

**Asociația Village Life  
Raport de activitate  
- 2013 -**



Cu sprijinul financiar al:

În parteneriat cu:



## **1. Prezentare**

### **1.1. Misiune**

Village Life susține dezvoltarea socială și economică în comunități rurale cu perspective reduse, prin valorificarea specificului lor autentic.

### **1.2. Provocarea socială și context**

Defavorizate economic, comunitățile din zone rurale sunt caracterizate de vulnerabilitate, depopulare și lipsă de perspective.

Aproximativ 70% dintre cei mai săraci români trăiesc la țară, iar venitul mediu rural este cu aproape 25% mai mic decât cel urban (INS). Sursele acestui venit sunt încă în mare parte limitate la agricultura de subzistență, din care oamenii nu își mai pot construi un trai mulțumitor.

În speranța unei vieți cu perspective de viitor mai bune, tinerii săteni migrează în masă către orașele mari sau către alte țări, lasând în urmă sate îmbătrânite și depopulate. În contextul modernizării și globalizării rapide, puțini sunt acei săteni care mai percep o valoare în tradiția și specificul cultural al satului natal. Toate acestea au ca efect degradarea socio-culturală a spațiului rural.

La nivel global însă, mișcările de revenire la valori autentice - de la produse naturale la "slow food", meșteșuguri sau grădini urbane - sunt în plină creștere.

Astfel, dorința multor orășeni de a restabili o legătură cu natura, devine o oportunitate de inserție economică și de depășire a barierelor sociale pentru comunitățile rurale defavorizate.

### **1.3. Ce ne propunem**

Programele pe care le desfășurăm sunt menite să producă un impact pe termen mediu și lung asupra comunităților vizate prin antrenarea populației locale în activități culturale, sociale și economice și consolidarea capacității comunității de a decide cum își gestionează propriile resurse culturale și naturale.

Ne propunem ca programul nostru să contribuie la :

- valorificarea acelor obiceiuri satesti, a unui stil de viață sanatos, în acord cu nevoile și așteptările oamenilor din comunitățile rurale cu care lucrăm
- crearea unor noi perspective pentru tinerii din zone rurale; accesul la experiențe interculturale, practicarea limbilor străine, etc.
- dinamizarea unor economii rurale în care sursele de venit sunt puține și nediversificate; crearea, prin prezenta unui mediu stimulatив pentru afaceri sociale și antreprenoriat local
- îmbogățirea patrimoniului european material și imaterial cu aspecte ale satului românesc valoroase dar puțin cunoscute/promovate
- refacerea și conservarea specificului arhitectural și a spațiului comunitar

Alegerea turismului bazat în comunitate ca program central al asociației se bazează pe capacitatea acestuia de a:

- antrena populația locală în activități economice, culturale și sociale într-o manieră participativă
- consolida capacitatea comunității de a decide cum își gestionează propriile resurse turistice
- amplifica simțul de proprietate și mândrie al comunității față de patrimoniul natural și cultural pe care îl deține
- inspira comunității un simț al responsabilității față de mediul înconjurător
- impulsiona păstrarea tradiției (meșteșuguri, arhitectură, agricultură, creșterea animalelor)
- facilita experiențe interculturale; încurajând astfel toleranța și respectarea diversității culturale
- crea oportunități unice la sat, de învățare a unor noi concepte, limbi străine și de dezvoltare personală

#### 1.4. Unde

Dezvoltăm o rețea diversă de sate așezate în zone pitorești de munte și deal, cu păduri, lacuri, râuri și alte atracții naturale sau culturale. Ne-am început activitate în parteneriat cu Fundația Pact, în județul Argeș și am continuat să ne extindem în Harghita, Vâlcea și Brașov.

## 2. Program central

Călători orășeni, români sau străini, sunt găzduiți în gospodăriile sătenilor beneficiari și participă la diverse activități împreună cu aceștia: îngrijirea animalelor, prepararea vinului, a brânzei, a mierii de albine, a produselor tradiționale pentru Crăciun etc. Fiind integrați în viața de zi cu zi a gazdelor, vizitatorii au parte de o experiență autentică.

## **2.1. Turism bazat în comunitate**

Site-ul organizației prezintă toate comunitățile cu care lucrăm cu accent pe specificul local al fiecăreia dintre ele. Cei interesați de o experiență rurală în comunitățile în care lucrăm ne pot contacta prin e-mail sau telefon pentru a stabili destinația, durata și alte detalii ale călătoriei, în funcție de interesele particulare ale acestora.

## **2.2. Evenimente pentru promovarea patrimoniului cultural si natural rural**

În 2013, am organizat 3 evenimente, cu tematici anume (șezători, cunoașterea plantelor medicinale, grădinărit, meșteșuguri etc).

- 1 mai la țară – Costești, jud Vâlcea, mai 2013
- Focul lui Sumedru – Poineița, jud Argeș, oct 2013
- Parada Cetelor - Șinca Nouă, jud Brașov, dec 2013

Peste 50 de săteni au beneficiat direct sau indirect de sprijin financiar și pregătire informală în lucrul cu oamenii și organizare de evenimente; peste 50 de participanți români și străini, au plătit taxa de participare pentru a experimenta sau a retrăi esența vieții la țară.

## **2.3. Voluntariat și implicare în mediul rural**

În plus față de experiența rurală ne dorim să oferim celor aderă la misiunea Village Life ocazia de a-și oferi expertiza în mod voluntar pentru a contribui la rezolvarea unei probleme/ dezvoltarea unui proiect într-una dintre comunitățile cu care lucrăm.

## **3. Proiecte în desfășurare**

### **3.1. “Activ pentru Comunitatea Noastră”, proiect în parteneriat cu Fundația PACT, finanțat prin Fondul Norvegian pentru Cooperare.**

Acesta urmărește crearea unor grupuri de inițiativă în șase comunități rurale din județele Brăila, Tulcea și Constanța, cu ajutorul metodei de facilitare comunitară folosită de Fundația PACT. Rolul Village Life este de a coordona discuții cu ajutorul unor experți, în comunitatea largă pe anumite teme legate de dezvoltare durabilă stabilite în etapa identificării nevoilor/ resurselor de către membrii comunităților înșiși.

### **3.2. “Acasă în Comunitatea TA” proiect în parteneriat cu Fundația PACT, finanțat prin Fondul Elvețian pentru Cooperare.**

Acesta își propune să abordeze probleme legate de spațiile de locuit și spațiile publice din 10 comunități rurale locuite preponderent de etnici romi. Village Life are în responsabilitate crearea unui cadru care să ajute beneficiarii să dezvolte o inițiativă antreprenorială în comunitate. De asemenea, Village Life va desfășura sesiuni de informare și educare privind valorificarea economică a resurselor locale pentru atingerea unui standard de viață mai ridicat.

## **4. Obiective și indicatori pentru anul 2013**

### **4.1. Extinderea rețelei de comunități**

Extinderea rețelei de comunități este o prioritate a asociației, aceasta fiind necesară pentru diversificarea ofertei și creșterea vânzărilor întreprinderii sociale. În anul 2013 două noi comunități, Șinca Nouă (BV) și Costești (VL), s-au alăturat programului de turism comunitar.

### **4.2. Impact social direct**

Pentru a măsura impactul social direct urmărim o serie de indicatori. În anul 2013 am obținut următoarele rezultate:

- număr de beneficiari direcți (săteni care au beneficiat direct de pe urma programului VL, fiind gazde sau organizatori): 23
- număr de beneficiari indirect (persoane care au beneficiat indirect de pe urma programului, prin cumpărarea de produse etc): 50
- suma de bani care a intrat în comunități: 16 066 lei
- creștere venit/ familie beneficiară directă: 18 %
- număr de voluntari recrutați din mediul rural pentru a colabora cu noi în realizarea evenimentelor: 10
- număr de discuții facilitate de grup, implicând factori de decizie la nivel local, cetățeni, ONG-uri sau grupuri informale: 6

### **4.3. Creșterea gradului de conștientizare a populației rurale fata de valoarea patrimoniului natural si cultural al satului românesc**

Un rol important în atingerea misiunii noastre îl are creșterea gradului de conștientizare a publicului larg cu privire la oportunitățile de valorificare într-un mod sustenabil a specificului autentic al comunităților rurale. Astfel, Village Life a fost subiectul unui număr important de

aparitii media, dintre care: 1 aparitie în media internațională (Arte TV), 1 intervenție radio, peste 30 de aparitii în presa scrisă și online. Numărul estimat de persoane informate cu privire la activitatea noastră prin toate aceste mijloace de comunicare este de peste 500 000.

#### 4.4. Dezvoltare organizațională

Pe parcursul anului 2013 au fost anagajați: un coordonator de întreprindere socială (full time), un asistent financiar (part time), un asistent de marketing și vânzări (part time). De asemenea, echipa asociației s-a mărit cu un nou membru în board și doi noi voluntari.

În parteneriat cu Fundația PACT și Habitat for Humanity am contribuit la scrierea a două proiecte care au fost selectate pentru finanțare prin Fondul Norvegian pentru Cooperare și Fondul Elvețian pentru Cooperare.

Tot în 2013, Village Life a rămas în portofoliul de întreprindere sociale gestionat de NESsT și a primit o nouă finanțare care să sprijine funcționarea întreprinderii sociale în 2014. Bugetul asociației a înregistrat o creștere de 270 %.

#### 5. Buget & Cheltuieli

*Vezi bilanț atașat.*

#### 6. Apariții media

Activitatea Village Life se bucură de un interes ridicat din partea sectorului media relevant iar pe parcursul anului 2013 am avut mai multe aparitii:

**TV:** [ARTE TV](#)

**Publicații print sau online:** totb.ro, The ONE, Avantaje (despre asociație în general) și romaniapozitiva.ro, stiuunloc.ro, bloguldecalatorii.ro, drumliber.ro, lumeamare.ro, metropotam.ro (pentru promovarea unor evenimente specifice).

**Radio:** Radio România Cultural, Radio România Internațional