

Fundatia Umnaitara CLOPOT

Organizația a avut de la înființare un scop umanitar, primele activități fiind de sprijinire a persoanelor aflate în dificultate. Ulterior, domeniile de acțiune s-au diversificat :

- participând, pe bază de voluntariat, la organizarea și buna desfășurare a unor evenimente precum: seminarii pe teme turistice, de prezentare a potențialului zonei Sucevei, a posibilităților de dezvoltare a turismului ecologic în zona Bucovinei, în colaborare cu parteneri din Ucraina;
- promovarea culturii, turismului și turismului cultural subliniind tradițiile, obiceiurile, datinile, artizanatul , dialogul intercultural,
- promovarea patrimoniul comun,
- încurajarea realizării unor echipe mixte pentru producție filme, precum și susținerea circulației fotografiilor de artă, a de produselor culturale.

Pentru a atinge acest obiective de-a lungul timpului am implementat și participat la proiecte culturale cu finanțare europeană de mai bine de 12 ani.

Următoarele obiective specifice au un rol important în activitatea fundației : organizarea de expoziții cu fotografii de artă prin invitarea de personalități în domeniu atât la nivel național cât și internațional, organizarea de întâlniri cu regizori, actori, critici, scenariști de film precum și producției de film în context european, și co-producție de film cu regizori de film european și nu numai, "Bucovina Spațiu European" - organizarea unor evenimente multietnice și multiculturale.

O activitate constantă a fundației o reprezintă promovarea mișcării teatrale pe care o joacă teatrul clasic, precum și realizarea de piese de teatru pentru minorități, pentru a promova multiculturalismul și multilingvismul. Avem o mare experiență în producția de spectacole teatrale, atât cu actori profesioniști cât și amatori. Spectacolele noastre au avut loc în spații neconvenționale (centre culturale), precum și în săli clasice. Promovăm spectacole multimedia (teatru - film). Conceptul nostru în a realiza un spectacol asigură o mai mare mobilitate, posibilitatea de a desfășura spectacolul în diferite locații. Suntem un centru de formare profesională pentru adulți care promovează cursuri media: editor de imagine, regizor emisie, fotograf, reporter, operator imagine și copywriter.

Finanțările prin fonduri europene indiferent de sursa de finanțare au oferit posibilitatea Fundației Umanitare Clopot să-și dezvolte activitatea în domeniul conservării și valorificării valorilor spirituale autentice, promovarea dialogului multietnic cu finalitate într-un produs turistic specific zonelor transfrontaliere. Cultura cu accent pe artele vizuale este o formă de cunoaștere și cooperare ce unește popoare, destine și schimbă mentalități ajutând la o mai bună înțelegere și conviețuire. România ca destinație turistică a fost și este o permanentă preocupare a fundației. O țară europeană deschisă turismului internațional trebuie să aibă o abordare modernă și de susținere a alternativelor de ocupare a forței de muncă active.

Activități realizate din alte surse decât cele ale UE:

- a) ***Masa rotundă “Coordonarea eforturilor organelor de stat, comunităților teritoriale și a organizațiilor neguvernamentale în dezvoltarea domeniului turistic în Bucovina”.*** Împreună cu Filiala Asociației Difuzorilor și Editorilor Patronat al Cărții -Suceava, organizația a participat la pregătirea materialului pentru masa rotundă organizată de Asociația "Perspective Bucovinene"
- b) **Sărbători de iarnă folclorice** - reînvierea spiritului tradițional prin organizarea sărbătorilor de iarnă în orașul Suceava, conform tradițiilor folclorice.
- c) **Diseminare tradiții și obiceiuri în zona transfrontalieră România-Ucraina** - Consolidarea unei baze de date și culegerea de informații legate de tradițiile din zona transfrontalieră în cadrul colaborării cu FADEPC Suceava. Acțiunea s-a desfășurat atât în județul Suceava cât și în Cernăuți.
- d) **Atelier de lucru cu tema “Turismul bucovinean - specificitate în globalizare, unicitate în unitate”.** Fundația Clopot a desfășurat un atelier de lucru cu tema “Turismul bucovinean - specificitate în globalizare, unicitate în unitate” temă ce a abordat din perspective economice și culturale tradiționale , obiceiuri , datinile și meșteșugurile. Participanții au fost atât din regiunea Suceava cât și din regiunea Cernăuți. Loc de desfășurare; orașul Suceava

În anul 2016 fundația și-a concentrat activitatea în regiunea sud-est respectiv orașul Constanța. S-au implementat două proiecte: Festivalul Etniilor Dobrogene - Ziua Dobrogei finanțat de Primăria Constanța în valoare de 122.350 lei (27.189 euro) și Festivalul Iernii 2016- Tărâmul Magic al Crăciunului, finanțat de Primăria Constanța, în valoare de 1.659.620 lei(368.800 euro). Festivalul Etniilor Dobrogene - Ziua Dobrogei a adus în prim plan spațiul cultural dobrogean ca un tot multicultural și multietnic. Diversitatea tradițiilor a fost prezentată prin dans, cântec, meștesuguri, artă culinară. Realizat într-un spațiu încărcat de semnificații- piața Ovidiu, manifestarea a oferit șansa unei participări numeroase pentru un public eterogen dar care s-a unit într-o mare sărbătoare a valorilor culturale autentice. Festivalul Iernii 2016- Tărâmul Magic al Crăciunului, a fost un eveniment dedicat tuturor vârstelor cu accent pe copii și tineri prin activități specifice sezonului organizate în ateliere, dar îmbinarea dintre magie, tradiție și poveste, a creat cu adevărat un tărâm magic al sărbătorilor. Un alt eveniment organizat de fundație a fost Festivalul etnic- Joc și voie bună în Ilfov. Evenimentul s-a desfășurat în Parcul Mogoșoaia și a fost dedicat culturii și tradițiilor entice și a fost finanțat de Centrul Județean de Conservare și Promovare a Culturii Tradiționale Ilfov

Proiecte finanțate din fonduri UE :

a) ***“Bucovina - bogăție și puritate”***

Locația acțiunii: România, județul Suceava; Ucraina, regiunea Cernăuți

Obiective și rezultate ale acțiunii:

Obiectivele generale: Edificarea unor baze solide pentru dezvoltarea economică durabilă la nivel transfrontalier printr-o strategie comună de marketing în turism și eco-industrie sub brand “Bucovina-bogăție și puritate”; creșterea gradului de pregătire a resurselor umane pentru un turism și o dezvoltare economică la standarde internaționale.

Obiective specifice: dezvoltarea abilităților mediului de afaceri și a resurselor umane din zona transfrontalieră în promovarea valorilor culturale, naturale, economice, cu precădere turism și activități conexe prin strategie, structură și pregătire comună și echilibrată și marketing de brand.

Rezultatele acțiunii:

1. vizite de documentare ale echipei de proiect în ținuturile Bucovinei transfrontaliere pentru identificarea agenților economici, obiectivelor istorice și culturale în vederea elaborării strategiei comune de marketing în turism și eco-industrie sub brand “Bucovina-bogăție și puritate” și promovarea a minim 3 tipuri de pachete turistice de natură transfrontalieră;

2. organizare sesiuni de instruire: “Marketingul afacerilor în turism”, “Accesarea fondurilor UE pentru promovarea afacerilor-management de proiect”, “Antreprenoriat - dezvoltarea afacerilor în turism și activități conexe”, “Eco-industria necesitate și oportunitate în Bucovina”;

3. Înființare asociație româno-ucraineană pentru instruirea în comun a resurselor umane, promovare brand “Bucovina-bogăție și puritate”, asistență pentru accesare fonduri ale UE și promovarea și implementarea Strategiei comune de marketing în turism și eco-industrie;

4. Acțiuni de promovare: a) elaborare și tipărire broșură de promovare a pachetelor turistice; b) realizare spot de promovare, reportaje; c) elaborare pagină web; d) Realizare album foto; e) elaborare și tipărire: afise, bannere, pliante ale proiectului; f) conferințe de presă.

Valoarea acțiunii a fost de 88.570 euro.

b) „Depășind frontierele: dezvoltarea turismului montan”

Obiectivele de bază ale proiectului: (a) îmbunătățirea dezvoltării social-economice a zonelor rurale; (b) stimularea creării noilor întreprinderi turistice transfrontaliere; (c) promovarea printre comunități a potențialului turistic comun al Bucovinei; (d) orientarea comunităților montane și organelor publice locale către o colaborare în domeniul tradițiilor culturale și turismului; (e) facilitarea colaborării transfrontaliere și relațiilor interumane între autorități și mediul de afaceri în zona rurală de munte; (f) intensificarea schimburilor transfrontaliere între oameni, culturi și idei.

Obiectivele specifice au fost (a) crearea unui centru de informare în Cernăuți (b) de a forma cel puțin 150 de ghizi de turism și alți antreprenori de turism verde , din zonele montane rurale din Ucraina , (c) de a organiza un schimb de experiență și idei prin organizarea unei conferințe pentru autoritățile locale și agențiile turistice din regiunile muntoase din Ucraina și România , (d) de

a dezvolta trasee turistice și trasee , care au inclus teritoriile de Sud și de Nord ale Bucovinei, (e) amplasarea de chioșcuri electronice de informare în centre de informare turistică din România și Ucraina , care sa promoveze turismul în Bucovina și să furnizeze informații cu privire la rutele , ghiduri , cazare , etc , (f) producerea și distribuirea a 3 filme de scurt metraj de publicitate cu privire la turismul montan , (g) de a avea un concurs pentru proiectarea de noi trasee turistice , (h) găzduirea unei caravane turistice pentru jurnaliști, (i) pentru a crea și a distribui broșuri turistice și hărți în altă limbă despre turismul montan din România și Ucraina și (j) să desfășoare două festivaluri în zone de munte (unul în Ucraina și unul din România) cu folclor , artizanat și cu caracter turistic .

Proiectul s-a desfășurat pe o perioada de 17 luni. Proiectul a inclus următoarele componente specifice:

a) Cursuri de formare in domeniul turism rural montan, pentru persoanele interesate in demararea de noi întreprinderi mici în turism , IMM-urile interesate în îmbunătățirea și creșterea afacerile lor existente .

b) Organizarea unei conferințe și si a unui schimb de experiență în domeniul planificării strategice pentru dezvoltarea turismului , pentru 50 de primari și alți oficiali locali din orașele și satele de munte , în scopul de a împărtăși și de a descoperi posibilitățile și metodologii pentru dezvoltarea turismului montan.

c) Crearea unui site cu trasee virtuale, trasee , obiective turistice și plasarea de chioșcuri electronice de informare în centre turistice din Suceava și Botosana în România și Cernăuți și oblasturile vecine din Ucraina.

d) Crearea unui nou traseu turistic transfrontalier prin intermediul unui concurs în Bucovina de Nord și de Sud (Ucraina și România), precum și organizarea unei caravane turistice pe ruta câștigătoare pentru 20 de jurnaliști. Jurnaliștii au scris articole pozitive, care au ajutat la promovarea turismului în Bucovina .

e) Crearea de broșuri turistice și hărți care acoperă regiunile de munte .

f) scurtmetraje de promovare a turismului montan .

g) Organizarea a două festivaluri din zona montană, unul din Ucraina și unul din România cu folclor , artizanat și cu caracter turistic .

h) Crearea Centrului de Informare din Cernăuți .

Valoarea acțiunii a fost de 373.696,35 euro.

c) Siret - Străvehe capitală a Moldovei

Obiectivul general al proiectului- “Dezvoltarea și consolidarea turismului intern prin promovarea elementelor de folclor, monumentelor de artă și a resurselor naturale din zona orașului Siret în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică.”

Obiectivele specifice:

- Stimularea turismului prin promovarea la nivel național a patrimoniului istoric-cultural și natural din zona orașului Siret, în scopul creării unei imagini pozitive a României ca destinație turistică.
- Crearea unei baze de date cu informații referitoare la produsele turistice culturale și naturale din zonă.
- Crearea de locuri de muncă permanente și sezoniere prin creșterea numărului de turiști.

Activitățile principale ale proiectului au constat în:

- a) Promovarea proiectului
- b) Realizarea unui studiu de marketing
- c) Promovarea monumentelor istorice si muzeelor din zonă
- d) Promovarea resurselor naturale din zonă
- e) Realizarea unui album
- f) Realizarea unui portal de informații turism
- g) Participarea la târguri de turism
- h) Distribuirea la nivel local, regional si național a materialelor realizate în cadrul proiectului

Valoarea acțiunii a fost de 197.894 euro.

d) **“Centru inter-regional de calificare/recalificare si promovare a antreprenoriatului destinat femeilor - CICAF”** - a avut ca obiectiv dezvoltarea unei piețe a muncii inclusive, moderne în aria Nord-Est/ Sud-Est/ Ilfov, prin măsuri concertate de sprijinire a ocupării în rândul femeilor.

Pe termen mediu și lung, activitățile propuse de solicitant și partenerii săi vor contribui la îmbunătățirea accesului femeilor pe piața muncii, inclusiv a femeilor aflate în situație sau risc de marginalizare, în meserii necesare în cele 3 zone, apreciate, bine plătite, și prin încurajarea antreprenoriatului, care le vor permite independența financiară și concilierea carierei cu viața de familie.

Prin acest proiect s-a dorit:

- dezvoltarea infrastructurii de sprijinire a accesului femeilor pe piața muncii. Obiectivul a fost atins prin crearea CICA F și acreditarea acestuia ca furnizor de formare profesională, într-o primă etapă, în 6 ocupații din domeniul “Mass-media, edituri și tipografie”. Studiul asupra femeilor defavorizate din aria acoperită de proiect și ghidul privind oportunitățile de încadrare pe piața muncii în zona NE-SE-Ilfov au fost luate în considerare la elaborarea strategiei și a planului de acțiune ale CICA F. Partenerii proiectului au transformat centrul într-un actor important, activ la nivel inter-regional, care a pomovat egalitatea de șanse pe piața muncii și a sprijinit femeile în dezvoltarea carierei.

- Dezvoltarea unor acțiuni de stimulare a ocupării în rândul femeilor, prin formare profesională în meserii actuale, valorizate, mediere pe piața muncii și prin dezvoltarea aptitudinilor antreprenoriale. Acțiunile din proiect care au contribuit la realizarea acestui obiectiv au fost:

- Campanie de promovare a CICA F, a cursurilor de calificare/recalificare și a sesiunilor de pregătire antreprenorială, desfășurată la nivelul celor 3 regiuni cuprinse în proiect;
- Calificarea/recalificarea și certificarea competențelor femeilor în ocupații din domeniile “Turism, hoteluri, restaurante” și “Mass-media, edituri și tipografie”;

- Medierea pe piața muncii - burse de locuri de muncă pentru participantele la cursurile de calificare/recalificare desfășurate în cadrul proiectului;

- Incurajarea antreprenoriatului în aria de dezvoltare NE-SE-Ilfov - sesiuni de pregătire în domeniul antreprenoriatului și consiliere pentru începerea unei afaceri în cadrul CICA F.

Valoarea acțiunii a fost de 419.696 euro.

e) CAFÉS & CITIZENRY - The Roma Origins .

Proiect transnațional dezvoltat pe inițiative europene de încurajare a diversității culturale, a dezvoltat un experiment de promovare a expresivității muzicii rome îmbinată cu tradiții muzicale din țările partenere.

Realizatorii s-au orientat spre adaptarea, promovarea elementelor pure, nealterate din cafenelele unde folclorul rom este ascultat. S-a dorit adaptarea lor într-un spațiu cultural -social modern al sec. 21 real pe de o parte dar pe de altă parte într-o lume virtuală care reprezintă multiple tipuri culturale. Punctul de plecare a fost capacitatea de extindere a workshop-ului de a depăși obstacole legate de mentalități, distanțe geografice sau chiar de segregare, fiind în consens cu inițiativele Comitetului European de integrare a romilor.

Ideea centrală a proiectului a reprezentat colaborarea partenerilor pentru realizarea unei formații muzicale comune care a înglobat elemente tradiționale ale fiecărui partener cu muzica romă. În cadrul proiectului am pus în aplicare astfel de tehnici care au ajutat interacțiunea continuă între literatură, dans, arte contemporane, arte și științe comune.

Proiectul a reușit să demonstreze valorile culturale ale etniei rome în contextul european și posibilitatea găsirii unor confluente comune între valorile culturale europene.

De asemenea pe parcursul proiectului am demonstrat prin modalități noi nu doar prin științe exacte, ci prin folosirea artelor comune atât la nivel teoretic cât și ideologic.

Valoarea acțiunii a fost de 28.200 euro.

f) Une odysee moderne memoire et devenir des femmes migrantes

Proiectul a urmărit să lămurească într-o manieră nouă, particularitatea unei emigrații speciale, să ajungă să descopere cliseele, să le înțeleagă pentru a putea să le studieze cu o atenție nouă și fără influențe, să readucă în memoria colectivă istoria luptei pentru drepturile femeii și a reprezentării femeilor în viața publică, în spațiul public. Scopul cel mai important al proiectului a fost crearea unei legături între generații și intercomunitar, între tineri și femei emigrant pentru ca în final să genereze reflexii, o nouă abordare și să suscite interesul tinerei generații asupra unui aspect social major al secolului 21. Prin aceasta apropiere s-a urmărit aducerea în atenția tinerei generații, cea care este chemată să modifice

modul de conviețuire într-un spațiu comun, să cunoscă aceasta problematică pentru a putea să impună o nouă formulă de viață bazată pe înțelegere.

Obiectivele urmărite: stabilirea locului și rolului culturii ca formă de acțiune civică și participativă, cultura și arta fiind cele mai bune mijloace pentru a impune problemele sociale și politice în spațiul public. Un alt obiectiv a fost reunirea unei echipe interdisciplinare pentru realizarea de studii socio-urbanistice legate de tema proiectului. Dialogul între generații, interdisciplinaritatea artistică, crearea unei rețele de dialog, toate au condus spre un numitor comun, comunicarea în spațiul public. Valorificarea patrimoniului cultural al femeilor emigrant din plan local spre universalitate transformând informațiile acumulate în interviuri, în opere de artă ce ajung în spațiul public ca vector unic general valabil de comunicare a reprezentat un alt obiectiv.

Grupurile țintă au fost formate din: femeile emigrant din fiecare spațiu participant la proiect, tinerii care au lucrat în atelierele unde s-au realizat interviurile și s-au scris povestirile pe baza cărora s-au realizat creațiile artistice, artiști, sociologi, urbaniști, participanții la activități, societatea civilă. Femeile emigrant sunt cele care au reprezentat motorul activităților pentru ca problematica socio-economică, culturală, felul în care se pot adapta obiceiurile din țările natale cu cele din țara de adopție, percepția și reacția societății civile, locul pe care femeia emigrant îl poate dobândi într-o societate în aparență egalitară dar în realitate discriminatorie, sunt cele care se vor reflecta în creațiile artiștilor. Tinerii au fost chemați să descifreze în termeni sociali o paletă de cutume ce prin mesaj artistic să structureze un sistem de conviețuire multicultural, multi-etnic de acceptare reciprocă prin cunoaștere .

Rezultate concrete: realizarea echipelor de tineri, care în atelierele de lucru, să realizeze interviurile și conceptul scris, care să fie transpus artistic, colectiv de artiști, realizatori, rețea de colectivități de femei și asociații care luptă pentru drepturile femeilor, rețea de cercetare sociologi și urbaniști, colocvii, întâlniri în spațiul public, decidenți locali. Rezultate conceptuale: aplicarea de concepte inovative la nivel european printr-un sistem de cooperare din diverse domenii: artă, cercetare, educație, urbanism, spațiu asociativ, media, decidenți politici, public la nivel local, național și european, confruntarea și sensibilizarea asupra unor probleme legate de intoleranță, dificultăți de accesare a culturii,

atingerea drepturilor fundamentale ale femeilor emigrant. Cifric în cele 4 țări: persoane implicate în studii, cercetare, creație din cele 4 țări aprox. 500 persoane din asociații pentru apărarea drepturilor femeilor din 4 țări aprox.500, facultăți de artă din cele 4 țări aprox.500. în România s-au realizat materiale promoționale și de comunicare: afișe-200, flyere-1000, mape de presă 100, costume specifice care să transmită mesajul proiectului-10 buc, o expoziție care a cuprins: foto, pictură. Organizare: 20 ateliere, 4 producții video scurte, masă rotundă cu sociologi și urbaniști. 2 vizite ale delegației țărilor partenere finalizate prin înregistrări video. Organizare a trei evenimente: parada modă cu costume specifice realizate de tineri având la bază scrierile rezultate din interviuri, vernisarea expoziției și vizualizarea materialelor video realizate în prezența delegațiile celor 4 țări, public, decidenți Impact media 4 țări: TV-30.000, radio-10.000, presă-25.000, publicații 5.000, publicitate-5.000

Valoarea acțiunii a fost de 250.000 euro.