време и напор, и секој помага на свој начин. Работата е, кога немате буџет и/или резервен фонд, ви треба многу повеќе време, трпение и мотивација. На пример, кога започнав со организирање на краток филмски фестивал, преговарав за местото каде би го прикажувале филмот. Кога конечно стана јасно дека нема да го добиеме саканиот простор (бидејќи во тој дел постоеше само простор за продажба на брза храна), морав да почнам се одново.

Во такви ситуации, клучна е помошта од други страни, како што беше поддршката од градската управа за проекти кои ги прогласија за јавен културен интерес. Иако ова не секогаш значи финансиска помош, таа поддршка сепак може да отвори многу важни врати.

**Изградба на мрежи и неоткажување**

Мојата порака до сите конвивиуми ширум светот е: **„Не се откажувајте! Одете напред, упорно и постојано!“.** Работев и со другите конвивиуми во Аргентина (Патагонија, Розарио, итн.) и сите тие се различни, но имаат потреба од помош. Затоа, редовно комуницираме, си разменуваме податоци и идеи. Најубавото нешто во врска со сите овие активности е што, покрај решавањето на проблемите, во меѓувреме создаваме пријателства и градиме мрежи на солидарност. Идеи секогаш има. Она што е уште поважно е што имаме трпение да се справиме со сите предизвици што претстојат.

## 3.17.Употреба на локални производи во ресторaните во Монтреал

**Конвивиум Квебек**
**Монтреал, Канада**
**Активност: Промовирање на локални производи**

Конвивиумот на Слоу Фуд Квебек (Slow Food Québec) бил воспоставен во 2000-та година и во тоа време ја претставувал целата провинција на Квебек. Потоа од истиот било подржано воспоставувањето на 4 нови конвивиуми: Чарлевоикс, Источен Тауншипс, Абитиби-Темискаминге (Abitibi – Témiscamingue) и Батискан (Vallée de la Batiscan – Mauricie). За следната година да станат Слоу Фуд Монтреал (Slow Food Montréal), бидејќи поголемиот дел од нивните членови биле концентрирани во поширокиот регион на Монтреал. Монтреал (Montréal) е еден од најважните и најдинамични градови во Канада. Тој е втор најнаселен град во Канада (по Торонто) и се наоѓа во провинцијата Квебек, во југоисточна Канада.

Во првата година конвивиумот генерирал голем интерес. Имале тенденција да регрутираат нови членови, но откриле дека со текот на годините е тешко да ги задржат истите. Сепак, успеале да стигнат до 200 членови и со релативно константен раст, со што е еден од најуспешните конвивиуми. Често се случувало, да ги дистрибуираат членовите во ново-формираните конвивиуми во Квебек.

Од нивното формирање како регионален конвивиум Слоу Фуд Квебек до реорганизацијата и формирањето на конвивиумот Монтреал и останатите локални конвивиуми организирале околу 50 активности, со 7 до 8 настани во текот на една година. Нивните активности ги фокусирале на здружување на производителите и на готвачите сакајќи да привлечат внимание кон ресторaните кои користат локални производи од малите производители. Во текот на вечерата,

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„За да се фокусираме на поврзаноста помеѓу готвачите и производителите, ние организиравме вечери на кои се здружуваат овие две страни. Одбираме готвач и ресторан кој користи локални производи, а потоа бараме да идентификува 2 до 3 производители со кои работи, и ги поканuваме да бидат говорници на вечерата.

Првиот дел од вечерата е како мини салон, каде производителите ги продаваат нивните производи, додека учесниците имаат коктел. Менито за вечерата, кое го развиваме во партнерство со готвачот, е базирано на производи кои се претставуваат таа вечер. Потоа производителите ги објаснуваат нивните производи, доаѓа готвачот и го зборува неговиот дел за тоа како ги користи производите во специјалитетите кои ги прави. Ние одбираме ресторани и готвачи врз основа на предлозите од нашите членови, се сретнуваме со нив, го дискутираме менито и цената. Потоа со производителот се одбираат производи, и се дискутира за делот со презентацијата и говорот односно околу тоа што би било можело да се каже. Следниот чекор е продавање билетите за вечера, со малку повисока цена. Цената на билетот ги покрива нашите трошоци за вечерата, бидејќи готвачот обично нуди добра цена за менито кое го изготвува.

производителите ги претставуваат своите производи, а готвачите нивните специјалитети. Конвивиумот во Монтреал исто така е инволвиран во кампањата поврзана за канадската крава, која преставува  национално богатство.

**Учење преку дружење**

Откривме дека нашите членови и учесници имаат придобивки од ваквиот тип на оброк преку дружење. Конкретно, се сретнуваат со други луѓе, ги сретнуваат производителите на одбраните производи и учат повеќе за производителите. Нашите членови имаат високи очекувања и сакаат да учат. Досега, се покажа дека бараат добра содржина. Затоа говорниците мора да се многу добри, комуникативни, и да ја знаат содржината на нивниот предмет.

**Зголемување на свеста за канадската крава**

Ние организираме настани кои информираат и ја зголемуваат свеста на членовите во пријатна и пријателска атмосфера, како на пример, кампањата за заштита на канадската крава – раса од национално значење. Планираме да креираме шема за спонзорства, каде што секој член на конвивиум би можел да спонзорира крава, што е клучно за оценување на состојбата.

Организиравме прес-конференции за да ги претставиме тешкотиите кои го спречуваат опстанокот на канадската крава. Треба да продолжиме со нашата битка на највисоко владино ниво и да ги промениме законите во однос на квотите за млеко во Канада. Бидејќи трошоците се премногу високи за производителите, а пазарот е фокусиран на квантитетот при производството.

Конвивиумите во Канада се распослани на голема географска територија и поради тоа  е тешко да се координираат настаните со другите конвивиуми, и сеуште сме „кршливи“. Со четирите нови конвивиуми во Квебек, би сакале да охрабриме споделување и вмрежување. Доколку воспоставиме мрежа барем во Квебек, тоа ќе биде голема победа.“



**Илустрација на ефектот од анимирањето деца во контекст на темите со храна. Одржана работилница со деца во рамки на пазар на фармери, кој пак се одржуваше во физички оддел на зелен пазар за храна. (Фото: Детал од работилница со деца, 2019 г.)**

## 3.18.Давање можност за избор на здрав појадок во училиштата

**Конвивиум Супериор**
**Тандер Беј (Thunder Bay), Канада**
**Активност: Едукација за вкус - Училишна програма за појадок**

Овој конвивиум, основан во ноември 2004 година покрива голема област во доста далечна и изолирана област на Онтарио. Тандер Беј е град со 115,000 жители сместен во северозападниот дел на провинцијата Онтарио и главен сервисен и транспортен центар за целиот регион. Се наоѓа на северниот брег на езерото Супериор (Lake Superior), најголемото слатководно езеро во светот по површина, во чија чест конвивиумот го носи името. Околните области се рурални, па има членови кои живеат далеку и како последица на тоа, никогаш не се сретнале.

Како главен конвивиум во северна Канада започнал со програма за појадок во локалното училиште. На овој начин се овозможиле здрави избори и се превзеле бебешки чекори кон промена на исхраната кај децата. По одреден период конвивиумот зацртал планови во однос на работилници за поставување на нови програми низ целиот град.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Нашиот конвивиум растеше постепено - имавме 29 членови од сите професии. Многу членови беа во медицинскиот и во здравствениот сектор, на пример, еден од нашите заменик лидери е доктор интернист и партнер на другиот заменик лидер, кој исто така е доктор интернист. Имаме многу наставници и медицински сестри, но исто така и производители на храна - пекари, производители на сирење и готвачи. Многу членови имаат деца, така што се обидуваме да организираме повеќе активности кои се фокусирани на поврзаноста помеѓу децата и храната.

Во нашата област, работевме со луѓе кои јадат инстант макарони најмалку три пати неделно. Работиме од темел, базично и сакавме да направиме нешто со училиштето. Имавме мала училишна градина каде што успеваа само компири. Тешко е бидејќи ние сме на север, и тука ништо не се сади пред јуни. Идејата за програма за појадок при училиштето Агњу Х. Џонсон (Agnew H. Johnston Public School), започна од желбата на нашиот конвивиум да се инволвира во едукација за вкус, бидејќи се што правевме ја имаше таа компонента.

**Нема повеќе крофни**

Бидејќи сум наставник, идејата дојде и пред моето вклучување во Слоу Фуд, кога работев на програмата за појадок. Открив дека голем дел од храната која се сервира е бел леб, инстант снегулки и слично. Искрено, многу сакав да ја сменам храната што децата ја јадат.

Некои од нив немаат меморија за вкус: нивната вечера можат да бидат шест тркалезни крофни и лесен пијалок. Одлучив да ја контактирам мојата стара познаничка директорка во училиштето Агњу Х. Џонсон.

Тие штотуку добија грант од 24,000 долари-$ од Црвениот крст и никогаш немаа програма за појадок, па така и директорката беше возбудена поради проектот.

Во училиштето, програмата за појадок е како и секоја друга активност во училиштето. Се сретнав со наставникот и ги предложив идеите за менито што ја отсликува филозофијата и целите на нашиот конвивиум: здрава, разновидна храна, подготвена дома, со голем спектар на вкусови.

**Добивање помош на локално ниво**

Поради тоа што нашиот конвивиум е во одборот, на програмата за појадок ѝ беше даден многу кредибилитет од родителскиот совет и од локалните бизниси.

Тие не познаваат преку поврзаноста со Слоу Фуд, а исто така примивме и многу донации. Имаме производители на месо кои дониираат месо, така што можевме да правиме топол појадок со јајца и сосови. Интересно е што не ни е дозволено да користиме јајца од фарми, поради правилниците за здравје. Имаме локален ресторан кој донира јајца, имаме и работилница со леб и камена фурна која исто така донира леб.

Доколку бевме во Франција, ќе користевме свеж крем-путер и млеко. Во Канада, постои чудна култура на храна. Генерално, бизнисите дониираат дополнителен приход за овие типови на програми. На пример, ние добивме големи мафини од супермаркетот. Постарите деца кои помагаа, отидоа директно кај мафините но морав да им кажам да ги вратат назад и да земаат домашни бели печива и тоа да го прават секогаш, освен ако нема ништо друго. Тука работиме со различна култура на храна.

**Проект во кој луѓето можат да се препознат**

Во нашиот конвивиум, кога одреден член е вистински заинтересиран за одреден проект, тој се инволвира како јас во програмата за појадок. Ние ги замолиме нашите членови да испечат повеќе мафини за програмата, и ова е нешто што имаше повратен одговор од заедницата. Им се допаѓа тоа бидејќи е конкретно, бидејќи ги храни децата, па чувствуваат дека прават нешто добри и се задоволни. Тоа е начин да стигнеме до луѓе кои отсекогаш биле заинтересирани за Слоу Фуд - да добијат шанса да прават нешто конкретно.

**Специјални потреби**

Ова училиште се наоѓа во посиромашна средина и традиционално функционира како француско имерзионо училиште (**French Immersion School** - значи образовен модел каде што мнозинството од сите предмети (како што се математика, историја, наука) се предаваат на француски јазик, а не само часовите по француски јазик), бидејќи во Тандер Беј нема приватни училишта. Со затворањето на другите училишта, бројот на ученици во оваа установа значително се зголеми. Многу од овие деца живеат во градот, не јадат традиционална храна и имаат висока стапка на дијабетес тип 2.

Повеќето ученици се сместени во интернат на училиштето, што значи нивните родители поголемиот дел од времето не се со нив, така што немаат идеја за здраво готвење и здрава исхрана. Сепак, присуството на други етнички групи, како Финци и Италијанци, ни овозможи да служиме разновидна храна, вклучувајќи комерцијално преработено месо од дивеч и лосос, како и фински палачинки.

Нашиот прв појадок беше во последниот четврток и помина многу добро. Никогаш не би претпоставиле дека во мафините имаше ленено семе што ги збуни учениците! Исто така сервиравме домашни и здрави пијалаци. Отпочеток бев исплашен дека ќе имаме авантура како Џејми Оливер со децата кои ја фрлаат храната и прашуваат „Што е ова?“.

Не сакавме да ги напнуваме или исплашиме и затоа преземавме мали чекори. Започнавме со воведување на црн леб, а потоа разгледувавме можности и за други типови.

**Разликата која ја правиме**

Ние сме нешто како голема риба во мал базен, така што количеството на работи кои можеме да ги направиме тука е неверојатно. Имаме „заробени“ слушатели, бидејќи сме многу изолирана заедница. Се наоѓаме на 18 часа пат од Торонто, и на отприлика исто растојание од Едмонтон, кој е две провинции подалеку. Луѓето не запрашуваа: ,,Како можете да поставите локална вечера во април во Тандер Беј?”. Но, ние ја направивме и се беше локално, а луѓето беа изненадени. Готвачите во градот не знаеја дека можат да купат локални сурови производи и ова сознание им беше драгоцено.

Планираме да ја проширие програмата за појадок, нудејќи работилници на другите училишта за да ја имплементираат. Нашиот конвивиум е добар пример за тоа што може да се постигне во мали места, почнувајќи од нула. Луѓето тука

се неинформирани и знаат да прашаат, ,,Ние имаме земјоделие?". Купуваат атлантски лосос иако тука е достапен локален лосос-морска риба. Сега сме во можност да ги забележиме промените. Навистина е убаво да се види каква разлика направивме."

## 3.19.Зошто вкусот на болничката храна да не е добар?

**Конвивиум Торино**
**Торино, Италија**
**Активност: Програма на заедница/Работилница за вкус**

Конвивиумот во Торино (Slow Food Convivium Torino Città) активно организира настани, како што е **„Torino Earth Market"** (Пазар на Земјата Торино), кој промовира локални и одржливи производи. Програмата фокусирана на заедницата во Торино обезбедува подобра храна во болниците, и за пациентите и за кадарот.

Проектот „Вкус за здравје" беше измислен за време на Салоне дел Густо во 2004 година, кога Советот за земјоделство на Пиемонт, болницата Сан Џовани Антика Седе и „Слоу Фуд" го потпишаа протоколот. Со тоа, ја дефиниравме нашата цел: да го промовираме „правото на задоволство, веселост и квалитетна болничка храна", во согласност со принципите на Слоу Фуд за правата на пациентите во однос на исхраната.

### НИВНАТА ПРИКАЗНА

„Филозофијата која е наведена во документот за протоколот ја сочинува мотивационата идеја зад нашиот нов приод кон болничката храна, вклучително и тоа што им се дава на пациентите и на болничкиот кадар. Целта е да се испорачаат здрави оброци кои ги прикажуваат производите и кујната на нашиот регион, а на овој начин се обезбедува време за пациентите да се сретнат едни со други, со семејството, и со здравствените работници. Тоа е пријатно поминато време кое станува интегрален дел од терапевтскиот процес. Работилниците за „вкус за здравје" претставуваат прва фаза во реализацијата на овој проект. Во иднина, планираме одредени сесии за тренинг за внатрешниот персонал на болницата, кој има цел споделување на содржината на документот во однос на правата на болните, отворањето на кафетериите и управување со подготовката на оброкот.

**Болница**

Болницата Сан Џиовани Антика Седе (San Giovanni Antica Sede) е лоцирана во срцето на Торино, и таа е познат центар за онкологија – третман на пациентите со канцер – во Пиемонт. Тоа е мала болница со 80 болнички кревети за вообичаени пациенти, и исто така спроведува и активности како што е радиотерапија и поддршка за пациенти на онкологија.

**Прилагодување на работилницата, за да одговара на болницата**

Работилниците „Вкус за здравје" се преземени од програмата „Мастер за храна" и се приспособени специјално за болничката средина. Тие се наменети за пациенти (кои се под болничка нега или им претстои да бидат третирани) и за нивните семејства и најблиски.

Секој месец, почнувајќи од 2004 година, одржуваме работилници на кои претставуваме сезонска храна карактеристична за нашиот регион. Секоја работилница се одржува еднаш до двапати месечно, со учество на 25 до 35 луѓе (пола се пациентите и нивните семејства, пола се оние што се грижат за нив). Работилниците се фокусирани на здравјето, користејќи производи од Президиумите или други производи поврзани со програмата „Мастер за храна".

**Посветено следење**

Средбите се одвиваат во криптата на црквата од 17-иот век, сместена во рамките на барокниот болнички комплекс. Големиот интерес, со 20 луѓе на првата работилница и 150 до 200 учесници на вкупно две или три, нè инспирираше да им доделиме билети за Салоне дел Густо 2006 на луѓе кои би присуствувале на повеќе од 10 работилници.

Работилниците започнуваа со технички вовед од доктор диететичар или од нутриционист, кои зборуваа за добра диета и за здравите, и за болните. Потоа „скокнуваме“ до класичен формат на работилница за вкус, со историја за таа храна, техниките на подготовка, и со дегустација за да донесеме заклучок. Фармери, одгледувачи, традиционални производители или предавачи од Мастер за храна, ги илустрираа фазите од производството, а една работилница трае околу два часа.

**Поддршка**

Советот за земјоделство целосно ја споделува филозофијата на овој проект и го финансира неговото спроведување. Покрај финансиската поддршка, кадрите од „Слоу Фуд“ и болницата, а особено персоналот за исхрана, значително придонесуваат со својата работа. Дополнително, регионалните власти на Пиемонт се активно вклучени во проучувањето и селектирањето на производите и производителите кои учествуваат во работилниците.

**Реакции**

Отпрвин, луѓето биле изненадени од идејата и имало доста дебати, особено поради фактот што онколошките лекови имаат силно влијание врз способноста на пациентите да јадат. Сепак, главната придобивка од работилницата е будењето на сетилото за вкус преку компаративно тестирање. Ова им овозможува на пациентите повторно да го откријат задоволството од храната која претходно ја сметале за „забранета“ или нејадлива.

**За оние кои сакаат да ја пробаат**

Лоцирајте го болничкиот персонал кој работи на клиничка исхрана и на болничката храна. Во болниците каде пациентите остануваат подолго време, размислувањето за тоа како да се понуди вкусна храна што предизвикува задоволство има особено висока вредност и значително влијае на квалитетот на животот на пациентите.

## 3.20.Искуството во Тревисо

**Конвивиум Тревисо**
**Тревисо, Венето, Италија**
**Активност: Фестивал**

Конвивиумот Тревизо (Convivo Slow Food Treviso) беше основан во 1988 и неговите членови доаѓаа од градот Тревизо (90,000 жители) во регионот Венето, североисточна Италија. Членството на конвивиумот (кое после основањето во просек изнесувало 170 луѓе), поминало низ две главни фази - отсликувајќи ги своите различни лидери. Првата фаза била одбележана преку високо-квалитетни локални активности, примарно за мала група на членови. Втората фаза, која започнала во 1992 и трае до ден денес, се карактеризира со динамичен стил на отворена организација, и во однос на одбраните теми и во однос на учесниците.

Изборот да се вклучат не само членови, туку и секој кој може да ја разбере и да ја почувствува Слоу Фуд, на овој конвивиум му овозможила да расте во однос на бројноста на членовите и да биде препозната како социјален актер. Конвивиумот Тревисо има богато искуство кое произлегува од неговиот експериментален дух и од неговото тесно-поврзано јадро. Џино Бортолоти споделува мисли во однос на еволуцијата на конвивиумот и во однос на организирањето на еден од неговите настани за потписи.

Три пати конвивиум

„После неколку години постоење нашиот конвивиум се зголеми на повеќе од 300 членови, па беше распуштен за да се формираат пет помали конвивиуми во провинцијата Тревисо, а тоа го интензивираше присуството на Слоу Фуд во регионот. Денес во провинцијата можеме да изброиме околу 600 членови. Изборот да се раздвои конвивиумот дефинитивно беше позитивна одлука, бидејќи ни овозможи не само значително зголемување на бројот на членовите, туку дозволи многу квалификувани луѓе да станат лидери. Новите лидери организираа сопствени иницијативи во конвивиумите и воспоставија директна поврзаност со нивните членови.

**Мастер за храна**

Нашиот конвивиум примарно се фокусираше на програмата Мастер за храна, бидејќи многу од нашите членови добија диплома за завршени повеќе од 15 курса. Сакавме да бидеме сигурни со понуда на курсеви кои ќе бидат интересни и ќе ги вклучат членовите, особено во секогаш популарниот вински сектор. Така оваа година, во прилогот на понудата на курсеви Вино 1 и Вино 2 за првпат ќе понудиме и Вино 3, како и месечен настан ,,Запознај го авторот". Ќе презентираме или венецијански производител на вино или вино од друг дел на светот, за да ги понудиме нивните приказни и нивните вина.

Еден од нашите постојани предизвици отсекогаш била комуникацијата надвор од конвивиумот. Добро сме поврзани со локалниот печат, особено со печатените медиуми, што сметаме дека е од суштинско значење. Поради оваа поврзаност, информациите за сите наши активности редовно се претставени пред читателите на весникот. Нашето членство е разновидно и опфаќа луѓе со различни животни стилови и професии. Забележавме дека почнуваме да привлекуваме пензионери, а голем дел од останатите членови работат во здравствениот сектор и имаме значителен број наставници.

Сè уште имаме тешкотии во регрутирањето на млади луѓе, што може да укажува на недостиг од интеракција со тој дел од популацијата. Можно е младите луѓе да не се чувствуваат привлечени од гастрономијата и ресторaните, бидејќи не се во можност да одвојат доволно финансиски средства за овој тип на активности.



**Внимателно планирање и користење на локалните ресурси и природното опкружување – инспирација за одржлив дизајн на настани во случајот за еден од првите Слоу Фуд фестивали „Ден на дивите смокви". (Фото: Настан во градскиот парк во Валандово, 2018 г.)**

**Набљудување и експерименти**

Продолживме да експериментираме и избегнуваме избрзани идеи. Здравата комбинација на искуство, љубопитност и лесна срдечност доведе до филозофијата ,,никогаш не вели никогаш" во нашиот конвивиум, дури и кога сме вклучени во разновидни иницијативи. И покрај тоа, не превземаме непотребни ризици, туку се стремиме однапред да планираме за менаџментот и за промоцијата.

Слоу Фуд претставува уникатна платформа за едукација на луѓето и за промовирање на настани, производи, територија и култура.

Слоу Фуд не е начин за зголемување на капиталот или за собирање што е можно повеќе луѓе на настани. Тешко е да се одржи овој тип на рамнотежа, бидејќи партнерите, членовите и јавноста, имаат големи очекувања кога станува збор за Слоу Фуд.

Од последната година кога направивме нови соработки, започнавме да прашуваме за паричен придонес или, како алтернатива, претпочитаме, соработникот пред настанот

да се посвети во регрутирање 20 нови членови. До ден денес, бевме успешни со овие три иницијативи.

**Главниот настан**

Од сите наши активности, фестивалот „Реденторе" е настанот во кој најмногу уживаме. Ова е прослава која се одржува во Венеција уште од 1576 година и го означува крајот на чумата што однесе 50.000 животи во градот. Прославата е воспоставена во Република Венеција и се одржува секоја година.

За овој настан, декорираме јахта-глисер за 200 поканети членови и ангажираме еден од најдобрите ресторани во Венето да ги подготви традиционалните јадења на Реденторе. На полноќ се одржа спектакуларен огномет над Базенот Сан Марко.

Овој настан е сложен и бара многу логистичка и финансиска подготовка. Поради тоа, со неговото најавување започнавме седум месеци однапред, обраќајќи им се на членовите од Венето и од целиот свет. Веднаш почнавме со резервации и наплата преку банкарски трансфер, при што се пријавија членови на Слоу Фуд од целиот свет.

Целта на настанот беше и да се оствари одредена финансиска добивка, па затоа организиравме лотарија за учесниците на јахтата. Цената за секој настан што го организираме е поставена малку повисоко со цел да обезбеди профит, кој потоа ќе ни овозможи финансирање на идните активности. Малата заштеда што ја собираме се користи за покривање на идни или неочекувани трошоци.

**Некои Предизвици**

Многу често, истите луѓе се појавуваат на нашите настани и како организатори и како гости. Ова е од помош за организирање на настани, бидејќи можеме да сметаме токму на тие луѓе. Но, исто така би сакале да видиме нови лица, да имаме нови искуства и нови потреби.

Целта на настанот е и финансиски да се заработи нешто и затоа организиравме лотарија за учесниците на јахтата. Цената за секој настан што ние го организираме е малку повисока, со цел да обезбеди профит кој ќе ни овозможи финансирање на идните активности. Малата заштеда што ќе ја собереме се користи за идни или неочекувани трошоци."



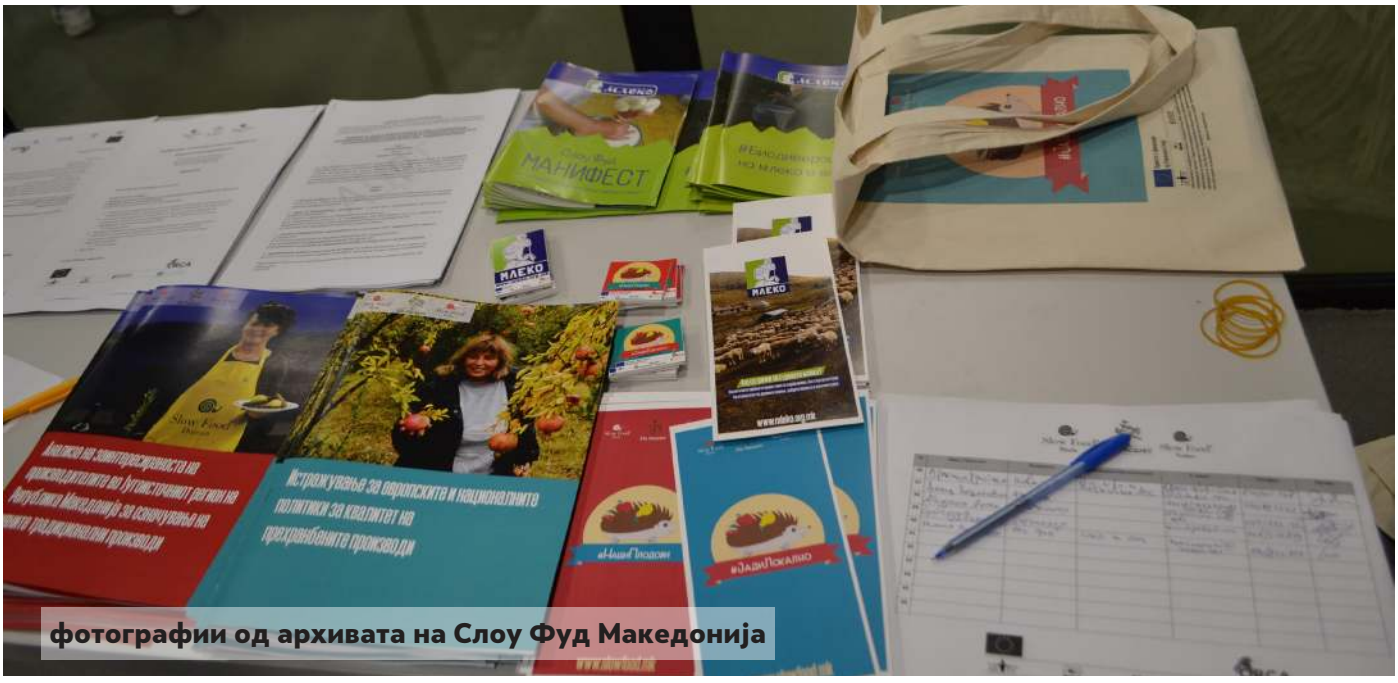





фотографии од архивата на Слоу Фуд Македонија








**фотографии од архивата на Слоу Фуд Македонија**

# 4. ПРИЛОЗИ

## 4.1 Едноставни чекори во организирање на настани

Не започнувајте со планирање на вашиот следен настан без да ги прочитате овие 10 чекори. Иако ова е преглед на некои од чекорите што треба да ги следите при развивање на некој настан, не можеме да ги идентификуваме сите детали за кои ќе треба сами да размислите и да ги дефинирате (бидејќи голем дел од тоа ќе зависи од видот на настанот кој го држите и локалниот/временскиот контекст). Но, се надеваме дека табелата подолу претставува појдовна точка за планирање на вашиот настан.

| | Чекор | Насока |
|---|---|---|
| 1 | Развивање на целта | Кога ја развивате целта на вашиот настан, фокусирајте се на двете клучни компоненти: материјалната (опиплива) цел и поширокаta (специфична) цел.<br>Материјална цел е конкретниот, физички или квантитативен резултат што треба да се постигне. Прашајте се: што е опипливиот производ или резултат од настанот? (пример: собирање на 10,000 МКД во донации; регистрирање на 30 нови членови; презентирање на нов производ/ител пред 50 присутни итн.)<br>Поширокаta цел е во суштина причината зошто го организирате тој настан. Го дефинира стратешкото значење на настанот. Прашајте се: Каква долгорочна вредност или промена сакате да генерирате? Кој проблем го решавате или која можност ја искористувате? (пример: едукација - да се обучи заедницата за некој нов производ; ангажирање на заедницата - да се зајакне тимскиот дух или лојалноста кај членовите итн)<br>Поставете си јасни цели, за да можете потоа да го измерите успехот. |
| 2 | Организирајте тим | Секој настан има потреба од заеднички (тимски) напор за да се справи со сите детали. Размислете за идентификување на еден клучен менаџер на настанот или одговорно лице на настанот, како и поединечни одговорни лица за делови од настанот, на пример за:<br>• управување со локацијата;<br>• покана на говорници, гости, презентери;<br>• забавен дел;<br>• медиуми;<br>• спонзори;<br>• волонтери. |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | Одредете датум | Датумот можеби веќе е претходно одреден за настан кој се повторува, но ако е нов настан, задолжително размислете за следново пред да го утврдите и промовирате вашиот датум:<br>• Дајте си доволно време! Идеално, треба да имате 4-6 месеци да планирате (во зависност од природата на вашиот настан)<br>• Бидете свесни за државните и верските празници.<br>• Избегнувајте временски периоди за одмор во училиштата (на пример, зимски, пролетни и летни одмори)<br>• Проверете ги датумите со клучните учесници - на пр., говорници, презентери, VIP гости итн. |
| 4 | Брендирајте го настанот | Одберете тема: Ако сакате да го издвоите вашиот настан, треба да одберете временски привлечна тема која ќе ве оддели од вашата конкуренција. Ова значи дека треба да излезете со интересна тема и да се погрижите за добро име и мото на настанот - бидејќи тоа може да биде во клучно внимание, особено во онлајн-медиумите.<br>Смислете име: Кога размислувате за името на настанот, размислете за тоа како се разликува вашиот настан од други настани во секторот? Што се надевате да пренесете преку овој настан?<br>Креирајте мото: Откако ќе излезете со име/наслов на настанот, обидете се да смислите и поднаслов/ слоган/ мото – краток текст за брендирање кој лесно се памети и добро го опишува настанот.<br>Дизајнирајте лого: Последниот чекор ќе биде логото создадено за да го претставува вашиот настан. Логото може да биде ефективна алатка за брендирање - нуди брзо препознавање на вашиот настан во сите ваши рекламни материјали и промоции (на пример, маици, шишиња за вода, торби итн.) |
| 5 | Креирајте Мастер план: | Овој план треба да ги опфати сите аспекти на настанот, вклучувајќи:<br>• Место, логистика и угостителски менаџмент (договори, дозволи, осигурување, итн)<br>• Говорници / презентери (идентификување, потврдување, логистика и управување)<br>• Активности / забава<br>• Рекламирање / промоција (онлајн промоција и на сопствената веб-страница, календари на настани, печатени програми, ознаки - налепници, односи со медиумите, социјални медиуми итн.)<br>• Регистрација (регистрација преку интернет, плаќање и следење, пријавување на место, итн.)<br>• Управување со спонзор / партнер<br>• Волонтерски менаџмент |
| 6 | Одредете ги администра-тивните процеси | Размислете и распрашајте се, дали би ви биле потребни некои дозволи или најави за одржувањето на настанот, од/во дел од јавните институции. Вообичаено, потребно е:<br>• Најава во Министерството за внатрешни работи, доколку настанот се одвива на јавен простор и се планира и очекува поголема посетеност;<br>• Дозвола од општината за користење на јавен простор, доколку настанот се прави на плоштад, парк, пешачка зона и сл.;<br>• Слично со претходното, дозвола од некоја национална установа за користење на простор кој е под нејзина надлежност или заштита;<br>• Пријава на листа со учесници во Управата за јавни приходи, доколку настанот е од продажен карактер;<br>• Пријава на листа со учесници во Агенцијата за храна и ветеринарство, доколку настанот е од продажен карактер;<br>итн.<br>Исто така, одредете што се ќе е потребно, а потоа и како ќе ги следите вашите списоци за планирање, регистрација, буџет, гости и списоци итн. |

| | | |
|---|---|---|
| 7 | Идентифику-вајте и воспоставете партнерства и спонзорства | Размислете дали постојат организации со кои би можеле да соработувате или фирми од кои можете да побарате спонзорства за да ги покријат трошоците? Имајте на ум дека при таква соработка, помагањето нема да е само од финансиски аспект, туку самото вклучување на други луѓе или правни лица во вашиот настан ќе го помогне и процесот на ширење информации за настанот, а со тоа и потенцијалниот успех на истиот. Во таа насока, барајте:<br>• партнерство со локални организации кои би можеле да понудат место или помош со персонал/волонтери;<br>• корпоративни спонзори кои би можеле да финансираат дел од настанот (големи - национални компании) па се до локални бизниси кои можат да обезбедат добра или услуги како цвеќиња за маси, предмети за подарок, итн.<br>Ова е детално објаснето во точка 2.6 Градете партнерства |
| 8 | Креирајте план за публицитет | Дури и со најубавите говорници или забавна програма, ви треба публицитет за да привлечете посетители. Промоцијата на настанот започнува со првичното известување на вашата веб-страница, соопштение во вашиот билтен или е-пошта за да го зачуваат датумот, а потоа се гради со вклучување на онлајн и офлајн публицитет, односите со медиумите и тековните активности. Имајте на ум, дека ниеден план не треба да е завршен без пофалби, признанија за поддржувачите на настанот и статии за клучните пораки на настанот или успех во прибирањето финансиски средства. |
| 9 | Утврдете буџет | Вашиот буџет треба да ги вклучува проценетите суми на трошоци за сите клучни елементи идентификувани во вашиот мастер план за конкретниот настан.<br>Не заборавајте да вклучите и ставка за непредвидени трошоци (10-25%). |
| 10 | Утврдете процес за евалуација | Размислете за тоа како ќе одредите дали вашиот настан е успешен. Дали ќе го мерите успехот преку бројот на посетители или учесници; дали успехот е зависен од тоа колку сте се ангажирале околу самата организација или од тоа дали сте ја собрале зацртаната сума во донации?<br>Кога ќе ги поставите вашите почетни цели, исто така треба да размислите како ќе го измерите настанот за да го одредите вашиот успех. Ако користите софтверски пакет за управување со членство, лесно можете да ги следите регистрациите и уплатите. Но, ако на пример целта на вашиот настан е да ја подигнете свеста, ќе треба да собирате податоци за активноста / споменувањето на онлајн и социјалните медиуми, лични впечатоци, повторно доаѓање на следен настан итн. |

## 4.2.Мастер план за настан

Мастер планот е најважниот документ во организацијата на кој било настан. Тој претставува централизиран, сеопфатен нацрт кој ја претвора визијата за настанот во јасна, акциона стратегија.

Тој служи како мапа за целиот организациски тим, обезбедувајќи дека сите аспекти на настанот се координирани, следени и усогласени со крајните цели.

Неопходен е затоа што дава -

1. Насочување: Ги држи сите членови на тимот фокусирани на истите цели и метрики за успех.
2. Контрола на ризик: Идентификува потенцијални проблеми однапред и дефинира планови за нивно решавање.
3. Ефикасност: Ја елиминира конфузијата и го намалува преклопувањето на задачите, овозможувајќи ефикасно користење на времето и ресурсите.
4. Следење: Овозможува лесно мерење на напредокот во однос на буџетот и роковите.

Секој ефективен Мастер План мора да ги содржи следните критични компоненти:

| План за организација | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Задачи | Опис на задача | Таргет / индик | Одговорен | Тим | | | Рок на извршување | | | Забелешка |
| 1. | Организација | | | | | | | | | | |
| 1.1. | | | | | | | | | | | |
| 1.2. | | | | | | | | | | | |
| 1.3. | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 2. | Програма | | | | | | | | | | |
| 2.1. | | | | | | | | | | | |
| 2.2. | | | | | | | | | | | |
| 2.3. | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 3. | Логистика | | | | | | | | | | |
| 3.1. | | | | | | | | | | | |
| 3.2. | | | | | | | | | | | |
| 3.3. | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 4. | Собирање и управување со средства | | | | | | | | | | |
| 4.1. | | | | | | | | | | | |
| 4.2. | | | | | | | | | | | |
| 4.3. | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| 5. | Комуникации | | | | | | | | | | |
| 5.1. | | | | | | | | | | | |
| 5.2. | | | | | | | | | | | |
| 5.3. | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |

Секоја од поголемите задачи треба да има и краток опис заради поголема прегледност и јасност на задачите помеѓу сите членови на тимот. Индикативно, подолу се дадени генерални општи задачи како примери.

| | Задачи | Опис на задача |
|---|---|---|
| 1. | Организација | |
| 1.1. | Координација на СФМК + локалниот конвивиум | 1-правење првичен план, 2-нафрлање идеи за настанот и концептот, 3-континуирано меѓусебно информирање |
| 1.2. | Координација со донаторот | најава на настанот и учесници од кај нив |
| 1.3. | Координација со општината или друга јавна институција | 1-да се најави датумот на одржување., 2-за локацијата дали треба дозвола, 3-бина дали би ни дале на користење од општината, бесплатно-ова сепак да се бара доколку се најде доволен број уметници кои би настапиле, инаку би можело и без бина |
| 1.4. | Покана на учесници во програма (предавачи, модератори, институции како активни учесници) | 1-припрема на првичен список 2-споделување и дополнување, 3-канење телефонско/писмено како е соодветно |
| 1.5. | Покана на гости (локални и нац.институ-некои би се поклопиле т.е. би биле истите претставници и во групата учесници, Министерство и сл) | 1-припрема на првичен список 2-споделување и дополнување, 3-канење телефонско/писмено како е соодветно |
| 1.6. | Покана на излагачи (списокот од апликацијата и од последните настани) | 1-споделување и дополнување на првичен список , 2-канење телефонско/писмено |
| 1.7. | Анимирање активисти од СФ конвивиумот | во организација и логистика на настанот, 1-од овој план, да се издвојат помали задачи соодветни за делегирање , 2-комуницирање и доделување на задачите, 3-изведување на задачите |

| | | |
|---|---|---|
| 1.8. | Ангажирање Волонтери | За задачи на самиот настан 1-Контакт со Црвен Крст и др организации, 2-Изработка на список со потенцијални задачи, 3-Склучување договор доколку е потребно 4-споделување инфо и „обука“ 5-изведување на задачите |
| | | |
| 2. | Програма | |
| 2.1. | Подготовка на тема и мото | 1. Нафрлање идеи, осмислување и 2-споделување со другите |
| 2.2. | Подготовка на програма | 1- Осмислување на програмата, 2-запис во ексел и споделување 3-предавање за дизајн |
| 2.3. | Говорници и предавачи | Паралелно со 2.2., а дел се дуплира и со 1.3. и 1.4. |
| 2.4. | Културно-уметничка програма | 1-да се прашаат локални групи музичари/ликовни уметници/ДЈ/изведувачи кој би сакал да учествува го воделе 2-да се осмисли анимирањето на децата и кој/и би водел (ова е повеќе 2.2.) |
| | | |
| 3. | Логистика | |
| 3.1. | Дизајн и план на локација | 1-изработка на пплан во ексел или сл., 2-споделување каде е потребно 3-дизајн т.е внес во програмата |
| 3.2. | Штандови и маси | организирање превоз, утовар/растовар, ова во координација со 1.6. во делот растовар и местење НА денот од настанот |
| 3.3. | Пагода - конференциска сала | 1-да се провери со: општината или изнајмување 2-договарање на носење и поставување во усогласеност со 3.2. |
| 3.4. | Приклучок на струја | 1-да се провери од каде најблиску може да се приклучиме, 2-колку и кому и дали би платиле и со кого да се комуницира пред и потоа |
| 3.5. | Озвучување | ..... |
| 3.6. | Осветлување | |
| 3.7. | Транспорт на опрема | |
| 3.8. | Освежување (вода и кафе) | |
| 3.9. | Ланч пакети за гости и излагачи | |
| 3.10. | Обезбедување | |
| | | |
| 4. | Собирање и управување со средства | |
| 4.1. | МЗШВ - финансиски | |
| 4.2. | Општина Прилеп - финансиски | |
| 4.3. | Спонзори | |
| 4.4. | Техничка помош | |
| | | |

| | | |
|---|---|---|
| 5. | Комуникации | |
| 5.1. | Графички дизајн | |
| 5.2. | Печатење на банери | |
| 5.3. | Соопштение за медиуми - најава | |
| 5.4. | Соопштение за медиуми - завршно | |
| 5.5. | Покана на медиуми за покривање на настанот | |
| 5.6. | Објави на slowfood.mk | |
| 5.7. | Објави на социјални мрежи | |

## 4.3.Буџет за настан

Табела за планирање на буџет, пример.

| | Финансии Slow настан 2025 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **ПРИХОДИ** | | | | | |
| | | единица | бр.на единици | цена на единица | вкупно | |
| 1 | Приходи од Општина | | 1 | 10,000.00 | МКД | 10,000.00 |
| 2 | Приходи од проект | | 1 | 25,000.00 | МКД | 25,000.00 |
| 3 | продадени карти на членови | карта | 200 | 200.00 | МКД | 40,000.00 |
| 4 | продадени карти (онлајн) | карта | 180 | 300.00 | МКД | 54,000.00 |
| | | | | | МКД | - |
| | | | | Вкупно приходи: | МКД | 129,000.00 |
| | | | | | | |
| | **РАСХОДИ** | | | | | |
| 1 | Изнајмување на простор | м2 | 200 | 7.00 | МКД | 1,400.00 |
| 2 | Изнајмување на дополнителна опрем | парче | 20 | 2,000.00 | МКД | 40,000.00 |
| 3 | Превоз на ... | км | | | МКД | - |
| 4 | Он-лајн карти (провизија, ддв и сл.) | процент | 25 | 94,000.00 | МКД | 23,500.00 |
| 5 | Техничар за.... | лице | 1 | 3,000.00 | МКД | 3,000.00 |
| 6 | Обезбедување | лице | 1 | 3,000.00 | МКД | 3,000.00 |
| 7 | Музика... | лице | 1 | 9,000.00 | МКД | 9,000.00 |
| 8 | Говорници/предавачи | лице | 2 | 8,000.00 | МКД | 16,000.00 |
| 9 | Волонтери и/или хостеси | лице | 4 | 1,000.00 | МКД | 4,000.00 |
| 10 | Дизајнер | лице | | | МКД | - |
| 11 | Печатење на материјали | парче | 50 | 30.00 | МКД | 1,500.00 |
| 12 | Закуп на медиумски простор | парче | 2 | 3,000.00 | МКД | 6,000.00 |
| 13 | Закуп на простор на соц.мрежи | / | | | МКД | - |
| 14 | Сместување на гости, новинари... | / | | | МКД | - |
| 15 | Фотографи | лице | 1 | 6,000.00 | МКД | 6,000.00 |
| | **РАСХОДИ ПОКРИЕНИ ОД ПАРТНЕРСТВА** | | | | МКД | - |
| | Уркасување на просторот | гратис | | 0.00 | МКД | - |
| | Освежување за учесници | гратис | | 0.00 | МКД | - |
| | | | | | | |
| | | | | Вкупно расходи: | МКД | 113,400.00 |
| | Непредвидени трошоци | | | | МКД | 11,340.00 |
| | Вкупно трошоци | | | | МКД | 124,740.00 |
| | | | | | | |
| | БИЛАНС | | | | | 4,260.00 |

## 4.4.Листа за проверка при организација на настан

Предвреме направете листа на работи кои треба да ги направите пред и во текот на денот. Зависно од вашиот настан, еве некои примери на работи кои можеби треба да ги земете во предвид за вашата листа:

1. Дали ја обезбедивте вашата локација и потребната дозвола?
2. Дали обезбедивте маси и столици ако се потребни? Ако вашата локација нема маси прашајте ги локалните власти или заедници да ви ги позајмат на еден ден. Ако сакате да сте повеќе флексибилни и прилагодени, направете еден вид на пикник и седнете на кебиња.
3. Дали им ја кажавте адресата и им кажавте на луѓето што да носат?
4. Дали се снабдивте со садови и прибор ако е потребно? Кажете им на луѓето да носат свој сопствен прибор со цел да се намали отпадот.
5. Дали организиравте снабдување со вода од чешма за настанот со цел да се избегне флаширана вода
6. Дали организиравте да се донесат сите материјали пример. Листа за присутни, пенкала, табли, банери, микрофони, камера, тетратки за забелешки ?
7. Дали одредивте некој да ги пречека новинарите или гостите кои доаѓаат? Назначете некој кој ќе ги во воведи и ќе им посака добредојде.
8. Дали одредивте некој кој ќе слика во текот на денот?
9. Дали се снабдивте со контакти? Бидете подготвени со листа на емаил адреси и телефонски броеви  со цел да продолжи соработката и во иднина.

## 4.5.Листа за оценување на реализација на настан

За оваа цел се користат различни евалуациони формулари таргетирани кон сите клучни страни – организаторите (за внатрешна процена), учесниците во програмата (за логистичка и техничка поддршка) и најважно, гостите (за мерење на задоволството од програмата и искуството). Целосниот преглед на овие податоци овозможува објективна процена на успехот и идентификување на конкретни области за подобрување на идните настани.

Еден пример на евалуационен формулар за учесници на настан (производители) е даден подолу:




Slow Food Салон 2024 евалуација

Почитувани изложувачи на Slow Food салон 2024,

Ви благодариме што зедовте учество и со Вашето присуство и прозводи го збогативте  настанот Slow Food Салон 2024!

Заедниците секогаш биле и остануваат формата на опстојување за човештвото. Слоу Фуд тоа најдобро го знае и работи на спојување, заедничко делување и препознавање на локалните заедници.
Затоа беше избрано и овогодинешното мото „Ние сме заедница!"

Искрено се надеваме дека самиот салон придонесе во градење на нови мостови и здружување на поединците во заедници.

За нас е важно мислењето на сите директни учесници за успешноста на настанот, затоа деновиве спроведуваме интерна евалуација помеѓу повеќе категории на учесници.

Во таа насока, Ве поканuваме да ја пополните форма за евалуација на настанот, подолу каде можете да ги дадете своите мислења, оценки предлози за подобрување.

Добредојдени се сите ваши мислења!

Ви благодариме на соработката.

Со почит,

Тимот за организација на Slow Food Салон 2024

## 4.6.Материјали за промоција на настанот

План за промоција на настанот

| **Фаза** | **Време (Рок)** | **Активност/Канал** | **Фокус на Порака** | **Цел/Метрика** | **Одговорен** |
|---|---|---|---|---|---|
| I. Рано Ангажирање (Teaser) | Т-3 до Т-2 месеци | Социјални мрежи (Органски): Позадински приказни, "зад сцената". | "Зачувај го датумот" (Save the Date). Најава на темата/концептот, а не на деталите. | Зголемување на свеста и Early Interest (број на регистрации за билтен/waitlist). | Маркетинг |
| | | Email маркетинг: Испраќање до претходна база на клиенти/гости. | Ексклузивен пред-пристап до информации или попуст. | Собирање имејл адреси (leads) за лансирање. | Маркетинг |
| | | Партнери/Спонзори: Првични преговори за промоција. | Потврда на спонзорскиот пакет и барање за рано споделување. | Потврда на најмалку 1 клучен спонзор. | Спонзорства Тим |
| **II. Официјално Лансирање и Продажба (Launch)** | **Т-2 до Т-1 месец** | **Официјално соопштение: Објава на целосната програма, говорници, локација.** | **"Купи сега!" Објаснување на вредноста (Unique Value Proposition - UVP).** | **Постигнување 50% од целта за продажба на билети.** | **Маркетинг** |
| | | **Медиуми/ПР: Испраќање соопштение за медиумите и интервјуа со говорници.** | **Фокус на ексклузивноста и уникатноста на програмата.** | **Генерирање минимум 3 медиумски објави.** | **ПР Тим** |
| | | **Платено рекламирање (Ads): Таргетирани кампањи на Facebook/Instagram/Google.** | **Директен повик за акција (Call to Action - CTA) за купување билети.** | **Ниска цена по конверзија (Low Cost Per Acquisition).** | **Маркетинг** |
| III. Финално Туркање (Closer) | Т-4 недели до Денот Х | Социјални мрежи (Одбројување): Одбројување на деновите. Потсетувања за затворање на продажбата. | "Последна шанса!" Создавање чувство на итност (Scarcity). | Постигнување 100% од целта за продажба. | Маркетинг |
| | | Email маркетинг: Потсетник до оние кои започнале регистрација, но не ја завршиле (cart abandonment). | Бенефити што ќе ги пропуштат. | Конверзија на незавршените регистрации. | Маркетинг |
| | | Информации за гостите: Логистички детали (како да стигнат, паркинг, агенда). | Практични информации и возбуда за настанот. | Намалување на прашањата од гостите пред настанот. | Логистика Тим |
| **IV. По Настанот (Follow-up)** | **Т+1 недела** | **Email маркетинг: Благодарница, фотографии, видеа, линк до анкета за фидбек.** | **Градење на заедница и лојалност.** | **Висок процент на пополнети анкети (на пр., 50%).** | **Маркетинг** |
| | | **Извештаи за спонзорите: Презентација за постигнатите метрики (број на посетители, медиумска покриеност).** | **Доказ за вредноста и подготовка за идна соработка.** | **Обезбедување на обновено спонзорство за следниот настан.** | **Спонзорства Тим** |

Соопштение за медиумите




До:
Средства за јавно информирање

## СООПШТЕНИЕ

Во сабота на 08 Октомври 2022 година во селото Буково ќе се одржи четвртото издание на традиционалниот настан посветен на буковската пипер „Вкусот на Буково".

Месецот октомври е неслучајно избран за месец за одржување на овој настан бидејќи ова е периодот на пикот на бербата на буковската пиперка. Нема двор на производител, а да не е накитен со низи црвени пиперки кои се поставени на стреите од куќите за нивно природно сушење кој претставува и првиот чекор за производство на зачинот буковска пипер. Селото Буково се смета за едно од ретките места кои се благословен со божји дар и го имаат ова непресушно богатство од жолто-златно семе кое производителите „себично" го чуваат за наредната година. Од ова автохтоно семе се произведува највкусниот зачин по кој Буково е познато уште и како татковина на најдобриот црвен пипер. Не е лут, ама има неповторлив пријатен мирис и вкус.

После три успешни изданија на „Вкусот на Буково" и двегодишна пауза се подготвува и четвртото издание на кое домаќините и овој пат ќе ве пречекаат со богата трпеза во која буковската пипер пак замешала прсти.

Настанот е во организација на Президиум Буково, а со финансиска поддршка на Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, Слоу Фуд Македонија, Месна заедница Буково и Концепт продукција.

Со поддршка од:

Република Северна Македонија
Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство

Slow Food®

Шаблон за содржина на плакат/флаер/банер




# НАСЛОВ НА НАСТАН

МОТО НА НАСТАНОТ (ИЛИ TAGLINE - ОПЦИОНАЛНО)
МЕСТО НА ОДРЖУВАЊЕ И ВРЕМЕ НА ОДРЖУВАЊЕ

ЛОГОА ОД ДОНАТОРИ
(ЛОГОАТА СЕ СТАВААТ ПО СЛЕДЕН РЕДОСЛЕД:
ОРГАНИЗАТОР, ГЛАВЕН ДОНАТОР, ПОМАЛИ ДОНАТОРИ)

Задолжителни елементи за објава за настан

При ангажирање на дизајнер за визулните елементи на настанот, имајте на памет кои дизајни треба да ги побарате од дизајнерот.

За печатени материјали размислете за следните дизајни:

- Постер
- Флаер
- Влезници или влезници во вид на нараквици (доколку има)
- Ознаки за штандовите
- Акредитации за членовите од организацијата, за изложувачите и слично
- Ролап банер

За електронски медиуми или објави за социјални мрежи размислете за следни дизајни:

- Насловна или ковер слика за ФБ настан (правоаголен формат)
- Обичен пост за ФБ, Инстаграм и слично (коцкест формат)
- Банер за веб страна (димензиите треба да ви ги даде оној кој ќе ја прави објавата)
- Графички елементи за видео – на пример некои елементи кои се повторуваат во дизајните, а кои би можеле да се употребат во делови од видеото.

# Наместо заклучок:
# ТИПОВИ НА АКТИВНОСТИ во СЛОУ ФУД

**Заеднички оброци за прослава**

Со оброци поделени во училиштата или универзитетите, ресторaните, фармите, како и во поширокатa јавност за да се сподели задоволството од добра, чиста и правична храна. Со покана на производителите да присуствуваат на вечера ќе се прошири нивното знаење и почитта спрема локалната храна. Овие настани исто така ни помагаат да се потсетиме дека храната значи уживање, култура и соживот, а самиот чин на исхрана  може да влијае на нашите вредности и ставови.

**Екскурзија на производителите**

Возењето на велосипед во Канада, патување со воз до Француските Алпи и училишна ексукрзија во Мароко, тури на внимателно селектирани фарми и производители од специфични региони се одличен пример за спојување  на потрошувачите и производителите, разменувајќи меѓусебни искуства, каде луѓето ги запознаваат производите и учат од производителите.

**Филм и културни настани**

Музиката, театарот, преданијата и визуелните уметности може да играат голема улога во подигањето на свеста во однос на критиките за културата на храната. На пример, кино програма која е фокусирана на прашањата за храна, последиците на земјоделската индустрија за храна врз социјалното општество, и нашето гастрономско богатство.

**Кампањи**

Клучните принципи на Тера Мадре Денот исто така може да се покажат со фокусирање на одреден проблем.  Во Шпанија, конвивиумите држеа демонстрации на пазарите во вид на готвење со цел да се промовира одржливиот избор на риба. Во Мароко, настаните беа организирани со цел да се испрати апел до владата за да направи јасна изјава за одгледувањето на ГМО посевите.

**Тематски активности**

Настан посветен на одредена храна, прашање или традиција, може да биде начин да се фокусира вниманието на нешто важно во вашата заедница или конвивиум. Во Уганда, еден настан се фокусира на лов, на одредување на ретки видови на овошје и зеленчук за заштита на биодиверзитетот, додека во Канада, учесниците ги промовираа своите автохтони боровинки на локалниот пазар на фармери.

**Храна и Едукација за Вкус**

Активностите за едукација на храна зафаќаат поширок спектар на пристап и може да се организираат за различни групи: деца и возрасни, наставници, фармери, членови и останати. Активностите може да вклучат училишни градини, дегустации со водач, форуми за дебати на локалните производители и гостите, размена на знаењата помеѓу постарите генерации и младите луѓе, или практични работилници.

**Локални собири**

Средбите помеѓу производителите, готвачите, истражувачите, младите луѓе и консументите претставуваат можност да се зајакне мрежата на локалната добра, чиста и правична храна, да се споделат информации и да се презентираат идеи за иднината до јавноста и владата.

Тера Мадре производителите заедно со локалната мрежа на Слоу Фуд може заедно да доаѓаат на конференции, работилници, пазари или екскурзии.

**Собирање на средства за проекти**

Настаните за собирање на пари за поддршка на одреден проект може да бидат на различни начини, од гала вечера до проекција на филм за аукција на заедницата. Овој проект-најголемиот на Слоу Фуд за 2011, бара подршка за создавање на одржливост на градините со 1000 Тера Мадре заедници низ Африка. Многу Слоу Фуд конвиивуми одлучија да ја „посвојат“ заедницата на градини и сметаат дека Тера Мадре денот е одлична можност да се види подршката и да се соберат средства. На овој начин, вие подржувате две одржливи заедници на системот за храна на еден настан: вашите локални производители и градините во училиштата во вашата локална заедница и пошироко, на пример градините во Африка.