

# Sinergija kulture in turizma za razvoj podeželskih območij



Programme co-funded by the  
EUROPEAN UNION



**SOUTH EAST  
EUROPE**

Jointly for our common future



**CULTour**

Synergy of culture and tourism

# Sinergija kulture in turizma za razvoj podeželskih območij

# Sinergija kulture in turizma za razvoj podeželskih območij

Publikacija projekta SY\_CULTour (Sinergija kulture in turizma: uporaba kulturnih potencialov na manj razvitih podeželskih območjih)

<http://www.sycultour.eu>

**Vodja projekta:** David Bole

**Vodilni partner:** Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Geografski inštitut Antona Melika

**Uredili:** David Bole, Mateja Šmid Hribar, Jani Kozina, Primož Pipan

**Prevod:** Mateja Žuraj in Maja Ropret

**Izdala:** Založba ZRC, Ljubljana

**Za založbo:** Oto Luthar

**Tisk:** Tiskarna Marko Klenovšek s.p.

**Naklada:** 750 izvodov

© 2014, Partnerji projekta SY\_CULTour

**Oblikovanje:** Marijan Pečar, samozaposleni v kulturi, diplomirani oblikovalec in ilustrator

**Avtorji besedil:** David Bole, Mateja Šmid Hribar, Primož Pipan (Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Geografski inštitut Antona Melika), Federico Bigaran, Silvia Corrado (Avtonomna pokrajina Trento, Oddelek za kmetijstvo), Angela Santilli, Assuntina Fasciani (Gorska skupnost Sirentina), Nikos Mandrekas (Pokrajina Tesalija), Vera Djurić Drozdek (Občina Jesenice), Lina Pavletič (Alianta d.o.o.), Urška Železnikar (Razvojna agencija Zgornje Gorenjske), Georgia Papadaki (Trgovinsko-gospodarska zbornica Heraklion), Lyubov Trenkova, Gergana Kaloyanova (Uprava regije Pazardžik), Erika Tóth (Regionalna inovacijska agencija Osrednje podonavske regije), Jasmina Đorđević, Igor Stamenković, Kristina Košič, Tatjana Pivac, Ivana Blešič (Naravoslovno-matematična fakulteta Univerze v Novem Sadu)

**Fotografije:** Ekomuzej Argentario, Urška Bajec Rupnik, David Bole, Iztok Bončina, Bogdan Bricej, Miran Dolar, Bojan Erhartič, Trgovinsko-gospodarska zbornica Heraklion, Aljaž Hrvat, Ekomuzej Judicaria, Michael Kalafatas, Vladimir Kamčević, Ekomuzej Lagorai, Lazar Lazić, Špela Ledinek Lozej, Matej Lipar, Nikos Mandrekas, Saša Manojlovič, Matjaž Marc, Občina Jesenice, Občina Strelča, Uprava regije Pazardžik, Ekomuzej Peio, Primož Pipan, Tatjana Pivac, Giovanni Pizzocchia, Miro Podgoršek, Michael Pornalis, Efi Psilaki, Pokrajina Tesalija, Roman Rupnik, Lamberto Anfolsi Schiavitti, Aleš Smrekar, Vladimir Stojanović, Mateja Šmid Hribar, Tadeja Šubic, Ekomuzej Tesino, Erika Tóth, Turistična organizacija mesta Samobor, Ekomuzej Trentino, Ekomuzej Vanoi, Aljoša Videntič, Manca Volk Bahun  
Digitalna verzija (pdf) je pod pogoji licence <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>  
prosto dostopna: <https://doi.org/10.3986/9789610503804>.

CIP - Kataložni zapis o publikaciji

Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

338.48:008(1-22)

SINERGIJA kulture in turizma za razvoj podeželskih območij / [avtorji besedil David Bole ... [et al.] ; uredili David Bole ... [et al.] ; prevod Mateja Žuraj in Maja Ropret ; fotografije Ekomuzej Argentario ... et al.]. - Ljubljana : Založba ZRC, 2014

ISBN 978-961-254-674-8

1. Bole, David

272314624

# Vsebina

|   |    |
|---|----|
| 0 Povzetek  | 5  |
| 1 Uvod  | 6  |
| 1.1 SY_CULTour – Koncept in cilji   | 6  |
| 1.2 Metodologija – Metode participacije in načrtovanja                    | 7  |
| 2 Smernice za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih | 9  |
| 1. korak – Od vizije do jasno izoblikovane konkretne ideje                | 10 |
| 2. korak – Splošni pregled  | 12 |
| 3. korak – Izdelava strateškega načrta                                    | 16 |
| 4. korak – Priprava akcijskega načrta                                     | 19 |
| 5. korak – Upravljanje in izvedba   | 23 |
| 6. korak – Monitoring in evalvacija                                       | 25 |
| 3 Implementacija Smernic na pilotnih območjih                             | 27 |
| Pilotno območje 1 – Idrija  | 28 |
| Pilotno območje 2 – Trentino  | 30 |
| Pilotno območje 3 – Gorska skupnost Sirentina                             | 33 |
| Pilotno območje 4 – Pelion  | 35 |
| Pilotno območje 5 – Jesenice  | 37 |
| Pilotno območje 6 – Kreta   | 39 |
| Pilotno območje 7 – Regija Pazardžik                                      | 41 |
| Pilotno območje 8 – Osrednja podonavska regija                            | 43 |
| Pilotno območje 9 – Vojvodina   | 45 |
| 4 Zaključek – Pot pred nami   | 47 |
| 5 Partnerstvo   | 48 |



# 0 Povzetek

Besedilo: David Bole

Podeželska območja v Evropi preživljajo nemirne čase. V pretežni meri so še vedno odvisna od tradicionalnih gospodarskih panog (izkoriščanje naravnih virov, kmetijstvo, gozdarstvo itd.), ki ostajajo osrednji vir dohodka in zaposlitvenih možnosti. V trenutnem obdobju podnebne nestabilnosti so ranljiva in pogosto odvisna od finančne pomoči Evropske unije ali domače subvencijske politike. Hkrati gre za območja, kjer lokalno prebivalstvo razpolaga z bogato in globoko zakoreninjeno kulturo in kulturno dediščino, ki se kaže kot velik kapital območja. Posledično imajo kulturne vrednote potencial postati uspešno orodje družbenega in gospodarskega razvoja podeželskih skupnosti. Osnovni namen te publikacije je predstaviti načine upravljanja s kulturnimi vrednotami, ki vključujejo lokalne skupnosti in spodbuja nove razvojne impulze v njih, pri tem pa prispeva k ohranitvi njihove kulture in njihovemu opolnomočenju.

Publikacija se osredotoča na pristop od-spodaj-navzgor (bottom-up), kjer so lokalni deležniki tako osrednji pobudniki kot podizvajalci in tudi končni uporabniki celotnega procesa ustvarjanja novih oziroma dodatnih turističnih proizvodov, izpeljanih iz njihove lastne kulture. Zato vsebuje uvodni del kratko poglavje o pomenu participativnega načrtovanja, skupaj z uporabnimi nasveti.

Osrednji del publikacije je metodologija z naslovom Smernice za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih. Predstavljena je v drugem poglavju. S Smernicami poskušamo na praktičen in konkreten način ilustrirati korake, ki jih mora prehoditi lokalna skupnost, da bi lahko začela odkrivati, ohranjati in predvsem uporabljati svoje lastne kulturne vrednote v razvojne namene. Napisane so v obliki enostavnih in uporabniku prijaznih navodil. Priložnik bralca postopoma, skozi šest korakov, vodi od prve ideje do končne uresničitve, ki je lahko nov proizvod ali storitev oziroma doživetje ali zgodba, zasnovana na kulturnih vrednotah z razvojnim potencialom. Smernice so opremljene s primeri, orodji in drugimi nasveti, tako da so primerne za vsakogar: za vsakega posameznika, ustanovo ali zasebno podjetje, ki želi s pomočjo kulturnih vrednot spodbuditi dodaten razvoj.

V tretjem poglavju so opisane zgodbe in izkušnje partnerjev projekta SY\_CULTour, ki so Smernice za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih preizkusili in se jih držali. Opisi lahko služijo kot ilustracija, primer dobre prakse ali motivacija tudi za kogar koli drugega, ki razmišlja o podobnih aktivnostih. Na podlagi devetih primerov z ilustriranimi kulturnimi vrednotami ter na podlagi pozitivnih in negativnih izkušenj iz njihovega razvoja v turistične proizvode lahko z gotovostjo zatrdimo, da metodologija ustvarja pozitivne učinke in je primerna za uporabo kjerkoli na evropskem podeželju.

Zaključimo z mislimi, osredotočenimi na prihodnost evropskega podeželja. Predstavimo tudi sedemnajst sodelujočih partnerjev iz šestih držav, ki jim je ob finančni podpori Evropskega sklada za regionalni razvoj v okviru Programa transnacionalnega sodelovanja Jugovzhodna Evropa uspelo razviti in preizkusiti metodologijo upravljanja s kulturnimi vrednotami.

# 1 Uvod

Besedilo: David Bole in Federico Bigaran

## 1.1 SY\_CULTour — Koncept in cilji

SY\_CULTour (Sinergija kulture in turizma: uporaba kulturnih potencialov v manj razvitih podeželskih območjih) je projekt, ki se izvaja v okviru Programa transnacionalnega sodelovanja na območju Jugovzhodne Evrope, v katerem sodeluje sedemnajst partnerjev iz šestih držav (Bolgarija, Grčija, Italija, Madžarska, Slovenija in Srbija). Cilj projekta je bil lotiti se težav vedno bolj globaliziranega evropskega podeželja, ki postaja vedno manj odvisno od tradicionalnih gospodarskih panog, kot je kmetijstvo, in se vedno bolj usmerja k storitvenemu sektorju gospodarstva, v katerem pomembno vlogo igra turizem.

### Zakaj sinergija kulture in turizma?

Projekt SY\_CULTour opredeli tipično kulturo določenega podeželskega območja kot njegov razvojni vir. Kultura je namreč lokalno definirana in pogosto povezana z naravnimi značilnostmi določenega območja, zato ima v primerjavi z drugimi območji izrazito konkurenčno prednost. Turizem privablja obiskovalce in ustvarja pozitivne **ekonomske učinke**, ki so neposredno vidni v finančnih prilivih iz trženja kulturnega turizma kot tudi v novih zaposlitvenih možnostih, dodatnem prihodku za gospodinjstva, društva, podjetnike ter turistične ponudnike, pa tudi na druge načine.

Poleg ekonomskih so izjemno pomembni tudi **pozitivni družbeni in okoljski učinki** turizma na lokalne skupnosti. Turizem je več kot le ekonomska priložnost: je sredstvo za obogatitev kakovosti življenja in opolnomočenje lokalnega prebivalstva. Koncept opolnomočenja je še posebej pomemben, saj predstavlja orodje za spodbujanje razvoja lokalnih skupnosti; lokalne skupnosti in lokalne turistične ponudnike vzpodbuja k ustvarjanju razvoja, skladnega z njihovimi lastnimi idejami, in v lastnem ritmu. Na ta način se lokalna skupnost vpne v procese razvoja in upravljanja turističnih proizvodov, v katerih lahko prepozna tudi koristi zase. Pozitivni okoljski učinki so doseženi, kadar upravljanje in trženje kulturnih vrednot v turistične namene vodita v ohranjanje tradicionalne kulturne krajine ali biotske raznovrstnosti.

Turizem lahko predstavlja tudi dejavnik zaščite, denimo preko obnove, vzdrževanja ter varovanja snovne ali nesnovne kulturne dediščine. Ustvarjalni potencial pride do izraza predvsem tam, kjer obuditev določene kulturne tradicije v turistične namene spodbudi posameznikovo lastno ustvarjalnost in umetniško ustvarjanje ter poglobljeno identifikacijo z okoljem in njegovo zgodovino.

Upoštevač naštetu smo v projektu SY\_CULTour kulturo in kulturno dediščino opredelili glede na njen ekonomski, družbeni, okoljski in ustvarjalni razvojni potencial ter določili njeno vrednost: od tod tudi definicija termina 'kulturna vrednota', katerega namen je poudariti razvojni potencial različnih oblik kulture in kulturne dediščine na določenem območju (Šmid Hribar in Ledinek Lozej 2013). Kulturne vrednote torej predstavljajo obliko kapitala oziroma razvojnega vira območja, ki ga lahko izkusijo in v njem uživajo ne le turisti, temveč tudi lokalno prebivalstvo, in ki ima lahko pozitivne ekonomske, družbene in okoljske učinke. Po drugi strani lahko razvoj turizma za lokalno prebivalstvo predstavlja grožnjo, še posebej kadar aktivnosti in vlagatelji pridejo 'od zunaj' in jih zanima le ustvarjanje dobička, v lokalni skupnosti pa vidijo prej nadlogo kot korist.

Na podlagi povedanega lahko zaključimo, da je z dolgoročnega vidika uspešnost razvoja kulturnega turizma odvisna od vzpostavitve partnerstva tako med zunanjiimi vlagatelji in lokalno skupnostjo kot med vlagatelji in ponudniki kulturnega turizma iz lokalnega okolja. Lokalna skupnost je posledično najpomembnejši deležnik, zato bi moralo biti osrednje vodilo celotnega procesa njen vsesplošni razvoj. Gre za raznoliko skupino ljudi, gospodinjstev, lokalnih podjetnikov in bolj ali manj vplivnih posameznikov. Njihova vloga je izrednega pomena, saj so nosilci lokalne kulture, končni turistični proizvod pa je odvisen od njihovega sodelovanja.

Avtor: Miro Podgoršek



Vir: Občina Strelča



Avtor: Lazar Lazić



### Kaj je cilj in kako ga doseči?<sup>1</sup>

Lokalna skupnost mora biti informirana in se sama odločati o tem, kakšne oblike turizma in kakšne proizvode želi ponuditi turistom, kot tudi, kakšne koristi in stroške bo predvidoma imela s tem. Natanko to je tudi splošno vodilo projekta SY\_CULTour. **Osnovni cilj je prikazati takšen način upravljanja s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih, ki ustvarja pozitivne ekonomske, družbene in okoljske učinke. V okviru projekta smo na pilotnih območjih izvajali testiranja, da bi razvili metodologijo za upravljanje s kulturnimi vrednotami, zasnovano na metodah participacije. Verjamemo namreč, da je absolutno nujno lokalno skupnost prepoznati za osrednjega deležnika v celotnem procesu in da je to tudi edina trajnostna možnost.** Metodologijo smo poimenovali Smernice za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih in je podrobneje predstavljena v drugem poglavju.

**S Smernicami poskušamo na praktičen in konkreten način ilustrirati korake, ki jih mora prehoditi lokalna skupnost, da bi lahko začela odkrivati, ohranjati in predvsem uporabljati svoje lastne kulturne vrednote v razvojne namene.** Smernice so napisane v obliki enostavnih in uporabniku prijaznih navodil in so rezultat večletnega preizkušanja posameznih korakov metodologije na devetih pilotnih območjih v Jugovzhodni Evropi. Pokažejo nam, da lahko s sistematičnimi in usmerjenimi prizadevanji, ki vključujejo celotno lokalno skupnost in jo spodbujajo k upravljanju in trženju njenih lastnih kulturnih vrednot, ustvarimo pozitivne ekonomske/družbene/okoljske učinke. Ta proces je podrobno opisan v tretjem poglavju te publikacije, na praktičnem primeru iz enega izmed pilotnih območij.

Ponosno lahko zatrdimo, da lahko vsaka lokalna skupnost v Evropi, ki se bo odločila slediti osnovnim korakom Smernic za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih, pričakuje najmanj minimalne pozitivne rezultate.



Avtorica: Mateja Šmid Hribar

Avtor: David Bole



## 1.2 Metodologija – Metode participacije in načrtovanja

### Uvod

Vzpostavitev dobrih odnosov med različnimi organizacijami znotraj lokalne skupnosti ter med javnim in zasebnim sektorjem velja za ključni dejavnik, ki omogoča, da so rezultati aktivnosti, izvedenih v okviru projekta SY\_CULTour, boljši in dolgoročni. Tako je postalo jasno, da bodo pri vodenju projektov ter pri pisanju in preizkušanju Smernic za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih za izboljšanje povezav pomembni komunikacija, vključitev lokalnega partnerstva ter metoda participativnega načrtovanja.

Da bi kulturo **participativnega načrtovanja** razširili med partnerje ter omogočili vzpostavitev odnosov med lokalnimi ter regionalnimi javnimi organi, združenji, turističnimi ponudniki in organizacijami, smo se osredotočili na **spodbujanje družbene participacije** v lokalnih skupnostih. Uporaba pristopa s participacijo, ki pomeni vključenost deležnikov, ki jih odločitve zanimajo oziroma želijo deliti svoje uporabno znanje, je zadnja leta v odločevalskem procesu vedno bolj pogosta.

Izraz participacija (tudi vključenost) ima lahko več pomenov, od preprostega (enosmernega) prenosa informacij do aktivne participacije na podlagi partnerstva, ki vključuje številne akterje, kot so politiki, državljani, strokovnjaki, deležniki. Pri izrazu 'aktivna participacija' imamo v mislih 'vključevanje različnih deležnikov', pri čemer imajo deležniki možnost ne le poslušati in gledati, pač pa se lahko interaktivno vključijo v procese in sprejmejo možnost, da jih bo to spremenilo.

Izbira participativnega načina je pravzaprav metoda soočenja različnih stališč, katere cilj je **inovacija**. Pristop se je izkazal za uspešnega, saj vzpostavlja povezave med subjekti, ki običajno ne komunicirajo med seboj, in jim tako omogoča, da se seznanijo z drugačnimi pogledi. To odpira nove poglede na težave in kako jih rešiti.

Participativni način je bil uporabljen za:

- razreševanje sporov,
- ustvarjanje znanja,
- izmenjavo znanja med različnimi deležniki,
- izmenjavo pravil,
- izboljšanje komunikacije in za
- dvig kakovosti.

Da bi dosegli vse potencialne deležnike, je narava izvajanja participativnega pristopa ponavadi zasnovana na neformalnosti in vključuje aktivno poslušanje, namen pa je pustiti lastne ideje in poglede ob strani ter biti pripravljen dati drugim sodelujočim možnost, da nas prepričajo s svojimi idejami. Na kakovost procesa participacije lahko vplivajo številni dejavniki: seveda je zelo pomembna vsebina, toda ravno tako pomembni so postopki in atmosfera. Pomembno vlogo igra tako imenovani **facilitator** oziroma usmerjevalec procesa: oseba, ki mora proces voditi, ne da bi vplivala na sprejete odločitve. Paziti mora na svoje vedenje in se zavedati,

<sup>1</sup> Za podrobnosti glej Šmid Hribar, M., Ledinek Lozej, Š. 2013: The role of identifying and managing cultural values in rural development. Acta Geographica Slovenica 53–2. 2013, 371–378. Internet: <http://giam.zrc-sazu.si/sites/default/files/ags53402.pdf> (20. 8. 2013).



da je njegova vloga pomembna in občutljiva. Dober facilitator ima lahko zelo velik vpliv na ostale udeležence diskusije, paziti pa mora, da usmerja, ne da bi vsiljeval. Lastnosti dobrega

- da je nevtralen,
- da pozorno spremlja proces,
- da skupini pomaga napredovati,
- da z odprtimi vprašanji spodbuja razpravo,
- da povzame razpravo in pomaga skupini oblikovati zaključke ter
- da se poslužuje tehnike ponavljanja, kjer z besedami sodelujočih prebesedi pojme in besedne zveze z namenom razpravo razširiti ali jo osredotočiti na določene cilje.

Delo facilitatorja je lahko zahtevno, saj ljudje od participativnih procesov običajno veliko pričakujejo, čeprav vanje morda vložijo le malo časa in energije. Participacija ni potrebna vedno; rešitve določenih težav je včasih mogoče najti povsem enostavno tudi brez procesa participacije. Potrebna in priporočljiva pa je takt, ko za določeno težavo ne obstaja ena sama, povsem jasna rešitev.

### Tehnike participacije

Različnim potrebam in različnim pristopom ustrezajo različne tehnike participacije.

V splošnem ločimo pri tehnikah participacije med dvema pristopoma:

- prvi je **bolj neposreden** in pozna specifična pravila ter faze dela (npr. upravljanje projektnega cikla (Project Cycle Management)),
- drugi pa je **zasnovan na sodelovanju** in je manj neposreden, saj se osredotoča na proces in odnose z namenom ustvariti ustvarjalno skupino, ki bo kos izzivu (npr. World Café (tako imenovana pogovorna kavarna) in Open Space Technology (tako imenovana tehnologija odprtega prostora)).

Najpogosteje uporabljene tehnike participacije so:

- upravljanje projektnega cikla: gre za nabor orodij za oblikovanje in upravljanje projekta, zasnovanih po metodi Logical Framework Approach,
- Open Space Technology,<sup>2</sup>
- ciljno usmerjeno projektno načrtovanje (Goal-Oriented Project Planning),
- delavnica European Awareness Scenario Workshop,<sup>2</sup>
- tehnologija participacije (Technology of Participation),

- ustvarjalno reševanje težav,
- fokusne skupine,
- viharjenje možganov (brainstorming) in
- World Café.<sup>3</sup>

### Tehnike participacije, uporabljene v okviru projekta SY\_CULTour

Partnerji projekta SY\_CULTour so aktivnosti izvajali s pomočjo tehnik World Café in Open Space Technology ter delavnice European Awareness Scenario Workshop. Na učni delavnici so se partnerji seznanili s konceptom **participativnega načrtovanja**, ki ga je predstavil strokovnjak za to področje, Gerardo de Luzenberger. Namen delavnice je bil naučiti partnerje, kako v okviru posameznega pilotnega projekta oblikovati in razvijati proces participacije. Sodelujoči so z uporabo tehnik World Café in Open Space Technology razpravljali o svojih pilotnih območjih in si izmenjevali izkušnje.

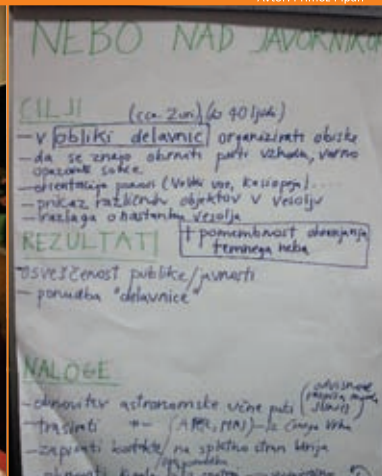
Na drugem usposabljanju smo se osredotočili na nekatere kritične vidike, ki se v fazi načrtovanja aktivnosti izkažejo za neizbežne pri vsakem pilotnem projektu. Zlasti je šlo za oblikovanje akcijskega načrta, vključevanje deležnikov in obvladovanje konfliktov. Partnerji so se seznanili s tehniko European Awareness Scenario Workshop, ki je uporabna za spodbujanje dialoga med različnimi deležniki, za spodbujanje njihovega sodelovanja v procesu iskanja rešitev za težave, pri oblikovanju skupne vizije in zbiranju idej.

Partnerji so kasneje, pri zapisovanju in preizkušanju Smernic, to novo pridobljeno znanje uporabili, da so spodbudili deležnike k oblikovanju inovativnih turističnih paketov, skladnih z njihovimi lastnimi vizijami in pričakovanji.

<sup>2</sup>Internet 1: <http://www.openspaceworld.org> (23. 7. 2013).

<sup>3</sup>Internet 2: <http://cordis.europa.eu/easw/src/intro.htm> (18. 7. 2013).

<sup>4</sup>Internet 3: <http://www.theworldcafe.com> (23. 7. 2013).

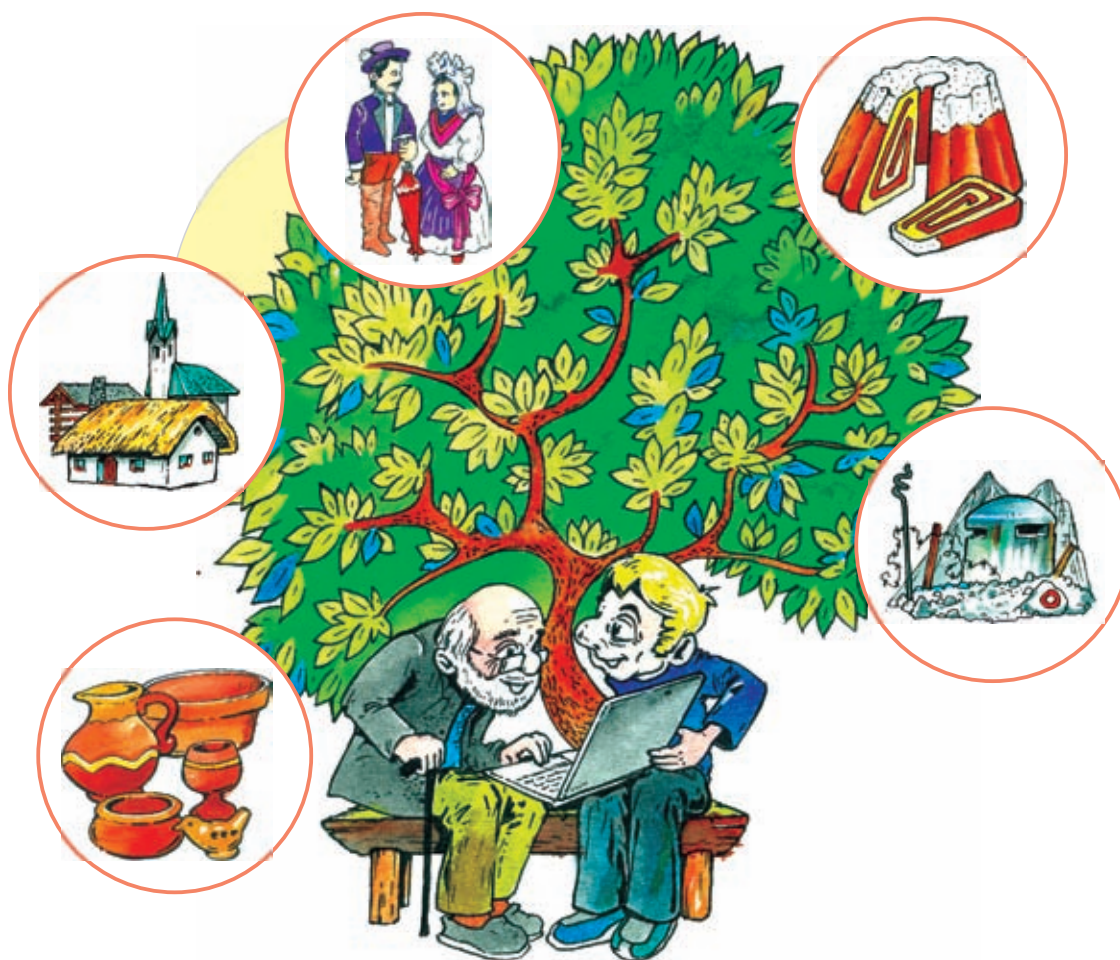


## 2 Smernice za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih

Besedilo: Mateja Šmid Hribar

Pred vami je kratek priročnik za upravljanje s kulturnimi vrednotami, ki je nastal v okviru projekta SY\_CULTour. Osnovni namen priročnika je pomagati ljudem, ki želijo s pomočjo kulturnih vrednot prispevati pri razvoju podeželja. Korak za korakom vas bomo vodili skozi ključne faze od prve ideje do končne realizacije, pri čemer je končni izdelek lahko nov proizvod ali storitev ali pa doživetje oziroma zgodba, zasnovana na kulturnih vrednotah z razvojnim potencialom. Prvi del priročnika je namenjen oblikovanju jasne ideje in pregledu obstoječega stanja posameznega območja, njegovih kulturnih vrednot in deležnikov. V drugem delu je zarisana pot za strateško načrtovanje in pripravo akcijskega načrta. V zadnjem delu so osnovni napotki o zagonu akcijskega načrta in preverjanju rezultatov. Na koncu smo dodali tudi obrazce, ki vam bodo v pomoč pri pripravljanju akcijskega načrta. Metodologija SY\_CULTour je kombinacija pristopov od-zgoraj-navzdol (top-down) in od-spodaj-navzgor (bottom-up).

Za uspešno in učinkovito upravljanje s kulturnimi vrednotami so bolj kot same vrednote pomembni ljudje, ki znajo prepoznati ustrezne kulturne vrednote in ključne deležnike ter oboje povezati v celoto in nadgraditi v tržni proizvod ali storitev.



## 1. korak — Od vizije do jasno izoblikovane konkretne ideje

Običajno na začetku posameznik ali nekaj ljudi dobi navdih oziroma vizijo, kako s pomočjo kulturnih vrednot razvijati določeno podeželsko območje. Pobudniki, ki so nad vizijo navdušeni in imajo dovolj energije, da jo izpeljejo, se začnejo med seboj povezovati in razglabljati o njej. To je trenutek piljenja in oblikovanja vizije, iz katere se bo rodila konkretna ideja z jasnimi cilji in rezultati.

- Cilj:** - dobiti splošno predstavo o tem kako začetno vizijo udejanjiti na pilotnem območju
- Metodi:** - kreativno viharjenje možganov  
- pregled dobrih praks oziroma podobnih poskusov na podobnih območjih
- Aktivnosti:** - določitev delovne skupine pobudnikov  
- doseči dogovor o viziji  
- oblikovanje enostavno razumevanje ideje z jasnimi cilji in rezultati

### Aktivnost 1.1 – Določitev delovne skupine pobudnikov, ki bodo začeli in vodili celoten proces z vaše strani

Najprej se oblikuje skupino ljudi, ki želijo na določenem območju izpeljati določeno idejo. Delovno skupino naj sestavljajo **pobudniki**; lahko so lokalni prebivalci in strokovnjaki, ni pa to nujno. V primeru projekta lahko delovno skupino sestavljajo projektni partnerji sami. V delovno skupino je priporočljivo takoj na začetku procesa vključiti predstavnika lokalnih oblasti, ki mu je ideja blizu, ter vsaj enega strokovnjaka, ki se je že ukvarjal s kulturo ali dediščino in bo s svojim znanjem znal svetovati v ključnih trenutkih. Delovna skupina naj se poveže tudi z glavnimi lokalnimi deležniki in z njimi oblikuje skupno vizijo.

Zelo je pomembno, da so v skupini ljudje, ki bodo celoten projekt spremljali od začetka do konca. Člani delovne skupine bodo morali poznati vsebino projekta, prav tako pa bodo morali poznati lokalne deležnike in se udeleževati delavnic, sestankov itd. Če torej za ta namen najamete organizacijo ali osebo, je izjemno pomembno, da je izbrani podizvajalec že od samega začetka vključen v proces. Poleg tega je pomembno, da nekdo v skupini že takoj na začetku prevzame vlogo **koordinatorja**, saj bo to zelo olajšalo naslednje korake procesa (četrti, peti in šesti korak).



### Aktivnost 1.2 – Doseči dogovor o dani viziji

Vizija je ponavadi precej abstraktna in pove, kaj želimo na splošno doseči na našem območju. Ker imajo morda člani delovne ekipe rahlo drugačne poglede, je pomembno, da se najprej uskladijo in dosežejo skupni dogovor o viziji. Na primer v projektu SY\_CULTour sledimo viziji promocije kulturnih vrednot na podeželskih območjih z namenom spodbujanja trajnostnega lokalnega razvoja. Drug primer vizije je lahko tudi promocija mnogoetničnosti in kulture miru med mladimi generacijami, promocija kulturnih vrednot z namenom ekonomskega razvoja itd.

### Aktivnost 1.3 – Oblikovanje jasne ideje in njen prenos na papir

Sprejeto abstraktno vizijo je treba izpiliti in oblikovati v kratko, jedrnat in konkretno idejo, ki dobro povzema in jasno izpostavlja:

- kaj želimo doseči (cilji),
- glavne aktivnosti, ki jih bomo uporabili za doseg ciljev,
- rezultate teh aktivnosti,
- indikatorje, s katerimi bomo ugotavljali, ali cilje dosegamo, ter
- morebiten prenos dobrih praks iz drugih območij.

Pomembno je, da podrobno razdelano idejo tudi zapišemo, saj bo v nadaljevanju procesa služila za orientacijo. V četrtem koraku jo bomo potrebovali pri pripravi akcijskega načrta, v pomoč pa bo tudi pri monitoringu in evalvaciji v šestem koraku. Zlasti pomembni so indikatorji, s katerimi merimo, ali smo dosegli cilje projekta. Če je le mogoče, naj bo vsaj nekaj indikatorjev v merljivi obliki: npr. število obiskovalcev, nočitev, novih delovnih mest ali honorarnih zaposlitev. Indikator so lahko tudi nove turistične ponudbe na izbranem območju in podobno. Ideja naj bo skladna z glavno vizijo (glej aktivnost 1.2); biti mora kratka in povzemati potencial območja.

Vir: Ekomuzej Trentino



### Primer

#### Vizija

Izboljšati upravljanje s kulturnimi vrednotami v Črnem Vrhu ter spodbuditi trajnostni lokalni razvoj s povezovanjem ponudnikov in obstoječih stez/prog/poti; kulturne in naravne dediščine; Črnega Vrha z mestom Idrija, ki je vpisano na UNESCO-v seznam svetovne dediščine itd.

#### Ideja

Za ponovno oživitev območja Črnega Vrha je ključno identificirati potencialne vsebine, na podlagi katerih se lahko sestavijo turistični paketi za raznolike ciljne skupine in različne

vremenske pogoje.

- Cilji: oživitev območja Črnega Vrha in vzpostavitev kakovostne turistične ponudbe.

- Aktivnosti: identificirati in opisati kulturne vrednote z razvojnim potencialom; identificirati druge zanimive teme in zgodbe ter jih poskusiti povezati z obstoječimi kulturnimi vrednotami itd.

- Pričakovani rezultati: novi turistični proizvodi in storitve v Črnem Vrhu; brošura z opisi, zemljevidom in drugimi koristnimi turističnimi informacijami; nove opremljene poti itd.

- Indikatorji: šest novih turističnih paketov v Črnem Vrhu; 5000 brošur o Črnem Vrhu; ena informacijska tabla o stezah in kulturnih vrednotah itd.

- Morebiten prenos dobrih praks: gojenje in obdelava lanu (iz Avtonomne pokrajine Trento).



Avtor: Michael Pornalis

Avtor: Vladimir Kamčević



## 2. korak — Splošni pregled

V tem obsežnem koraku celotnega procesa delovna skupina naredi splošni pregled (1) območja, (2) obstoječe kulturne dediščine oziroma kulturnih vrednot z razvojnim potencialom in (3) deležnikov. To je čas za pregled literature, brskanje po arhivih in spletu ter tudi za terenski obisk območja. Vse omenjene aktivnosti se med seboj prepletajo in potekajo bolj ali manj sočasno, z njihovo pomočjo pa moramo izdelati jasno končno analizo območja.

- Cilji:**
- izdelati osnovni pregled in SWOT analizo preučevanega območja
  - pridobiti začetni seznam kulturnih vrednot z razvojnim potencialom
  - identificirati relevantne deležnike in stopiti v stik z njimi
- Metode:**
- pregled literature
  - pregled obstoječe dokumentacije in zakonodaje
  - preučitev obstoječih pobud za uporabo specifičnih lokalnih kulturnih vrednot
  - terensko delo (vključuje tudi delo s posameznimi deležniki)
  - sodelovanje s strokovnjaki
  - raziskava razvojnega potenciala kulturnih vrednot
- Aktivnosti:**
- pridobivanje osnovnih informacij o območju
  - priprava seznama kulturnih vrednot z razvojnim potencialom
  - priprava seznama vseh relevantnih deležnikov



Vir: Občina Strelča

Avtor: Aleš Smrekar



### Aktivnost 2.1 – Pridobivanje osnovnih informacij o območju

Delovna skupina naj pridobi osnovni pregled nad obstoječo situacijo na pilotnem območju, skupaj s splošnimi informacijami o:

- geografskih,
- demografskih,
- družbenih,
- okoljskih,
- gospodarskih,
- političnih in
- kulturnih vidikov območja.

Vsi ti podatki so pomembni, saj pomagajo delovni skupini prepoznati različne vidike območja in se seznaniti z glavnimi prednostmi, pomanjkljivostmi, priložnostmi in nevarnostmi (SWOT analiza) pilotnega območja. Treba pa jih je upoštevati tudi pozneje pri udejanjanju ideje. Ko so našteje informacije zbrane, jih je treba analizirati, denimo s kratko SWOT analizo (največ ena stran).

Podatke lahko zbiramo na naslednje načine:

- pregleda se literaturo o pilotnem območju (znanstvena, strokovna in poljudna literatura, spletne strani, povezane s pilotnim območjem, različni zemljevidi, ki prikazujejo pilotno območje iz različnih prostorskih vidikov);
- preuči se pretekle pobude za uporabo lokalnih kulturnih vrednot, pri čemer je pomembno pogledati morebitne neuspehe in raziskati razloge zanje, da bi se jim lahko izognili pri bodočem načrtovanju;
- pregleda se obstoječo dokumentacijo in zakonodajo (nacionalni, regionalni in lokalni pravni predpisi, kot tudi zavezujoča navodila, pravila, priporočila in smernice, ki tvorijo institucionalni okvir pilotnega območja);
- opravi se terensko delo (organizirajo se srečanja s predstavniki in posamezniki, ki lahko vplivajo na razvoj ideje, ki ste jo izbrali v aktivnosti 1.3; obišče se pomembnejše mesto in nekaj vasi na podeželskem območju, ki ga preučujete, stopite v stik z domačini, ki jih srečate itd.).



Vir: Občina Jesenice

Avtor: Matej Lipar



### Aktivnost 2.2 – Identifikacija kulturnih vrednot z razvojnim potencialom

Osrednja ideja je najti kulturne vrednote, ki bodo na pilotnem območju prispevale k trajnostnemu razvoju. Najprej se je treba seznaniti z obstoječo kulturno dediščino in vrednotami. Da bi to dosegla, naj delovna skupina:

- pregleda:
  - o uradne in neuradne baze podatkov o kulturnih vrednotah,
  - o turistične vodiče in brošure,
  - o obstoječe študije, pobude in strokovna mnenja o pilotnem območju,
  - o spletne strani, povezane s pilotnim območjem;
- identificira lokalne uradne in neuradne organizacije ter združenja, ki se ukvarjajo s kulturno dediščino (npr. zavod za varstvo kulturne dediščine), in stopi v stik z njimi; če je možno, naj jih delovna skupina kontaktira tudi glede morebitnih dodatnih potencialnih kulturnih vrednot;
- opravi terensko delo z namenom odkriti čim več zanimivih stvari in tem, ki še niso prepoznane kot vrednote; ter
- stopi v stik z različnimi deležniki in različnimi lokalnimi strokovnjaki: ti utegnejo izpostaviti kulturne vrednote, ki še niso uradno prepoznane kot take, zlasti nesnovne (nematerialne), kot je staro znanje, gospodarske dejavnosti itd.

Po takšni podrobni seznanitvi s pilotnim območjem nastopi čas, da sestavite svoj seznam kulturnih vrednot. Pri ugotavljanju, kaj vse je lahko kulturna vrednota vam je lahko v pomoč SY\_CULTour taksonomija kulturne dediščine.<sup>1</sup> Napišite seznam vseh kulturnih vrednot, ki ste jih našli, nato pa naj delovna skupina za vsako preveri, katera med njimi ima razvojni potencial. V ta namen lahko uporabite poseben obrazec za vrednotenje, ki smo ga pripravili v okviru projekta SY\_CULTour,<sup>2</sup> s katerim boste ugotovili, ali (1) ima določena kulturna vrednota razvojni potencial, in če ga ima, (2) v katerem vidiku kulturne vrednote se ta potencial skriva. Na podlagi takšne preverbe boste dobili boljšo predstavbo o tem, kakšna je uporabna vrednost kulturnih vrednot, o njihovi povezljivosti z drugimi vrednotami, o prostorskih vidikih, potencialnih izvajalcih in uporabnikih itd. Vrišite kulturne vrednote z razvojnim potencialom na zemljevid in poskušajte iz njih sestaviti zaključene zgodbe (npr. njiva vrtnic, festival vrtnic, znanje o nabiranju vrtnic in izdelavi izdelkov iz njih itd.).

Avtorica: Špela Ledinek Lozej



Avtor: Lazar Lazić

Ta seznam naj vam služi za orientacijo pri nadaljnjem delu, toda bodite pripravljeni, da se lahko v tretjem koraku, ko pride v ospredje sodelovanje z lokalnim prebivalstvom, še bistveno spremeni.

### Aktivnost 2.3 – Identifikacija relevantnih deležnikov

Po tem, ko ste se seznanili z določenim podeželskim območjem in kulturnimi vrednotami tega območja, je ključno prepoznati še najpomembnejše deležnike. Delovna skupina naj najprej sestavi seznam vseh potencialnih deležnikov na pilotnem območju ter se pozanima o projektih in aktivnostih, ki so v teku. Osnova za nadaljnje korake je pazljiv izbor deležnikov, saj bodo vašo idejo udeleževali ravno oni. Deležnike lahko odkrijete:

- tako, da preučite dokumente, pobude in strokovna mnenja o kulturnih vrednotah, kulturi, umetnosti in turizmu (baze podatkov o kulturnih vrednotah, dobrih praksah, opravljenem terenskem delu);
- preko pogovora s posamezniki in predstavniki raznih organizacij (ustanov, ministrstev, društev, združenj v okviru gospodarskih zbornic, podjetij, strokovnjakov itd.);
- z brskanjem po spletnih straneh, kjer so predstavljeni lokalni mojstri/obrtniki, ponudba itd.;
- s terenskim delom (intervjuji).

Deležnike nato razdelite v manjše skupine glede na:

- pristojnost (lokalno, regijsko, nacionalno),
- stopnjo formalnosti in strokovnega znanja (formalne organizacije, neformalna združenja),
- status in vrsto organiziranja (javna/zasebna, skupine/posamezniki).

<sup>1</sup>Internet 4: <http://www.sycultour.eu/documents/joint-institutional-framework-analysis/joint-survey-of-cultural-values> (29. 8. 2013).

<sup>2</sup>Internet 5: <http://www.sycultour.eu/vprasanik> (29. 8. 2013).

Avtor: David Bole



- Nekaj primerov potencialnih deležnikov:
- lokalne skupnosti, občine, pokrajine;
  - lokalne turistične organizacije in združenja oziroma centri;
  - vladne ustanove za varovanje naravne in kulturne dediščine;
  - regionalni in lokalni muzeji, ki so lahko pomemben vir informacij o dediščini, tradiciji in kulturi;
  - kulturna in umetniška združenja oziroma organizacije, ki se ukvarjajo z ohranjanjem lokalnih običajev, dediščine in tradicije;
  - kmetijska gospodinjstva in posamezniki, ki nudijo storitve ali se nameravajo vključiti v podeželski turizem;
  - podeželski hoteli in moteli;
  - strokovnjaki z univerz in iz razvojnih centrov, ne nujno iz regije, kjer se razvija turizem,
  - itd.

Pozanimajte se, kateri deležniki so pripravljeni pomagati razvijati vašo idejo in kako, ugotovite njihove potrebe in cilje ter bodite pozorni na obstoječe sodelovanje oziroma povezave med njimi. Ob koncu te aktivnosti mora delovna skupina poznati več skupin relevantnih deležnikov in povezave med njimi, seznam deležnikov pa bo treba med nadaljnjimi koraki vseskozi posodabljati.

Če je možno, je vašo idejo smiselno razviti in udejanjiti v okviru obstoječih aktivnosti oziroma projektov na pilotnem območju. Mi bomo denimo v Črnem Vrhu skušali svojo idejo udejanjiti v sklopu aktivnosti, povezanih z vzpostavitvijo in promocijo Geoparka Idrija.

Vir: Ekomuzej Lagorai



Avtor: Vladimir Stojanović



Vir: Turistična organizacija mesta Sombor





### Aktivnost 3.1 – Preverba izvedljivosti ideje in opredelitev prioritete: prva delavnica

Predlagamo, da na prvi delavnici delovna skupina poskuša skozi diskusijo ugotoviti, ali se deležniki strinjajo z idejo iz prvega koraka, in jo po potrebi prilagodijo glede na potrebe in cilje deležnikov. Prosite deležnike, naj pojasnijo, kaj v svojem življenjskem okolju vidijo kot kulturne vrednote z razvojnim potencialom. Nevsiljivo vodite in usmerjajte pogovor, vendar predvsem pustite, da se deležniki o kulturnih vrednotah in razvojnih potencialih začnejo pogovarjati med seboj. Ne pokažite jim svojega seznama kulturnih vrednot, saj je izjemno pomembno, da se pri tej aktivnosti uporabi pristop od-spodaj-navzgor. Kljub temu lahko omenite nekaj primerov kulturne dediščine, ki ste jih identificirali sami, oziroma jim pokažete SY\_CULTourovo bazo kulturnih vrednot in dobrih praks. Tako bo skupina (1) dobila boljšo predstavbo, kaj še bi se lahko obravnavalo kot kulturna vrednota, in (2) se morebiti domislila dobrih praks, ki so lahko uporabne za vaše pilotno območje in jih je tja tudi možno prenesti. Ne obremenjujte se, ali predlagane stvari dejansko spadajo v kulturno dediščino ali ne – o tem bodo pozneje presojali strokovnjaki. Prav tako se ne obremenjujte, če boste dobili povsem nov seznam kulturnih vrednot. V tem trenutku je najpomembnejše, da lokalni deležniki izberejo stvari/vrednote, ki se njim zdijo pomembne in vredne. Med diskusijo o lokalnih kulturnih vrednotah poskušajte ustvariti sproščeno vzdušje, da se bo deležnikom zdelo 'varno' spregovoriti in izraziti svoje mnenje. Najlažji način, kako sestaviti nov seznam kulturnih vrednot z razvojnim potencialom, je, da jih napišete na panel.

Ko je nov seznam kulturnih vrednot narejen, le-te razvrstite glede na prioritete deležnikov. Pri tem poskušajte upoštevati idejo, ki ste jo razvili v aktivnosti 1.3, hkrati pa imejte v mislih, da je cilj delavnice doseči, da lokalni deležniki kulturne vrednote razvrstijo po njihovi pomembnosti. Namen razvrščanja je namreč s procesom participacije razjasniti in poudariti prioritete lokalnih deležnikov. Sami lahko v procesu sodelujete v smislu svetovanja in ozaveščanja, ne smete pa vsiljevati svojega mnenja ali vztrajati pri njem. Na podlagi tako razvrščenih prioritete se mora zdaj celotna skupina odločiti, katere kulturne vrednote želi razviti v turistične pakete. Bolje je izbrati manj vrednot in tiste podrobneje opredeliti ter razviti v kakovostno ponudbo, saj bo tako lažje priti do otipljivih rezultatov, ki bodo pozitivno vplivali na vse vpletene.

Pred zaključkom delavnice naj celotna skupina deležnikov izbere **kontaktno osebo**, ki bo skrbela za komunikacijo in koordinacijo bodočih delavnic.

#### Primer

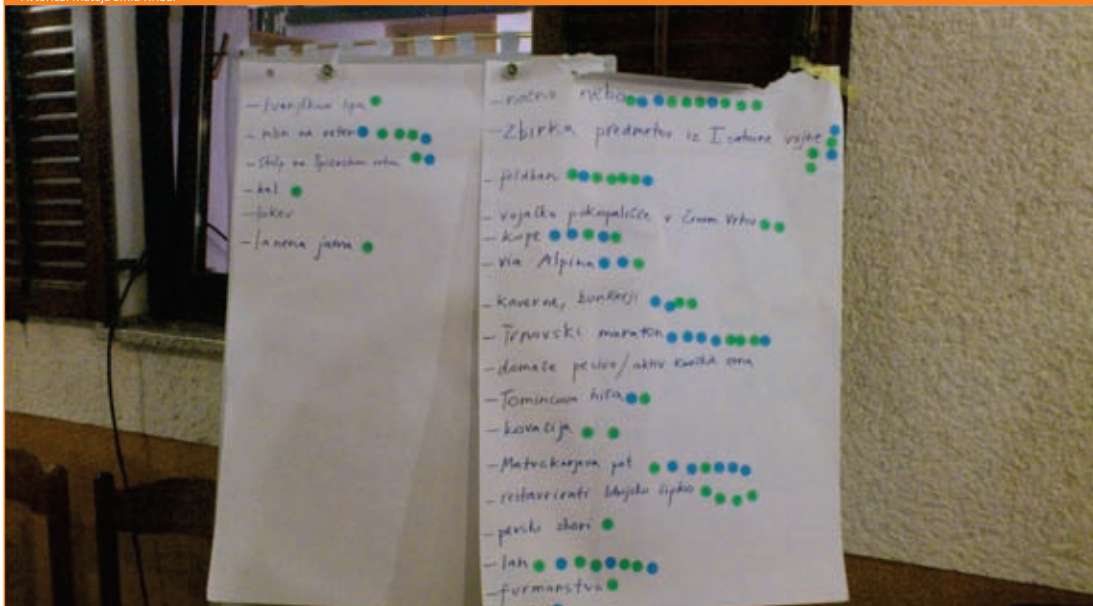
Eden izmed možnih načinov, kako razvrstiti kulturne vrednote je ta, da se deležnikom razdeli nalepke, ki jih morajo prilepiti poleg njim najpomembnejših kulturnih vrednot oziroma poleg tistih, ki bi jih želeli razviti v izdelek ali storitev. Lokalni deležniki v Črnem Vrhu so glede na svoje prioritete izbrali naslednje kulturne vrednote z razvojnim potencialom, ki jih želijo razviti in vključiti v akcijski načrt:

- opazovanje nočnega neba v Astronomskem observatoriju na Javorniku,
- proizvodnja in obdelava lanu,
- prireditve Trnovski maraton (tek na smučeh),
- Matuckarjeva pot,
- nekdanja trasa železnice Feldbahn v povezavi s pohodništvom,
- zbirka predmetov iz I. svetovne vojne.



Avtor: Bojan Erhartič

Avtorica: Mateja Šmid Hribar





Vir: Ekomuzej Judicaria

### Aktivnost 3.2 – Opredeliti jasne in specifične cilje: druga delavnica

Ta aktivnost je predvidena v okviru druge delavnice oziroma po tem, ko že imate seznam po prioritetah razvrščenih kulturnih vrednot (v primeru, da za pridobitev tega seznama potrebujete več kot eno delavnico). Za vsako kulturno vrednoto, ki se jo bo razvijalo v turistične pakete, je treba določiti jasne namene in cilje. Na tej delavnici naj vsi sodelujoči skušajo vsak izbran turistični paket opredeliti s konkretnimi cilji, aktivnostmi, rezultati. Svetujemo vam, da si pomagate s spodnjim obrazcem, saj vam bodo podatki v veliko pomoč pri pripravi akcijskega načrta. Obrazec prepisite na panel in ga skupaj s sodelujočimi izpolnite za vsak izbrani paket posebej.

Z izpolnjenim obrazcem boste lažje ugotovili, kaj je potrebno storiti za realizacijo paketa ter kdo in na kakšen način ga bo izvajal.

| Osebna izkaznica turističnega paketa              |   |
|---|---|
| Časovnica   | Čas, v katerem boste kulturno vrednoto razvili v paket ali storitev.  |
| Odgovorna oseba (koordinator turističnega paketa) | Oseba, ki je predlagala izbrano kulturno vrednoto, oziroma oseba, ki jo želi razviti v paket in z njim opravljati.  |
| Opis aktivnosti                                   | Kratek opis (ena do dve povedi) glavne ponudbe/vsebine paketa in koristi za končnega uporabnika.  |
| Ciljni uporabnik(i)                               | Končni uporabnik, ki bo najverjetneje uporabljal paket.   |
| Kratkoročni cilji                                 | Cilji, ki jih želite doseči v enem letu (npr. označiti stezo, postaviti table, organizirati dogodek itd.).  |
| Dolgoročni cilji                                  | Cilji, ki jih želite doseči v 3-5 letih (npr. usposobiti turistične vodiče, organizirati letni ogled itd.).   |
| Pričakovani rezultati                             | Konkretni rezultati, ki jih želite doseči med procesom razvoja paketa (npr. promocijski opisi za novo brošuro, označena steza, vodeni ogledi za organizirane skupine itd.). |
| Indikatorji                                       | Konkretni merljivi indikatorji, ki vam bodo pomagali oceniti, ali ste dosegli cilje in rezultate (npr. 10 nočitev na mesec, 1000 dostavljenih brošur ipd.).                 |
| Ključni deležniki                                 | Deležniki, ki lahko paket dopolnijo s svojo ponudbo (npr. ponudniki nočitev, prevoznih storitev, lokalne restavracije, ipd.).   |
| Povezljivost                                      | Ostale kulturne vrednote, ki jih je mogoče povezati v zgodbo.   |
| Izvedljivost                                      | Preverite, ali je realizacija paketa izvedljiva (npr. lastniške pravice, dostop, morebitne ovire na stezah, kot so pašniki, ipd.).  |
| Predlagani viri: (ekonomski, trajnost, itd.)      | Različni vložki (finančni, socialni kapital ipd.), potrebni za realizacijo paketa.  |
| Morebiten prenos dobrih praks/kulturnih vrednot   | Kakršna koli dobra praksa, ki jo je mogoče uporabiti pri realizaciji paketa.  |
| sodelujoči  | Prostovoljci, ki vam bodo pomagali realizirati paket.   |

### Aktivnost 3.3 – Izbira delovnih skupin: druga delavnica

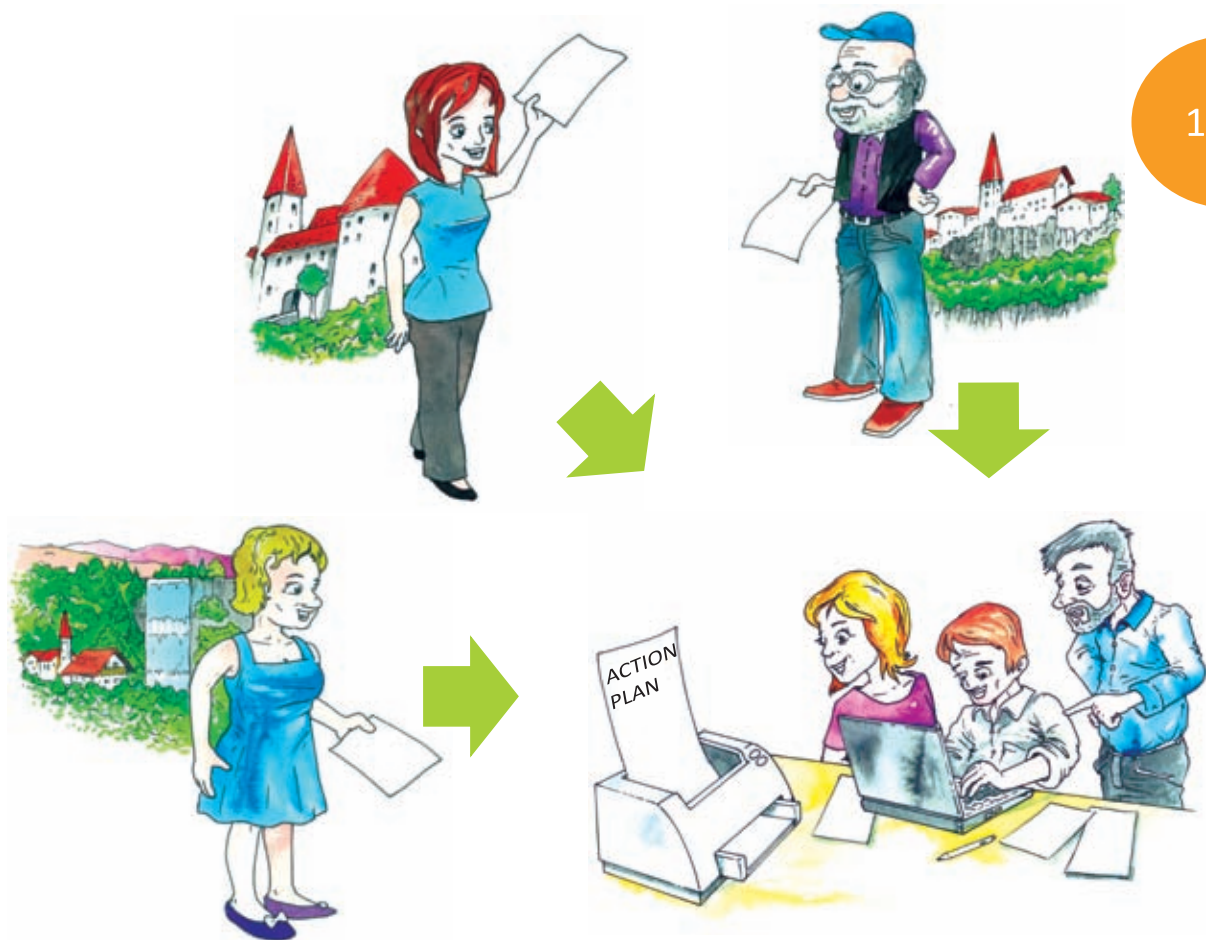
Tudi ta aktivnost je predvidena v okviru druge delavnice. Ko so turistični paketi določeni, naj se deležniki, ki želijo sodelovati pri udejanjanju osnovne ideje, razdelijo na manjše skupine, od katerih bo vsaka zadolžena za določene naloge. Sodelujoči k paketom pristopijo prostovoljno tako, da se med ali na koncu delavnice napišejo na obrazec pod rubriko Sodelujoči. S tem dobimo različne manjše operativne delovne skupine.

Priporočljivo je, da skupine niso prevelike in da je vsak udeleženec pripravljen kaj narediti – da ima svojo vlogo in zadolžitve. Poskrbite, da boste imeli v skupinah kar najbolj pristojne sodelujoče, ki bodo posamezne aktivnosti dejansko sposobni izpeljati (t.j. da imajo primerno znanje ali vpliv ipd.). K aktivnemu sodelovanju jih poskusite spodbuditi tudi tako, da jim predstavite koristi, ki jih bodo od aktivnosti imeli oni sami in celotno območje. Zavedati se morajo, da je implementacija ideje v veliki meri odvisna prav od njih ter da predstavljajo pomemben vezni člen v procesu soustvarjanja lokalne ponudbe in morebiti tudi njihove skupne prihodnosti. Lahko se zgodi, da bodo nekateri sodelujoči, ki ne bodo točno vedeli, kaj bi delali, v tem procesu »odpadli«. Vendar pa je najpomembnejši rezultat te aktivnosti oblikovanje učinkovitih delovnih skupin z ljudmi, ki želijo, da se ideja udejanji.

### 4. korak – Priprava akcijskega načrta

Cilj tega koraka je napisati konkreten in jasen akcijski načrt, s katerim bomo implementirali prvotno idejo iz aktivnosti 1.3. Vsaka delovna skupina za svoj turistični paket s pomočjo obrazca pripravi **seznam nalog**, ki jih podrobneje opredeli, nato pa koordinatorski na podlagi izpolnjenih tabel in podatkov, zbranih v predhodnih korakih, izpolni obrazec **akcijski načrt**. Skupaj z lokalnimi deležniki se člani delovne skupine dogovorijo, kako bo potekala **kommunikacija** in kdo ter kako bo spremljal razvoj in izvedbo akcijskega načrta.

- Cilji:**
- izdelati akcijski načrt
- Metode:**
- delo s fokusnimi skupinami (metode participacije)
  - delo s strokovnjaki (po potrebi)
  - odločanje s konsenzom
- Aktivnosti:**
- podrobno opredeliti naloge za vsako kulturno vrednoto / turistični paket
  - pripraviti strategijo komuniciranja
  - izdelati akcijski načrt



#### Aktivnost 4.1 – Podrobna opredelitev nalog za vsak turistični paket: 3. delavnica

Tretja delavnica poteka v obliki serije manjših delavnic, in sicer v okviru manjših delovnih skupin, ki smo jih oblikovali v prejšnjem koraku. Zdaj mora vsaka delovna skupina narediti sledeče:

- preveriti in po potrebi dopolniti podatke na obrazcu za turistični paket, izbran v prejšnjem koraku,
- v tabeli **Podroben opis nalog** jasno opredeliti naloge za dosego ciljev znotraj tega turističnega paketa ter
- določiti časovnico, na kateri se za vsako nalogo predvidi obdobje izvajanja.

| Podroben opis nalog |   |
|---------------------|---|
| 1.naloga            | Naziv naloge<br><br>Kratek opis naloge<br><br>Odgovorna oseba |
| 2.naloga            | Naziv naloge<br><br>Kratek opis naloge<br><br>Odgovorna oseba |
| ...                 | ...   |

| Časovnica za razvoj posameznega turističnega paketa 2013-2014 |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |     |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----|
| Mesec/<br>naloga  | jan.'13 | feb.'13 | mar.'13 | apr.'13 | maj.'13 | jun.'13 | jul.'13 | avg.'13 | sep.'13 | okt.'13 | nov.'13 | dec.'13 | jan.'14 | ... |
| 1.naloga  |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |     |
| 2.naloga  |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |     |
| ...   |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |         |     |

#### Aktivnost 4.2 — Priprava strategije komuniciranja

Da bi komunikacija tekla strukturirano in učinkovito, je potrebno vzpostaviti strategijo komuniciranja, s katero se zagotovi obveščenost in vključenost najpomembnejših deležnikov iz akcijskega načrta. Strategija mora upoštevati tako komunikacijo navznoter (med vpletenimi akterji) kot navzven. Da bi to dosegli, je potrebno določiti osebo, odgovorno za komuniciranje. To je lahko kdorkoli iz delovne skupine, prevzeti pa mora vso komunikacijo, zlasti:

- sporočila za javnost in družabna omrežja,
- vzpostavljanje stika s posameznimi skupinami sodelujočih ter
- obveščanje vseh sodelujočih o dogodkih, napredku ali težavah.

#### Zunanja komunikacija

Med projektom je pomembno sporočati ugotovitve in rezultate projekta javnosti, z namenom ozaveščanja in pridobivanja podpore za izvedbo. Oseba, odgovorna za komuniciranje, naj ves čas skrbi za objavo novičk s slikami in kratkimi videi v lokalnih medijih (časopisih, spletnih portalih, radijskih postajah in TV programih). Vedno bolj pomembno postaja tudi objavljanje novic na družabnih omrežjih (Facebook, Twitter itd.).

Načelo od-spodaj-navzgor, na katerem je zasnovan celoten projekt, predstavlja dobro osnovo za preprečitev morebitnih konfliktov med različnimi deležniki znotraj skupnosti. Do konfliktov lahko pride le v odnosu med lokalno skupnostjo in lokalno upravo, zato je ključno, da lokalna skupnost vzdržuje visoko raven redne komunikacije z lokalno upravo.

Komunikacija med vsemi vključenimi deležniki (skupnostjo, občino, podjetniki, interesnimi skupinami in posamezniki) je ključni element uspeha; gre za tako imenovani participativni pristop k načrtovanju.



Avtorica: Efi Psilaki

Avtorica: Mateja Šmid Hribar



#### Aktivnost 4.3 – Priprava akcijskega načrta

Koordinator zbere posamezne obrazce za vsak turistični paket ter s pomočjo podatkov, zbranih v predhodnih korakih, izpolni obrazec **akcijski načrt**. Ta mora biti pripravljen v skladu z lokalno, regionalno in nacionalno strategijo. Akcijski načrt, oblikovan za potrebe projekta SY\_CULTour, je sestavljen iz štirih delov: a) splošni pregled in cilji, b) predlagane akcije, c) komunikacija in d) monitoring. Potrebne podatke je treba zbrati v sodelovanju z lokalnimi deležniki na delavnicah.

#### A – Splošni pregled in cilji

##### Povzetek

- **Naziv:** Naziv akcijskega načrta.
- **Država:** Država, kjer bo akcijski načrt izveden.
- **Vključena območja:** Območja, ki jih pokriva akcijski načrt.
- **Predvideno trajanje:** Trajanje vseh vključenih akcij.
- **Kontaktne osebe:** Ime in priimek koordinatorskega (predstavnik pobudnikov, izbranega v aktivnosti 1.1) ter ime in priimek kontaktne osebe (izbrane iz lokalne skupnosti oziroma izmed deležnikov v aktivnosti 3.1).

##### Vizija, cilji in rezultati

- **Vizija:** Osrednja vizija, ki jo želimo udejanjiti z izvedbo akcijskega načrta (glej aktivnost 1.2).
- **Cilji:** Konkretni cilji jasno razdelane konkretne ideje (glej aktivnost 1.3).
- **Rezultati akcijskega načrta:** Splošni želeni rezultati, do katerih bo privedel akcijski načrt (glej aktivnost 1.3).
- **Potencialni prenos dobrih praks z drugih območij:** Če je možno, uporabite izkušnje drugih (glej aktivnost 1.3).

##### Osnovne informacije o območju

- **Kratek opis območja:** Jasen pregled dejanske situacije na obravnavanem območju (glej aktivnost 2.1).
- **Seznam kulturnih vrednot z razvojnim potencialom:** Identificirane kulturne vrednote, ki lahko prispevajo pri trajnostnem razvoju lokalne skupnosti (glej aktivnost 2.2).
- **Seznam vključenih deležnikov in način njihove vključenosti:** Identificirani deležniki, ki bodo zagotovili uspešno izvedbo akcijskega načrta in njegovo trajnost (glej aktivnost 2.3).

#### B – Predlagani turistični paketi (aktivnosti)

**Seznam turističnih paketov:** Naredite seznam predlaganih turističnih paketov, ki so jih izbrali predstavniki lokalne skupnosti (glej aktivnost 3.1).

**Podroben pregled turističnih paketov in nalog:** Ko je seznam sestavljen, podrobno razčlenite izbrane turistične pakete. Za vsak turistični paket združite spodnje tri izpolnjene prijavnice (glej aktivnosti 3.2 in 3.3):

- Osebna izkaznica turističnega paketa,
- Opis nalog,
- Časovnica za razvoj posameznega turističnega paketa.

**Pregled časovnice:** Na koncu, ko bodo vsi turistični paketi opisani, pripravite še povzetek časovnice za vse turistične pakete iz akcijskega načrta.



Avtor: Vladimir Stojanović

Vir: Pokrajina Tesalija



| Časovnica akcijskega načrta |      |      |      |      |     |      |      |      |      |      |      |      |     |
|-----------------------------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| Mesec/<br>turistični paket  | jan. | feb. | mar. | apr. | maj | jun. | jul. | avg. | sep. | okt. | nov. | dec. | ... |
| 1. turistični paket         |      |      |      |      |     |      |      |      |      |      |      |      |     |
| 2. turistični paket         |      |      |      |      |     |      |      |      |      |      |      |      |     |
| ...                         |      |      |      |      |     |      |      |      |      |      |      |      |     |

### C – Komunikacija

**Struktura vključenih deležnikov in oblikovanje delovnih skupin:** Seznam naslovnikov (posameznikov in skupin), ki jih je treba redno obveščati o razvoju načrtovanih turističnih paketov, vključno z osebo, ki skrbi za komunikacijo (glej aktivnost 4.2).

**Razreševanje morebitnih sporov:** Kratek opis, kako najti primerno rešitev za težave, do katerih lahko pride med vpletenimi akterji pri izvedbi akcijskega načrta.

### D – Monitoring

Ti podatki so potrebni za preverjanje stanja akcijskega načrta. Določijo se osebe, orodja in način za spremljanje napredka akcijskega načrta. Ponavadi za celoten akcijski načrt skrbi koordinator (glej aktivnost 1.1). Za vsak turistični paket se določi ločenega koordinatorja, ki skrbi za njegovo izvedbo.



## 5. korak – Upravljanje in izvedba

Poženi akcijski načrt! Začnejo se izvajati konkretne naloge, delo steče. Posamezne turistične pakete koordinira nosilec in koordinatorju poroča o opravljenem delu in doseženih rezultatih. Celotno izvajanje akcijskega načrta koordinira koordinator.

- Cilji:**
- vodenje posameznih aktivnosti z namenom izvedbe akcijskega načrta
  - institucionalizacija
- Metode:**
- koordinacija in vodenje dela znotraj posameznih fokusnih skupin
  - koordinacija in vodenje dela vseh fokusnih skupin in drugih deležnikov
  - redna komunikacija
  - finančno poslovanje
  - predstavitev turističnih paketov in lobiranje za nova sredstva
- Aktivnosti:**
- koordinacija, vodenje in izvedba posameznih korakov in predlaganih aktivnosti
  - koordinacija in vodenje izvedbe predlaganega akcijskega načrta





### Aktivnost 5.1 – Izvedba posameznih korakov v okviru predlaganih turističnih paketov

Vsaka delovna skupina začne uresničevati svoj turistični paket. Koordinator posameznega turističnega paketa s pomočjo podrobnega opisa nalog in časovnice usmerja in koordinira izvajanje. Po potrebi skupaj z ostalimi sodelujočimi prilagodi posamezne naloge za doseg ugodnih rezultatov. Če ni na voljo dovolj finančnih sredstev, mora skupina v okviru različnih razpisov najti dodatna sredstva. Ko skupina doseže posamezen rezultat (npr. izid brošure, označitev poti itd.), naj o tem obvesti koordinatorja in osebo, odgovorno za komuniciranje, ki novico skladno s strategijo komuniciranja (glej aktivnost 4.2) sporočita naprej.

### Aktivnost 5.2 – Koordinacija in izvajanje predlaganega akcijskega načrta

Posamezne turistične pakete in naloge koordinira koordinator, ki po potrebi z manjšimi nasveti usmerja delo, medtem ko oseba, odgovorna za komunikacijo, celotno skupino občasno obvešča o poteku dela in dosežkih. Ko so turistični paketi razviti, jih je potrebno oblikovati v privlačno ponudbo za domače in tuje goste. Ponudba naj bo dostopna v tiskani in elektronski obliki, v domačem in vsaj enem tujem jeziku.

Idealno je, če uspemo posamezni turistični paket vključiti v srednjeročne ali dolgoročne načrte lokalne skupnosti ter ga institucionalizirati. Takšen primer je denimo povezovanje lokalnih muzejev v mrežo ekomuzejev, ustanovitev blagovne znamke in podobno. Šele ta korak lahko v znatni meri pripomore k odpiranju novih delovnih mest in k neposrednim ekonomskim učinkom.

Poleg uspešne implementacije je za uspeh celotne ideje ključno tudi ustrezno trženje, ki pa zaradi izjemne kompleksnosti ni predmet teh smernic.



Avtor: Matjaž Marc



Avtor: Nikos Mandrekas



## 6. korak – Monitoring in evalvacija

Že med implementacijo posameznih nalog, še posebej pa po zaključnem delu, je treba preveriti opravljeno delo in narediti evalvacijo. To je postopek, v katerem preverimo, ali so bili cilji doseženi, in ovrednotimo rezultate. Sodelujoči ugotavljajo, kakšne učinke so prinesli rezultati, katere cilje so dosegli, kaj bi lahko izboljšali, katere nove priložnosti so se pojavile. Cilj evalvacije je oblikovati zaključke in predlagati ukrepe ter priporočila, ki bodo prispevali k izboljšanju nadaljnjega dela ali pa celo vplivali na prenos znanja in praks na druga območja. Monitoring in evalvacijo vodi koordinator.

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Cilji:</b>      | - predstaviti potek projekta<br>- ponuditi ukrepe in priporočila za izboljšanje končnih rezultatov |
| <b>Metode:</b>     | - ocenjevanje<br>- redno analiziranje projekta in njegovih izboljšav                               |
| <b>Aktivnosti:</b> | - evalvacija izvedbe predlaganega projekta   |



### Aktivnost 6.1 – Evalvacija izvedbe predlaganih turističnih paketov

Evalvacija se naredi na koncu, za večjo učinkovitost in nemoten potek projekta pa je priporočljiva tudi vmesna evalvacija. V pomoč so nam cilji, rezultati in indikatorji, ki smo jih opredelili v aktivnosti 1.3. V primeru vmesne evalvacije moramo postaviti tudi mejnike, ki nam bodo v pomoč pri spremljanju skladnosti izvedenih aktivnosti z načrtovanimi. S tem ugotovimo morebitna odstopanja in lahko še pravočasno ustrezno ukrepamo. Naj bo vmesna ali končna, namen evalvacije je ugotoviti, kako napredujejo projekt in posamezne aktivnosti.

Poleg indikatorjev in mejnikov so pri evalvaciji v pomoč naslednja vprašanja:

- Ali smo s projektom dosegli načrtovane cilje in rezultate? Če ne, zakaj ne?
- Ali so posamezne naloge potekale po načrtih in ali so se razvile v zeleni paket? Če ne, zakaj ne?
- Kaj koristnega smo se naučili ob izvajanju posameznih nalog? Kakšna priporočila lahko oblikujemo za izboljšanje posameznega paketa?

- Zakaj menimo, da izbrani turistični paket lahko predstavlja dobro prakso, in kaj lahko priporočimo ostalim, ki bi ga želeli uvesti na drugem območju (prenos dobrih praks)?
- Katere nove priložnosti so se pojavile na lokalni in nacionalni ravni?

Nosilci turističnih paketov naredijo evalvacije svojih aktivnosti. Koordinator zbere ugotovitve evalvacije in jih predstavi vsem sodelujočim. Ob večjih dosežkih (npr. izid brošure, otvoritev poti s tablami in podobno) vsaj dvakrat na leto na javnih dogodkih ali preko medijev rezultate predstavimo širši javnosti. Ob tem k sodelovanju povabimo nove sodelavce ter s pomočjo rezultatov evalvacije in viharjenja možganov oblikujemo izboljšave posameznih paketov, morebitne dodatne naloge in morda celo ideje za nove turistične pakete. Celoten krog s svežimi idejami se lahko zopet začne.



Avtor: Iztok Bončina

Avtor: Giovanni Pizzocchia

Vin: Ekomuzej Argentario



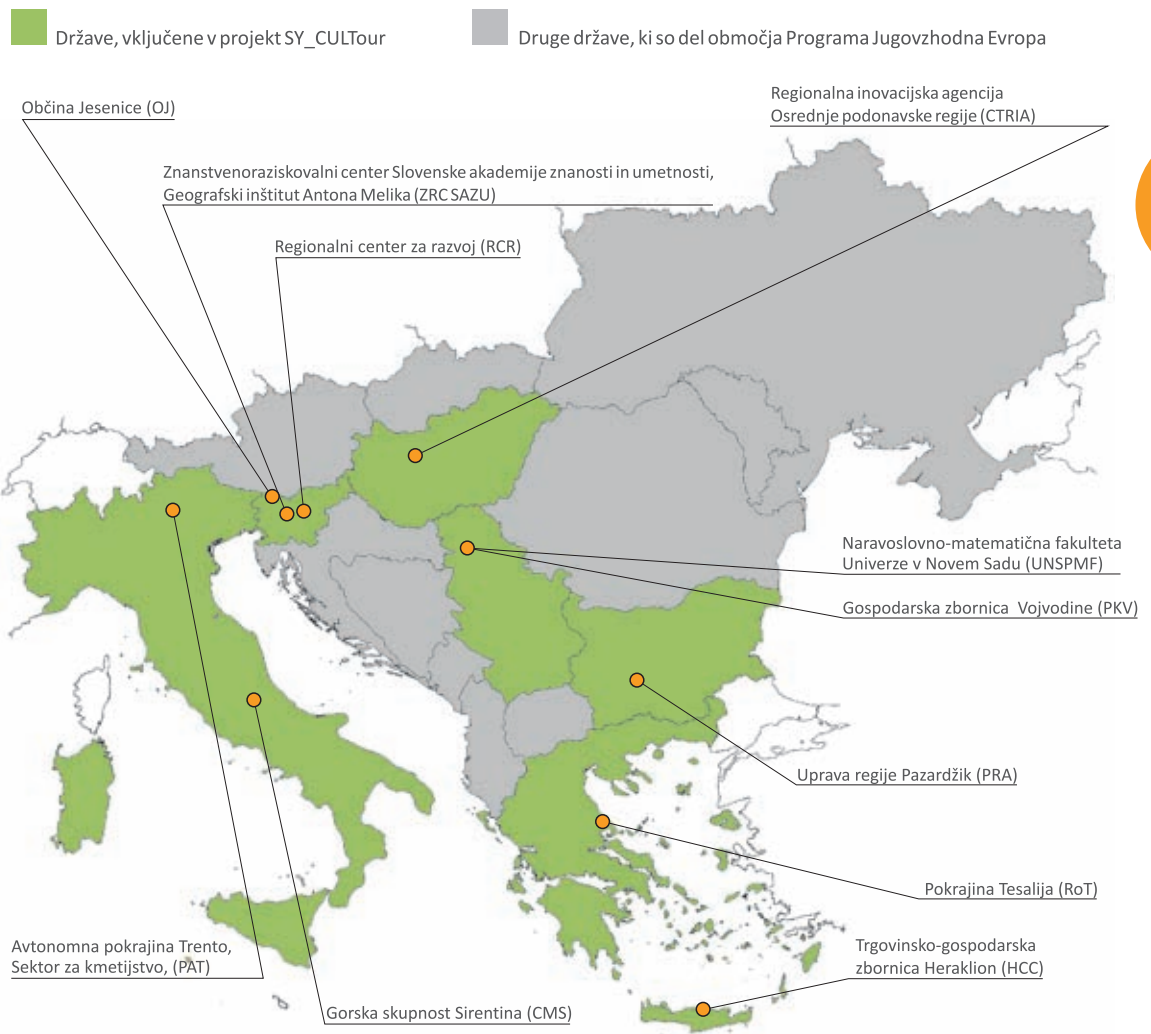
# 3 Uvajanje smernic na pilotnih območjih

Besedilo: David Bole

Horizontalno partnerstvo v okviru projekta SY\_CULTour je omogočilo razvoj in uvedbo skupne metodologije za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih. Ker je projekt zasnovan na pilotnih območjih, je bilo pomembno vanj vključiti lokalne in regionalne akterje; med projektnimi partnerji so zato lokalne in regionalne uprave, center za usposabljanje, lokalna izpostava gospodarske zbornice, univerza, ki je sodelovala z regionalno gospodarsko zbornico, ter inštitut, ki je pri izvajanju pilotnih aktivnosti sodeloval z občino. Partnerji so uspeli k sodelovanju pri projektnih dogodkih pritegniti ustrezne deležnike, ki so uspešno izvedli pilotne aktivnosti in s tem k sodelovanju pritegnili tudi druge ustanove. Sodelujoči so prihajali iz ustreznih področij, t. j. iz lokalne/regionalne uprave, podjetniških vrst in služb regionalnega razvoja. Glede na geografsko zastopanost držav in regij so bili v partnerstvo vključeni partnerji iz dveh starih držav članic,

z izkušnjami pri uporabi kulturnih vrednot v turizmu (Italija in Grčija), ter partnerji iz treh novih držav članic (Bolgarija, Madžarska in Slovenija), kot tudi partner v okviru Instrumenta za predpristopno pomoč IPA (Srbija). Projekt je bil zasnovan na načelu pristopa od-spodaj-navzgor, zato državni organi in svetovalni organi na nacionalni ravni niso sodelovali kot polnopravni projektni partnerji z lastno finančno soudeležbo, temveč kot pridruženi strateški partnerji, ki so poskrbeli za integracijo projektnih rezultatov v politike. Gledano vertikalno je bil projekt torej podprt na lokalni, regionalni in nacionalni ravni. Posredno so bili vanj vključeni tudi transnacionalni in mednarodni akterji, saj je večina pridruženih strateških partnerjev članov različnih mednarodnih omrežij in združenj, katerih vplivno območje sega na območje Programa Jugovzhodna Evropa.

Avtorica: Manca Volk Bahun



## Pilotno območje 1 — Idrija

Besedilo: Primož Pipan

Idrija je hribovita občina v Slovenskih Alpah. Večina od 12000 prebivalcev občine živi v dveh mestih v dolini, medtem ko je okoliško hribovje podeželsko. Pilotno območje predstavlja Črnovrška planota, ki je znana po trdih, a prav zato edinstvenih razmerah za preživetje. V preteklosti je tu cvetelo rokodelstvo, zlasti mizarstvo, pintarstvo oziroma škafarstvo, pletarstvo, izdelovanje grabelj, platnarstvo, čevljarstvo in čipkarstvo, v času med obema vojnama pa tudi turizem. Čeprav gre za podeželsko območje, je večina prebivalcev zaposlenih v industriji. Črnovrška planota spada pod idrijski Geopark in služi kot bližnje zaledje idrijskega rudnika živega srebra, ki je uvrščen na Unescov seznam svetovne dediščine. V Občini Idrija, in tudi v črnovrški lokalni skupnosti, trenutno praktično ni brezposelnih. Kljub temu ima Občina dolgoročno vizijo razvejati strukturo zaposlovanja iz trenutno prevladujočega industrijskega sektorja s spodbujanjem razvoja drugih gospodarskih panog. Možnosti vidijo predvsem v razvoju podeželskega turizma v povezavi z rudnikom živega srebra.

Toda poleg pomanjkanja komunikacije med Občino in lokalno skupnostjo primanjkuje tudi motivacije za sistematičen pristop k razvoju kulturnega turizma. Velik izziv, s katerim se lokalno prebivalstvo srečuje pri uporabi in upravljanju s kulturnimi vrednotami, je pomanjkanje usposobljenega kadra za delo v gostinstvu in turizmu, saj vsi primerno usposobljeni trenutno še vedno delajo v industriji.



Vizija projekta SY\_CULTour je motivirati lokalno prebivalstvo, da se med seboj bolj aktivno poveže in združi posamezne trenutno ločene pobude s področja razvoja podeželja. Dolgoročni cilji ostajajo razvoj podeželja s pomočjo kulturnih vrednot, ustvarjanje dodatnega zaslužka, morda celo nekaj novih delovnih mest.

Seznam kulturnih vrednot z razvojnim potencialom v lokalni skupnosti Črni Vrh vključuje:

- opazovanje nočnega neba v astronomskem observatoriju na Javorniku,
- proizvodnja in obdelava lana,
- Trnovski maraton,
- Matuckarjeva pot,
- trasa ozkotirne železnice v povezavi s pohodništvom in
- zbirka predmetov iz I. svetovne vojne.

Na prvi delavnici so sodelujoči identificirali in razvrstili kulturne vrednote z razvojnim potencialom, na drugi pa nadaljevali s poglobljenim delom na šestih kulturnih vrednotah, ki so jih izbrali na podlagi njihovega razvojnega potenciala. Cilj je izbrane vrednote v prihodnosti oblikovati v privlačno ponudbo za domače in tuje goste.



Delavnic v Črnem Vrhu so se udeležili predstavniki:

- občinskih organov,
- razvijalcev in ponudnikov turističnih programov,
- lokalnih društev,
- lokalnih deležnikov s področja kulturnih vrednot in
- zainteresirani posamezniki.

Deležniki so bili visoko motivirani in so razmeroma dobro sodelovali. V prihodnje bi sicer lahko prišlo do določenih težav, saj so tisti iz lokalnih društev, deležniki s področja kulturnih vrednot in zainteresirani posamezniki projekt vzeli kot prostočasno aktivnost in bi jim zato lahko sčasoma zmanjkalo volje in časa za realizacijo idej. Zaradi odmaknjene geografske lege in usmerjenosti občinskih deležnikov k razvoju Idrije v povezavi s kandidaturo za Unescovo svetovno dediščino, številni lokalni deležniki ostalih kulturnih vrednot do udeležbe na delavnicah sploh niso poznali. Eden ključnih rezultatov delavnic je bilo zato premoščanje vrzeli med posamezniki ter lokalnimi in občinskimi deležniki.

Skupine pobudnikov, ustanovljene z namenom obuditi nekatere kulturne vrednote, so si za dolgoročni cilj zastavile ustvarjanje novih zaposlitvenih možnosti. Toda med procesom obujanja dediščine so sodelujoči spoznali, da bodo imeli vsaj na začetku prednost pred ustvarjanjem novih zaposlitvenih možnosti in pred dodatnim zaslužkom zlasti zadovoljstvo sodelujočih, vključenost v medgeneracijski prenos znanja od starejših k mlajšim ter močnejše vezi, vzpostavljene med lokalnim prebivalstvom. V prihodnje naj v okviru teh pobud razmislijo, katere aktivnosti lahko izpeljejo s finančnimi sredstvi, ki so na voljo, ter poskušajo zbrati dodatna sredstva za realizacijo preostalih načrtov.



Avtor: Bojan Erhartič



Avtor: Roman Rupnik

Avtorica: Urška Bajec Rupnik

Avtorica: Špela Ledinek Lozej



Avtor: Bojan Erhartič



## Pilotno območje 2 – Trentino

Besedilo: Federico Bigaran in Silvia Corrado

Trentino je italijanska pokrajina na severozahodu države, s površino 6200 km<sup>2</sup> in s 525000 prebivalci. Pokrajina je v celoti gorata oziroma alpska, sestavljajo pa jo skalnata območja, gozdovi in pašniki. Pilotno območje predstavljajo področja ekomuzejev, ki spadajo med najmanj razvita območja v Trentinu, vseeno pa izkazujejo velik potencial za kulturni razvoj. Sedem trentinskih ekomuzejev obsega površino 1450 km<sup>2</sup> (približno 23 % celotnega ozemlja pokrajine).

Glavne ovire, ki so preprečevale primerno uporabo kulturnega potenciala in kulturnih vrednot na našem pilotnem območju, so bile med drugim: nezadostno sodelovanje kmetijskih, turističnih, rokodelskih in kulturnih združenj pri pripravi skupne strategije in tržnih možnosti; majhnost in razdrobljenost lokalnih kmetij; pomanjkanje skupnih platform za razvoj, ohranjanje in komercializacijo lokalnih proizvodov; pomanjkanje tehnične pomoči in usposabljanj s področja lokalne proizvodnje; nezadostne promocijske aktivnosti; pomanjkljivo podjetniško znanje.

Pokrajina Trento s svojim razvojnim načrtom, ki je zasnovan na integriranem pristopu, podpira razvoj lokalnih skupnosti. V viziji razvojnega načrta je zapisano, da naj se kmetijstvo, turizem in inovativnost združijo z namenom omogočiti trajnostni razvoj in izboljšati kakovost življenja. Kakovost kmetijskih izdelkov iz tega območja in visoka stopnja gostoljubja sta navedena kot najpomembnejši sestavini trajnostnega in kulturnega turizma.



Znotraj tega okvirja bi lahko mreža ekomuzejev delovala kot promotor trajnostnega turizma, vezanega izključno na to geografsko območje in lokalne proizvode. S pomočjo zunanjih projektov, denimo tistih v okviru evropskega programa Interreg, ki zagotavljajo sredstva za vzdrževanje lokalnega razvoja, bi lahko podprli obstoječe pobude za razvoj lokalnih resursov in jih postavili v evropski kontekst. Glavni instrumenti razvoja posameznih območij so izobraževanje, usposabljanje in nadgrajevanje aktivnosti prostovoljnih združenj.



V naše pilotne aktivnosti so bile vključene naslednje kulturne vrednote:

- Ekomuzej Argentario (mlin Dorigoni; Kostanjev festival Albiano; rudniki srebra Mount Calisio; vila Salvadori-Zanatta),
- Ekomuzej Judicaria (skedenj z mostom; poslikana vasica Balbido; oslovsko mleko; zdravilna voda in zdravilna zelišča; grad Castel Campo in domačija Maso Pacomio),
- Ekomuzej Chiese (etnografska pot reke Caino; obrambna linija Lardaro; botanični vrtovi doline Chiese),
- Ekomuzej Lagorai (mreže za prenašanje sena reati; Etnografski muzej Telve di Sopra, posvečen kulturnemu in zgodovinskemu spominu – zbirka Tarcisio Trentin; naravoslovna pešpot G.C. Franco Furlan),
- Ekomuzej Peio (gojenje in obdelava lana; hiša-muzej Casa Grazioli, znana tudi kot 'la Bega'; izdelki iz planike),
- Ekomuzej Vanoi (vanojska etnografska pot; gojenje koruze Dorotea; priročnik Spoznavanje zelišč in zdravljenje z njimi med pohajkovanjem po stezah Ronca) in
- Ekomuzej Tesino (publikacija Od spomina do izdelave: Tradicionalna uporaba prostoživečih rastlinskih vrst in zdravilnih zelišč; Le Verde – vrsta kislega zelja, značilnega za planoto Tesino; Arboretum Tesino).

Glavni partner pilotnega projekta je bila Trentinska mreža ekomuzejev, ki se je aktivno udeleževala pri načrtovanju in izvajanju pilotnih aktivnosti na sedmih ekomuzejskih območjih. Ostali akterji, vključeni v pilotne aktivnosti na različnih ravneh, so bili:

- pokrajinski proizvajalci zdravilnih rastlin in dišavnih, ki delujejo pod blagovno znamko TRENTINERBE,
- agencije za promocijo turizma,
- združenja in fundacije za razvoj območja preko realizacije projekta zeliščnega vrta, dogodkov in tehnične pomoči,
- izbrani centri dobrega počutja,
- lokalne oblasti (občine),
- lokalno prebivalstvo,
- obiskovalci pilotnih območij – turisti, ter
- raziskovalci in svetovalci.

Vir: Ekomuzej Peio



Trentinska mreža ekomuzejev je imela ključno vlogo v projektu, saj je služila kot vezni člen med vsemi akterji in skrbela za komunikacijo. Pogosto se je v okviru združen aktivno vključevalo tudi lokalno prebivalstvo, katerega dodana vrednost je tradicionalno znanje in osebne izkušnje. Kot glavna šibka točka se je izkazal odnos med lokalnimi združenji in turističnimi organizacijami; medtem ko si prva bolj prizadevajo za ohranitev pristnosti lokalne kulture, turistične organizacije stremijo k masovnemu turizmu in dobičku in se ne ozirajo na kulturne vidike. Močna prisotnost združenj, fundacij, nevladnih organizacij, strokovnih organizacij in lokalnih blagovnih znamk, kot je TRENTINERBE, lahko ob pomoči raziskovalcev in svetovalcev na območju Trentina pomembno pripomore k ustvarjanju novih možnosti za promocijo kulturnih vrednot tega območja. Glavno nevarnost ohranjanju lokalne kulturne tradicije pa po drugi strani predstavljajo masovni turizem, zapuščenje gorskih predelov, intenzivno izkoriščanje kmetijskih površin, izguba biotske raznovrstnosti in širjenje infrastrukture.



Vir: Ekomuzej Peio

Vir: Ekomuzej Tesino



Vir: Ekomuzej Vanoi





Glavni rezultati projekta so:

- pomembna vloga ekomuzejev kot prostovoljnih združenj, ki so tesno povezana z območjem in dobro poznajo tamkajšnjo kulturo in zgodovino;
- razvoj pobud, povezanih z obstoječimi kulturnimi vrednotami in mrežami za promocijo zdravilnih rastlin in dišavnih, tako gojenih kot prostoživečih, preko integracije kmetijstva, turizma in rokodelstva;
- dobra udeležba na vseh dogodkih, povezanih z zdravilnimi rastlinami in dišavnicami;
- ohranitev in krepitev podeželske kulture, povezane z uporabo gojenih in prostoživečih zdravilnih rastlin in dišavnih;
- krepitev obstoječih kulturnih vrednot, dobrih praks, mrež in pobud preko vzpostavljanja povezav med njimi;
- razvoj partnerstev med ekomuzeji, raziskovalnimi inštituti, službami za pospeševanje kmetijstva, lokalnimi kmetijami, združenji, zadrugami, turističnimi organizacijami;

- prenos dobrih praks z drugih geografskih območij na podlagi dvostranskih izmenjav in izmenjav izkušenj med partnerji pilotnega projekta;
- inovacije v proizvodnem procesu: ustanovitev zagonskih podjetij, ki se ukvarjajo z zdravilnimi rastlinami in dišavnicami (mala in srednja podjetja, kmetijstvo, gozdarstvo, turizem in rokodelstvo).

Naslednji možni koraki na našem pilotnem območju bi lahko bili:

- mreženje z različnimi evropskimi partnerji, zlasti tistimi iz projekta SY\_CULTour;
- krepitev turistične mreže z izdelavo sedmih turističnih vodičev o zdravilnih rastlinah, po enim za vsak ekomuzej;
- podpora lokalnim deležnikom pri njihovem aktivnem mreženju z namenom ohranitve in krepitev tega območja.



Vir: Ekomuzej Peio



Vir: Ekomuzej Tesino

Vir: Ekomuzej Vanoi



### Pilotno območje 3 — Gorska skupnost Sirentina

Besedilo: Angela Santilli in Assuntina Fasciani

Gorska skupnost Sirentina se nahaja v italijanski regiji Abruzzo v pokrajini Aquila, v bližini mest Avezzano in Sulmona. Razprostira se severovzhodno od gore Sirente (2340 m) in pokriva območje, veliko približno 425 km<sup>2</sup>. Gorska skupnost Sirentino, ki geografsko spada v regijski park Sirente Velino, sestavlja šestnajst občin: Acciano, Castel di Ieri, Castelvecchio Subequeo, Fagnano Alto, Fontecchio, Gagliano Aterno, Goriano Sicoli, Molina Aterno, Ovindoli, Rocca di Cambio, Rocca di Mezzo, San Demetrio Ne' Vestini, Secinaro, Tione degli Abruzzi ter Ocre e San Benedetto in Perillis. Gorska skupnost domuje na precej odmaknjenem območju, kar lahko vzamemo tako za njeno prednost kot za slabost: zaradi tega je lažje ohranjati naravne in kulturne vire, po drugi strani pa je težje v tek spraviti dolgoročne razvojne aktivnosti.



Kot ključne za izboljšanje možnosti trajnostnega razvoja v Gorski skupnosti Sirentina so bile prepoznane naslednje kulturne vrednote:

- tradicionalna priprava lokalne hrane in jedi,
- arheološke razvaline in sledi ter
- lokalne cerkve in muzeji.



Avtorja: Giovanni Pizzocchia and Lamberto Anfolsi Schiavitti



Avtorja: Giovanni Pizzocchia and Lamberto Anfolsi Schiavitti

Tako rekoč vse so na sirentinskem območju zelo razširjene in zato dojete kot pomembne, skupaj pa so jih izbrali ključni lokalni akterji in deležniki. Iskanje kulturnih vrednot, ki bi bile na voljo večini sodelujočih občin, je torej pomenilo skupno potrebo in je vključevalo pogoj, da se vzpostavi pozitivno dolgoročno sodelovanje.





Avtorja: Giovanni Pizzocchia and Lamberto Anfolsi Schiavitti



Pri izvajanju projektnih aktivnosti so aktivno sodelovali naslednji deležniki:

- občine, ki sestavljajo Gorsko skupnost Sirentina,
- lokalna združenja za promocijo območja ter
- turistični ponudniki (lastniki turističnih kmetij in prenočišč z zajtrkom, združenje turističnih vodičev).

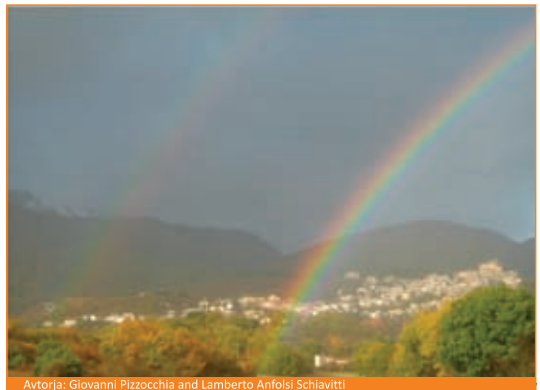
Njihovi predstavniki so se udeležili organiziranih lokalnih dogodkov, kjer so imeli možnost izmenjati izkušnje in ideje glede promocije lokalnih kulturnih vrednot. Izjemno pomembno je bilo, da smo jih razporedili v manjše skupine, v katerih so razpravljali o aktivnostih, ki jih je potrebno izvesti lokalno. V manjših skupinah je lahko prišlo do boljše interakcije med sodelujočimi, ki so imeli tako možnost spregovoriti med seboj in razumeti stališča drug drugega. Glavna omejitev pa je bilo število organiziranih lokalnih dogodkov; organizacije, ki so se udeležile delavnic na območju svoje lokalne skupnosti, so izrazile potrebo po nadaljnjem medsebojnem sodelovanju. Sledile so dodatne izmenjave po elektronski pošti in telefonu, a najpomembnejši rezultat je bila njihova skupna odločitev v akcijski načrt zapisati ustanovitev stalnega lokalnega turističnega odbora.

Namen odbora je bil opolnomočiti ključne lokalne akterje in deležnike, kar je najpomembnejši izmed doseženih ciljev. Med projektom se je celo izkazalo, da so se lokalne skupnosti že vseskozi zavedale vrednosti svojih kulturnih resursov, a so jih zaradi prepričanja, da je izjemno težko zagotoviti trajanje in realizacijo kakršnega koli predloga oziroma vzpostavljenega sodelovanja, zanemarjale.

Zdaj bodo zainteresirani lokalni akterji in deležniki na območju Gorske skupnosti Sirentina zahvaljujoč lokalnemu turističnemu odboru lahko sodelovali in razvijali novo identiteto skupnosti, ki se želi vzpostaviti kot destinacija trajnostnega turizma. Ta podoba se z avtorji geografskih danosti in naravnih značilnosti območju odlično poda.



Avtorja: Giovanni Pizzocchia and Lamberto Anfolsi Schiavitti



Avtorja: Giovanni Pizzocchia and Lamberto Anfolsi Schiavitti



## Pilotno območje 4 — Pelion

Besedilo: Nikos Mandrekas

Pelion je ena najvišjih in najbolj znanih gora v Grčiji, s štiriindvajsetimi vasi pa je tudi najbolj poseljena. Pilotno območje predstavljajo vasi Milies, Vizitsa in Makrinitisa. Milies je vasica s tradicionalnimi kamnitimi hišami in tlakovanimi cestami, 28 km oddaljena od mesta Volos. Na enaki razdalji od mesta Volos se nahaja Vizitsa, ena najlepših vasi na Pelionu, ki je hkrati tudi najbolje ohranjena tradicionalna naselbina. Makrinitisa, ki ji pravijo tudi balkon gore Pelion, leži na severozahodnem obronku Peliona, 6 km severovzhodno od Volosa.

Največja težava glede uporabe kulturnega potenciala in kulturnih vrednot na pilotnem območju je bila ta, da niso imeli predhodnih izkušenj s pojmom kulturnih vrednot. Na začetku projekta so lokalni deležniki predlagali dolg seznam kulturnih vrednot, izbira najpomembnejših pa je nato povzročila polemiko. Poleg tega so bili skeptični, da bi lahko odločitev za nekatere kulturne vrednote ogrozila identiteto regije.

Pri razreševanju nastale situacije je bilo potrebno najprej doseči soglasje med lokalnimi skupnostmi o pojmu kulturne vrednote in vlogi kulturne vrednote kot sredstva razvoja. Enako pomembno jim je bilo pojasniti, da seznama kulturnih vrednot in akcijskega načrta za pilotno območje ni mogoče sestaviti brez njihovega sodelovanja. To smo dosegli na izobraževalnih dogodkih za lokalne in regionalne organe in na delavnicah za turistične ponudnike. Deležniki so tako lahko v diskusijah izrazili svoja mnenja in sodelovali pri sestavljanju seznama kulturnih vrednot ter načrtovanju aktivnosti za nadaljnji razvoj pilotnega akcijskega načrta.



V naše pilotne aktivnosti so bile vključene naslednje kulturne vrednote:

- pelionski vlak,
- jabolko sorte Firiki,
- vasica Vizitsa ter
- lokalne jedi in zelišča.



Avtor: Michael Pornalis



Vir: Pokrajina Tesalija

Avtor: Nikos Mandrekas



Pelionski parni vlak predstavlja skupaj z mostovi in železniškimi tiri, po katerih pelje, navdahnjeno stvaritev, ki se popolnoma zliva z okolico. Zasnoval ga je italijanski inženir Evaristo de Kirico, sin znanega umetnika Giorgia de Kirica. Danes pelje pelionski vlak po čudoviti pokrajini in preko impresivnih mostov, vožnja z njim pa je nepozabno doživetje. Jabolko Firiki je lokalna sorta, ki tu dobro uspeva in ima pomembno vlogo v gospodarskih in kulturnih dejavnostih v regiji. Vizitsa je vasica z edinstveno arhitekturo, ena najlepših vasi na Pelionu in hkrati tudi najbolj ohranjena tradicionalna naselbina. Pilotno območje je že iz Antike poznano tudi po zeliščih in dišavnicah, ki se uporabljajo zaradi svojih zdravilnih lastnosti, arom in lepote, ter po odlični lokalni kuhinji s tradicionalnimi specialitetami.

V naših pilotnih aktivnostih so sodelovali naslednji deležniki iz javnega in zasebnega sektorja:

- Pokrajina Tesalija in upravna enota Magnezija,
- Občina Volos,
- Občina Južni Pelion,
- Združenje turističnih delavcev Makrinitis,
- Združenje turističnih delavcev Južni Pelion,
- Ženska zadruga vasi Vizitsa,
- lokalni turistični ponudniki, ki se ukvarjajo z gostinstvom, kot so hoteli, restavracije, ponudniki prenočišč z zajtrkom, lastniki turističnih kmetij itd., ter
- zasebniki, posamezniki in prostovoljci.



Avtor: Nikos Mandrekas



Avtor: Michael Kalafatas

Pokrajina Tesalija je bila skupaj z Upravno enoto Magnezija odgovorna za koordinacijo projektnih aktivnosti, saj so tam imeli izkušnje z izvedbo podobnih projektov. Lokalna strokovna združenja in lokalne zadruge so skupaj razčlenili kulturne vrednote s potrebnimi finančnimi in kadrovskimi viri, prav tako pa so s prostovoljci iz lokalne skupnosti sodelovali pri izvedbi pilotnega akcijskega načrta.

Vključenost lokalnih deležnikov v projektne aktivnosti je delovala ohrabrujoče in je pokazala, da so lokalni akterji, ki jih zanima razvoj njihove pokrajine, dragoceni, enako dragoceni pa so njihovi prispevki in predlogi. Sodelujoči so bili na izobraževanjih in delavnicah razdeljeni v manjše skupine; vsi so dojeli pomen kulturnih vrednot in kako pomembno je za lokalni razvoj, da se z njimi pravilno upravlja. Med pomembnejše rezultate projekta spadajo: zavedanje trajnostnega lokalnega razvoja s strani lokalnih skupnosti, skupni nastop lokalnih deležnikov, seznam kulturnih vrednot na pilotnem območju in razvoj pilotnega akcijskega načrta. Toda najbolj pomembno je zavedanje, da je potrebno pred izvedbo kakršnih koli aktivnosti zbrati prispevke in mnenja lokalnih skupnosti.

V naslednjem koraku je bilo potrebno izvesti vse aktivnosti pilotnega akcijskega načrta, ki je nastal v sodelovanju z lokalnimi oblastmi. Prebivalci Pokrajine Tesalija in sodelujoči predstavniki lokalnih deležnikov bodo skupaj spremljali izvajanje aktivnosti iz akcijskega načrta. Znanje o kulturnih vrednotah in upravljanju z njimi, pridobljeno v tem projektu, bomo poskušali uporabiti tudi na drugih območjih v Pokrajini Tesalija, bodisi preko podobnih programov bodisi preko aktivnosti v okviru projektov promocije turizma, ki jih financira Evropska unija. Prav tako nameravamo metodologijo upravljanja s kulturnimi vrednotami posredovati lokalnim deležnikom in organizacijam po celotni Pokrajini Tesalija, da jo bodo lahko uporabili v svojih projektih trajnostnega lokalnega razvoja.



Avtor: Michael Kalafatas

Vir: pokrajina Tesalija



### Pilotno območje 5 — Jesenice

Besedilo: Vera Djurić Drozdek, Lina Pavletič in Urška Železnikar



Pilotno območje zajema celotno površino Občine Jesenice, ki leži v severozahodni Sloveniji. Središče pilotnega območja predstavljajo Jesenice skupaj z južnimi pobočji Karavank. Zaradi bogate jeklarske tradicije in belih narcis so Jesenice znane kot mesto jekla in rož. Tako imenovana Stara rudna pot, po kateri so včasih z vozovi prevažali železovo rudo iz rudnikov v Savskih jamah do jeseniške livarne, poteka skozi vasi Planina pod Golico, Plavški Rovt in Prihodi, ter je najočitnejši simbol bogate železarske tradicije.

Lokalno prebivalstvo v občini, ki je sodelovalo pri prepoznavanju kulturnih vrednot z razvojnim potencialom, je navedlo tri ključne ovire, zakaj je kulturne vrednote težko uporabiti v turistične namene. Skoraj vsi so omenili pomanjkanje promocije obstoječih proizvodov, storitev in dogodkov, povezanih z jeklom in rožami. Kot eno ključnih ovir so navedli še pomanjkanje proizvodov in storitev kot takih ter različne birokratske prepreke pri registraciji dopolnilnih aktivnosti na kmetijah.

Da bi premagali omenjene ovire, so se lokalni prebivalci odločili izpeljati naslednje tri pilotne aktivnosti: (1) razvoj Stare rudne poti, da bo lahko odprta za turiste, (2) boljša promocija obstoječih in novih proizvodov, storitev in dogodkov ter (3) sestava seznama birokratskih preprek, ki ga bodo predložili pristojnim ustanovam.



Avtorica: Saša Manojlovič

Avtorica: Tadeja Šubič



Pred navajanjem ovir in opredelitvijo pilotnih aktivnosti smo prebivalce prosili, naj naštejejo kulturne vrednote na območju Jesenic. Uporabili smo tehniko skupinskega dela: vsaka skupina je dobila zemljevid Jesenic, kjer so označili vse kulturne vrednote, ki so jim prišle na misel. Tako je bilo lociranih veliko kulturnih vrednot, o katerih se je razpravljalo na naslednjih delavnicah in ki se večinoma nahajajo vzdolž Stare rudne poti; končni seznam kulturnih vrednot je torej nastal že v okviru prve pilotne aktivnosti. Za nadaljnjo obravnavo so bile izbrane naslednje vrednote:

- bele narcise,
- naravoslovna in rudarska učna pot,
- gora Golica,
- rudniki v Savskih jamah,
- ozkotirna železnica Mirca-Hrušica,
- naselje Murova kot začetna točka Stare rudne poti,
- Kosova graščina,
- območje Stara Sava in muzej,
- Ruardova graščina,
- staro naselje Kasarna,
- Cerkev Marijinega vnebovzvetja in Cerkev svetega Roka na Stari Savi,
- Kolpern – skladišče za lesno oglje na Stari Savi,
- železarski obrati in
- plavž na Stari Savi.

Na temo kulturnih vrednot sta bila organizirana dva sestanka s ključnimi ustanovami na jeseniškem območju ter tri delavnice z deležniki (lokalnim prebivalstvom). Na obeh sestankih so predstavniki ključnih ustanov sestavili seznam deležnikov, ki bi jih bilo smiselno vključiti v proces iskanja sinergij med kulturo in turizmom. In sestankih so bile prisotne naslednje ustanove:

- Občina Jesenice,
- Razvojna agencija Zgornje Gorenjske,
- Gornjesavski muzej Jesenice,
- Zavod Republike Slovenije za varstvo narave,
- Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije in
- Turistično društvo Golica.



Avtor: Aljoša Videntič

Na omenjene tri delavnice smo deležnike vabili z obvestili v lokalnem časopisu Jeseniške novice in na lokalni radijski postaji Triglav; nekaterim smo poslali vabila po elektronski ali navadni pošti. Odzvali so se različni deležniki in vsake delavnice se jih je udeležilo med 20 in 25, večinoma posameznikov. Skupaj so ustvarili Vizijo mesta Jesenice do leta 2030, identificirali vse obstoječe kulturne vrednote na tistem območju ter zbrali ideje, kako jih razviti in integrirati. Nato so po skupinah glede na lastne interese razpravljali o treh pilotnih aktivnostih ter se še dodatno sestajali in aktivnosti razčlenjevali bolj podrobno. Na zadnji delavnici so izdelali akcijski načrt, ki bo do konca projekta še dopolnjen, da bo lahko lokalni skupnosti služil tudi po zaključku projekta. Deležniki bodo tako lahko nadaljevali z izvedbo pilotnih aktivnosti, saj bodo sledili jasno opredeljenim nalogam, dolžnostim in časovnici.

Vključenost deležnikov in njihovo aktivno sodelovanje pri razvoju kulturnih vrednot velja za edini način, kako zagotoviti dolgoročni razvoj določenega območja. Takšen pristop je lahko občasno sicer bolj zahteven, saj so možni konflikti. Po drugi strani pa lahko ti konflikti na zelo zgodnji stopnji vodijo tudi do konsenza, saj se po tem, ko so odločitve sprejete in aktivnosti izvedene, konflikt ponavadi ne zaostri.



Avtor: Bogdan Bricelj



Vir: Občina Jesenice

Avtor: Miran Dolar



## Pilotno območje 6 – Kreta

Besedilo: Georgia Papadaki

Kreta je največji in najbolj priljubljen grški otok. Tu se nahaja veliko grške kulturne dediščine – do danes je ohranila lokalne kulturne značilnosti, kot so lastno narečje, ples in glasba –, predstavlja pa tudi pomemben delež grškega gospodarstva. Glavni gospodarski panogi na Kreti sta kmetijstvo oziroma reja govedi in turizem. Večja mesta in najbolj priljubljeni turistični kraji se nahajajo na severnem delu otoka, medtem ko sta južni in osrednji del podeželska in manj razvita. Pilotno območje predstavljata Palliani in Agios Thomas, vasici z množtvom kulturnih vrednot, naravnih virov, verskih in arheoloških zakladov, kjer pa ni nobene turistične infrastrukture.

Glavne ovire za uporabo kulturnega potenciala in upravljanje s kulturnimi vrednotami so povezane s konflikti med vpletenimi deležniki, do katerih je prišlo med izvedbo akcijskega načrta, in z nezavedanjem lokalnih skupnosti, da imajo lahko od takšnih pobud koristi.

Izvedba delavnic na območju samem je prispevala k odpravi teh težav, saj so se lokalne skupnosti na pilotnem območju aktivno vključile v proces, vzdušje pa je postalo bolj sproščeno.



V akcijskih načrt na pilotnem območju so bile vključene naslednje kulturne vrednote:

- tradicionalna kretska prehrana,
- kretske kavarne Kafeneia,
- gojenje oljk in
- s freskami poslikane cerkve.



Vir: Trgovinsko-gospodarska zbornica Heraklion

Avtorica: Efi Psilaki





Ideja je, da se na pilotnem območju uredi pešpot, ki bo vodila mimo kulturnih vrednot in ki jo bodo spremljali turistični paketi za vse ciljne skupine in vse letne čase. Namen je turistom razkriti kulturno in naravno identiteto teh krajev in jim pokazati, kako drugačni so od vseh ostalih pokrajin v Grčiji. Pilotni kulturni pešpoti v vasicah Palliani in Agios Thomas bosta prvi v mreži kulturnih poti na Kreti.

V proces razvoja pilotnega območja se je vključilo veliko lokalnih deležnikov:

- turistični vodiči,
- Združenje turističnih agencij Krete,
- občine in druge lokalne oblasti,
- kulturne organizacije in mladinski centri,
- lokalni podjetniki, mala in srednja podjetja ter
- univerza in druge ustanove.

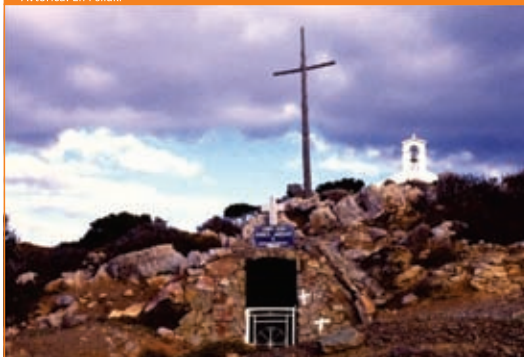
Lokalni turistični vodiči so strokovnjaki, ki znajo območje opisati in promovirati kot turistično destinacijo. S poznavanjem starejše in novejše zgodovine ter kulturne in naravne dediščine so zelo pomagali pri načrtovanju kulturnih poti kot turističnih proizvodov. Kretske turistične agencije so vsako leto v tesnem stiku s tisoči turistov, preden ti obišejo Kreto in tudi po tem, in so pokazale veliko pripravljenost plasirati kulturne poti, pripravljene v okviru projekta, kot turistični proizvod. Občine in druge lokalne oblasti želijo svoje kraje podpirati na vse mogoče načine, še zlasti v smislu trajnostnega lokalnega razvoja, in so bile zelo aktivne tako pri pripravi kot izvedbi akcijskega načrta, zlasti na področju razvoja infrastrukture. Lokalne kulturne organizacije in mladinske centre sestavljajo ljudje, ki cenijo svoj izvor; delavnic in vseh aktivnosti so se udeležili zato, ker želijo svoje storitve ponuditi sovaščanom. Tudi lokalni podjetniki ter mala in srednja podjetja so pokazali velik interes za razvoj projektne akcijskega načrta in posledično za razvoj turističnega sektorja na pilotnem območju. Zaradi gospodarske krize imajo namreč nemalo težav, projektne aktivnosti pa so podprli kot možnost za preživetje svojih podjetij. Univerza in druge ustanove so v pilotnih aktivnostih aktivno sodelovale s strokovnim svetovanjem.

Na delavnicah se je veliko razpravljalo o lokalnem razvojnem potencialu in eno izmed spoznanj je bilo, kako zelo raznolika so lahko mnenja in predlogi različnih ljudi glede ene in iste teme. Lokalno prebivalstvo denimo ni bilo pripravljeno v svoje vasi uvesti potrebnih sprememb, s čimer pa se turistični vodiči in potovalne agencije niso mogli sprijazniti. Trgovinsko-gospodarska zbornica Heraklion je nato prevzela vlogo posrednika in delovne skupine so poskušale najti rešitve, s katerimi bi bili zadovoljni obe strani, ter uspešno izpeljati akcijski načrt, skladen s smernicami trajnostnega razvoja.

Projektne aktivnosti bi se lahko nadaljevale z naslednjimi možnimi koraki: uvedba vseh sprememb, ki so potrebne, da bi kraji s kulturnimi vrednotami postali dostopnejši in privlačnejši (npr. čiščenje, obnova); organizacija seminarjev in izobraževanj za nove podjetnike na pilotnih območjih; priprava promocijskih brošur in letakov o kulturnih poteh in zgodovini območja; priprava in razdelitev zemljevida Krete z označenimi kulturnimi vrednotami; ureditev še dodatnih kulturnih poti po preostalem otoku in njihova združitve v mrežo.

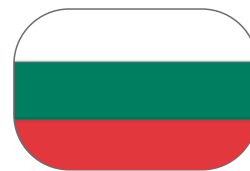


Avtorica: Efi Psilaki



## Pilotno območje 7 – Regija Pazardžik

Besedilo: Lyubov Trenkova in Gergana Kaloyanova



Regija Pazardžik je provinca v južni Bolgariji, ki nosi ime svojega upravnega in industrijskega središča, mesta Pazardžik. Pilotno območje predstavlja Občina Strelča, ki se razprostira na 224 km<sup>2</sup> in se nahaja na nadm. v. 475 m ter ima značilnosti nižjega gorskega sveta. Pretežno podeželsko gospodarstvo temelji na kmetijstvu in gozdarstvu, turizmu in nekaterih specifičnih gospodarskih aktivnostih, kot so proizvodnja esencialnega olja vrtnic in gojenje zelišč, proizvodnja optičnih leč ter pridelava sadja in zelenjave v toplih gredah. Zaradi geotermalnih izvirov je tam razvit kopalški in wellness turizem, bogata kulturna dediščina in zgodovina, prostrani gozdovi z območji za lov in ribolov ter edinstvene skalne formacije pa predstavljajo še dodatni turistični potencial. Večina od približno pet tisoč prebivalcev živi v središču Občine Strelča, kjer je zgoščena tudi pretežno vsa gospodarska aktivnost. Kljub temu se soočajo z močno migracijo delavcev, ki jo otežuje zaradi upada vlaganj v transport in povezave premalo razvita infrastruktura, zaradi česar je območje tudi manj zanimivo za turiste.

Zelo tipična lokalna dejavnost je proizvodnja vrtničnega olja in nekatere druge z njo povezane tradicionalne dejavnosti, ki pomembno zaznamujejo identiteto teh krajev. Zaradi neodkrtega potenciala in slabše zmožnosti upravljanja s strani lokalnih deležnikov, kot tudi zaradi slabe promocije, pa so številne druge kulturne vrednote do sedaj ostajale premalo izkoriščene. Orodje za premoščanje teh težav je postala metodologija za upravljanje s kulturnimi vrednotami, razvita v okviru projekta SY\_CULTour.

Projektno metodologijo smo uporabili tako pri naslednjih snovnih kot nesnovnih kulturnih vrednotah:

- trakijskemu svetišču Heroon,
- megalitskih spomenikih Kačulata, Kulata in Skumsale,
- izviru mineralne vode in mineralne kopeli z bazenom Bančeto,
- muzejskemu kompleksu Zgodovinskega muzeja,
- ljubiteljskemu gledališču Strelške babice in
- tradicionalni lokalni kuhinji.



Vir: Uprava regije Pazardžik



Kulturne vrednote smo razdelili na tri aktivnosti: Srednogorjanski etnografski festival, predstave lokalnega ljubiteljskega gledališča Razsvetljenje (na željo turističnih operaterjev) in obnovo prve samostanske šole v Strelči kot del razstave Zgodovinskega muzeja. Izbor kulturnih vrednot so naredili udeleženci izobraževanj in delavnic, organiziranih za lokalne deležnike.

Pri izvajanju pilotnih aktivnosti so sodelovali naslednji večji deležniki:

- občinska uprava,
- lokalni kulturni center,
- lokalni turistični center,
- Zgodovinski muzej,
- posvetovalni odbor za kulturo in izobraževanje ter
- lokalna akcijska skupina LEADER.

Participativni pristop od-spodaj-navzgor je zagotavljal aktivno vključenost deležnikov in razvrščanje aktivnosti po prioritetah glede na skupne interese in potrebe. Najbolj aktivni so bili sicer predstavniki ustanov in nevladnih organizacij, medtem ko je bilo deležnike iz podjetniškega sektorja, ki niso bili hkrati člani občinskih svetov ali nevladnih turističnih organizacij, težje prepričati, da bi se aktivno vključili. Z vključitvijo predstavnikov lokalne akcijske skupine LEADER se je odprla možnost financiranja aktivnosti iz akcijskega načrta, ki zagotavlja njegovo srednjeročno realizacijo. A obstaja nevarnost, da lokalni deležniki po zaključku aktivnosti iz projekta SY\_CULTour



Vir: Uprava regije Pazardžik



ne bodo nadaljevali s sodelovanjem, saj jih nihče ne bo spodbujal k sestankovanju. Posamezni deležnik bi torej lahko določene aktivnosti izvajal na lastno pest, ne da bi se prej o tem uskladi z drugimi zainteresiranimi deležniki in ne da bi ga oni pri tem spremljali.

Aktivnosti v okviru projekta SY\_CULTour so imele izjemno pomemben učinek in sicer so deležnike spodbudile k iskanju skupnih rešitev za njihove lokalne potrebe ter jim pomagale prepoznati pomen lokalnih kulturnih vrednot kot sredstva razvoja in poti k boljšemu življenju. Zavedanje deležnikov se je še povečalo, ko so spoznali razvojni potencial določenih kulturnih vrednot in korak za korakom natančno razčlenili akcijske načrte za uporabo tega potenciala. Kot nadaljevanje projektnih aktivnosti lokalne delovne skupine zdaj pripravljajo vloge za financiranje vsake izmed aktivnosti iz akcijskega načrta. Vsaka aktivnost se je začela s prvo nalogo na seznamu, ki je ponavadi služila kot predpriprava za nadaljnje korake.



Vir: Uprava regije Pazardžik



Vir: Uprava regije Pazardžik

## Pilotno območje 8 — Osrednja podonavska regija

Besedilo: Erika Tóth



Osrednja podonavska regija se razprostira na 11117 km<sup>2</sup> in leži na severovzhodu madžarske Podonavske regije. Razdeljena na tri upravne okraje (Fejér, Komárom-Esztergom in Veszprém) in 26 podregij. Gre za tretjo – v industrijskem smislu in tudi sicer – najbolj razvito regijo v državi, ki jo dobro poznajo tuji vlagatelji in ki ima velik inovacijski potencial. Lokalni proizvodi in lokalna tradicija postajajo vedno bolj pomembni, vasi pa ležijo blizu ena drugi in so močno povezane. Pilotno območje predstavlja podregija Tapolca na jugu regije, kjer sta za gospodarstvo najpomembnejša kmetijstvo in industrija, najbolj razviti panogi pa sta trenutno vinogradništvo in gozdarstvo.

Glavni prepreki za uporabo kulturnega potenciala in upravljanje s kulturnimi vrednotami na pilotnem območju sta odsotnost dobrih povezav in slaba komunikacija med agencijami in drugimi deležniki, dejavnimi na področju turizma in razvoja. Manjkajo jasna vizija, kaj kulturne vrednote so, in cilji, kaj bi želeli z njimi doseči. Regija nima načrta, kako opredeliti kulturne vrednote in kako vzdrževati tiste, ki potrebujejo podporo.

Da bi premostila to težavo, je Regionalna inovacijska agencija Osrednje podonavske regije poskušala vse zainteresirane zbrati na dveh izobraževanjih, kjer so imeli sodelujoči tako vlogo oblikovalcev politik kot deležnikov. Po našem mnenju je najbolje, da za platformo oblikovalcev politik in deležnikov skrbi ena oseba, skupina ali agencija, ki zbira njihove ideje, omogoča sodelovanje in organizira sestanke. Sestanki naj bodo redni, da se lahko razpravlja o morebitnem sodelovanju in drugih možnostih.

V naše pilotne aktivnosti so bile vključene naslednje kulturne vrednote:

- Arboretum Zirc,
- Tapolška jama,
- Gradovi in
- lokalni proizvodi.

Avtorica: Erika Tóth



Arboretum Zirc je s svojim angleškim vrtom zelo znan med obiskovalci. Nahaja se na vrtu cistercijanske opatije v Zircu, kjer se na 20 hektarjih razprostirajo njegovi botanični vrtovi. Arboretum je regionalnega pomena, saj v njem najdemo številne zelo redke rastline, mnogo jih prihaja z drugih kontinentov, na območju pa raste več kot 600 vrst drevs. Tapolška jama je edinstvena znamenitost v samem središču mesta; splošno znano je, da ima terapevtski učinek. Nekateri gradovi so v uporabi in so pomembni za regijo, drugi niso deležni prav veliko pozornosti. Čez vse leto se v gradovih oziroma mestih in njihovi okolici zvrstijo številni dogodki, dejavnosti lokalnih skupnosti, grajske igre in dnevi vina; ti dogodki in zgodovinski spomeniki pritegnejo turiste in pojavlja se potreba po različnih delovnih mestih. Lokalni proizvodi pripovedujejo zgodbo o bližnji okolici in pokrajini ter o lokalnih prebivalcih, ki so sodelovali pri njihovem nastanku. Nastajajo večinoma z uporabo postopkov in orodij, ki so doma na tem območju, prihodek od prodaje lokalnih izdelkov pa se namenja razvoju lokalne skupnosti. V projekt smo vključili lokalne proizvode in storitve, kot so sadje, zelenjava, jajca, sir, marmelada, med, sirup, vino, pecivo, čas, keramika, postrežba itd. Tako smo se odločili zato, ker se deležniki trenutno trudijo potrošnike prepričati, naj bolj kupujejo lokalno pridelano hrano. Upamo, da bodo lokalna območja od tega imela ekonomske, okoljske in socialne koristi, kar bi vodilo tudi v bolj trajnostne vzorce potrošnje.



Avtorica: Erika Tóth

Nagovorili smo vse deležnike v regiji in v projektne aktivnosti vključili vse, ki so pokazali interes, in sicer:

- Madžarsko turistično organizacijo,
- Združenje za pogorje Bakony,
- Združenje za višavje Balaton in
- kulturni festival Dolina umetnosti.



Avtorica: Erika Tóth



Avtorica: Erika Tóth



Madžarska turistična organizacija in Združenje za pogorje Bakony razpolagata z razvejano mrežo turističnih ustanov; skrb za upravljanje s kulturnimi vrednotami je tudi v njenem interesu. Združenje za višavje Balaton in organizatorji festivala Dolina umetnosti načrtujejo ustanovitev blagovne znamke, pod katero bi združili vse lokalne storitve in proizvode v regiji. Delo z deležniki je bilo zelo enostavno in učinkovito, edina težava je pomanjkanje prave, osebne komunikacije med deležniki. V prihodnje imajo zdaj možnost okrepiti svoje povezave na področju razvoja turizma, večina pa jih meni, da so lokalni proizvodi ključni za regijo in da bi jim bilo potrebno posvetiti več pozornosti.



Avtorica: Erika Tóth

### Pilotno območje 9 – Vojvodina

Besedilo: Jasmina Đorđević, Igor Stamenković, Kristina Košić, Tatjana Pivac in Ivana Blešić



Vojvodina je avtonomna pokrajina v Srbiji. Leži na severu države in sega v Panonsko nižino v Srednji Evropi. V tej mnogoetnični in multikulturni pokrajini obstajajo številni mehanizmi varovanja pravic manjšin; v provinci, ki ima šest uradnih jezikov, prebiva šestindvajset etničnih skupin. Pilotno območje predstavljata občini Sombor in Apatin na severozahodu Vojvodine (Zahodnobačko okrožje). Velik potencial tega območja se skriva v pristni podeželski arhitekturi, ohranjenih kmetijah, zelenih oazah, bližini Donave, cerkvah in zmesi kultur različnih etničnih skupin, ki prebivajo tu. Vse to predstavlja tudi gonilno silo razvoja turizma.

Podeželska območja občin Sombor in Apatin so bila zapostavljena več desetletij. Podeželski turizem so razvijali posamezniki brez potrebnega znanja, medtem ko kulturna dediščina, pristen podeželski ambient in zaščitena narava niso igrali nobene vloge in se jih ni zadovoljivo promoviralo v okviru razvoja turizma. Toda ravno to so viri, ki tu predstavljajo veliko možnosti za razvoj podeželskega kulturnega in ekološkega turizma.

Glede na našteje težave smo si v projektu zastavili naslednje cilje: boljša promocija kulturne dediščine (spletna stran, družabna omrežja, brošure, letaki itd.); izboljšanje zaposlitvenih možnosti v turizmu in na kmetijah (spodbuditi lokalno prebivalstvo, da izkoristi njihov potencial); ohranjanje tradicije, tradicionalnih obrti in rokodelstva; varovanje in predstavitev neuporabljenih oziroma premalo uporabljenih

kulturnih vrednot; usposabljanje deležnikov za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih; partnerstvo med javnim in zasebnim sektorjem.

Kot pomembne za izboljšanje možnosti trajnostnega razvoja v Vojvodini so bile prepoznane naslednje kulturne vrednote:

- sprehod vzdolž Donave v baročnem slogu,
- mestno življenje na prelomu 20. stoletja,
- urbano gospodinjstvo v nemškem slogu,
- kolesarska steza ob Stari Donavi,
- festival hrane, pijače in umetnostne obrti Bodrog Fest,
- tobačni muzej,
- Galerija Milana Konjovića, stavba prefekture, Somborski mestni muzej,
- Somborski sir v lesenem sodčku iz Stapra,
- etnološka muzejska zbirka v Kopusini in
- kmetija deda Hornjaka (Dida Hornjakov salaš).

Avtor: Vladimir Kamčević



Sprehod vzdolž Donave v baročnem slogu bo postala turistična sprehajalna pot, izdelan bo tudi turistični zemljevid. Predel je izjemen zahvaljujoč impozantnim baročnim cerkvenim zvonikom. Prikaz mestnega življenja na prelomu 20. stoletja se osredotoča na arhitekturne danosti Apatina in Somborja, urbano gospodinjstvo v nemškem slogu pa prikazuje duh družabnega življenja urbanega Apatina iz konca 30. let prejšnjega stoletja. Kolesarska steza ob Stari Donavi je zasnovana vzdolž meja Posebnega naravnega rezervata Zgornje podonavje, na Bodrog Festu – festivalu hrane, pijače in umetnostne obrti – pa se zvrstijo dogodki, ki promovirajo folkloro in običaje prebivalcev pilotnega območja. Tobačni muzej gosti razstave o kmetijski proizvodnji tobaka in zaščiti tradicionalne pridelave, ki na tem območju obstaja že več kot 120 let. Galerija Milana Konjovića, stavba prefekture in Somborski mestni muzej predstavljajo arhitekturne vrednote, Somborski sir v lesenem sodčku iz Stapra pa je pomemben predstavnik gastronomske ponudbe Občine Sombor. Etnološka muzejska zbirka v Kopusini ohranja in ponazarja tradicijo in kulturno dediščina tega območja, na kmetiji deda Hornjaka pa si je mogoče ogledati tradicionalen način življenja prebivalcev lokalne skupnosti Bunjevci.

Pri izvajanju projektnih aktivnosti so aktivno sodelovali naslednji deležniki:

- predstavniki vlade in lokalne uprave ter druge relevantne javne organizacije, ki imajo zadosten vpliv, moč in sredstva na področju kulturnih vrednot in podeželskega turizma;
- regionalni in lokalni ponudniki turističnih storitev (mala in srednja podjetja v turizmu, kmetje, lastniki zemljišč) in podpornih storitev;
- čezmejni organi, zlasti predstavniki mednarodnih nevladnih organizacij na področju kulturnih vrednot in kulturnega turizma; in
- splošna javnost.



Avtor: Lazar Lazić



Skrozi projektne aktivnosti smo utrdili soglasje o kulturnih vrednotah in okrepili partnerstvo med javnim in zasebnim sektorjem, izboljšali komunikacijo med strokovnjaki in laiki ter izboljšali zavest o pomenu razvoja turizma. Med projektom je bila sprejeta tudi odločitev, da se bo bolje varovalo in promoviralo kulturne vrednote in se jih uporabljalo za določene oblike ne-množičnega turizma. Višji prihodki iz turistične dejavnosti bodo prispevali k odprtju novih delovnih mest, namenjenih predvsem ženskam, visokoizobraženim mladim, posameznikom s posebnimi potrebami in drugim. V prihodnosti bo potrebno poiskati kadre s potrebnimi znanji na področju turizma, da bodo lahko nudili strokovno podporo ustreznim ustanovam.



Avtor: Lazar Lazić



Avtor: Lazar Lazić

Avtorica: Tatjana Pivac



# 4 Zaključek – Pot pred nami

Besedilo: David Bole

Predlagana metodologija s Smernicami za upravljanje s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih je le eden izmed načinov, kako razvijati, opolnomočiti in revitalizirati manj razvita podeželska območja. Preizkušanje teh smernic na devetih pilotnih območjih v okviru projekta SY\_CULTour je nakazalo nekaj optimističnih t. Najbolj optimistični so pozitivni učinki na družbo: lokalne skupnosti so pričele razvijati kulturne proizvode v korist revitalizacije svojega širšega družbenega okolja in v svojo korist, pri tem pa si zagotovile kakovostne prostočasne aktivnosti in spodbudile humanitarne aktivnosti, vključenost v skupnost oziroma poglobitev lastnih interesov. Dodatni pozitivni rezultati so, med drugim, tudi ohranitev kulturne dediščine in krepitev posameznikove lastne notranje in zunanje identitete ter močnejša zastopanost skupnosti. Izkušnje partnerjev iz projekta kažejo, da ekonomske koristi niso takojšnje in da bo za ustvarjanje dodane vrednosti in dodatnih zaposlitvenih možnosti na podlagi turističnih proizvodov potrebnega več časa. Projektni partnerji smo prišli tudi do sklepa, da je proces aktiviranja kulturnih vrednot kot kapitala nekega območja precej dolgotrajen in zahteva vključenost vseh lokalnih deležnikov, tako zasebnih kot javnih.

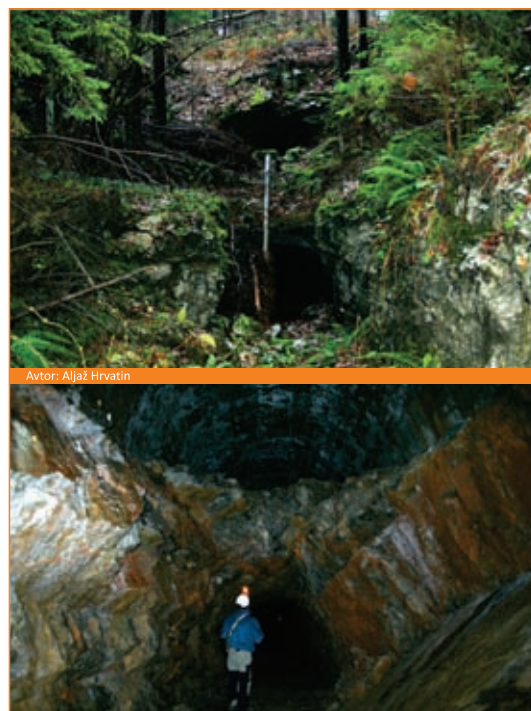
Glavna priporočila za vsakogar, ki se loteva tega zahtevnega a nagrajujočega procesa, lahko povzamemo v naslednjih točkah:

- Kulturne vrednote so kapital določenega območja in zato predstavljajo sredstvo za izdelavo kulturno-turističnih proizvodov.
- Kulturne vrednote same niso dovolj; v izdelavo turističnega proizvoda je potrebno vložiti znanje in veliko človeškega kapitala (ustvarjalnost, izkušnje itd.).
- Trajnostni razvoj je mogoč le na podlagi participativnega načrtovanja v turizmu, kjer skupnost ni le deležnik, temveč je vključena v procese na vseh stopnjah načrtovanja; to je potrebno upoštevati pri vseh načrtih za prihodnost.
- Sodelovanje lokalne skupnosti od samega začetka do izvedbe posamezne aktivnosti ter vključenost predvsem lokalnega kapitala zmanjša možnost konflikta in negativnih učinkov turizma na minimum; predstavlja tudi možnost za revitalizacijo in opolnomočenje lokalne skupnosti.
- Javne ustanove, kot so občine, inštituti in podobno, morajo v procesu le usmerjati in svetovati; lokalni skupnosti ne smejo prevzeti procesa oziroma ji vsiljevati svojih mnenj.

Na podlagi pridobljenih izkušenj lahko zdaj začrtamo pot, ki jo morajo po našem mnenju ubrati nacionalne in mednarodne ustanove, če se želijo spoprijeti z razvojem, turizmom in kulturo na podeželskih območjih. Širša interpretacija je lahko spričo sektorske organizacije ministrstev in institucij Evropske unije pogosto zamegljena, prepada med gospodarsko-razvojnimi in pretežno kulturno-varstvenimi vidiki podeželskih območij pa je viden tudi na ravni nevladnih organizacij in društev. Iz tega razloga partnerji projekta SY\_CULTour verjamemo, da je za evropska podeželska območja potreben forum, kjer se bodo soočala nasprotna mnenja in kjer bodo lahko različni deležniki – od posameznikov, društev in nevladnih organizacij do javnih ustanov in znanstvene skupnosti – skupaj iskali primerne rešitve.

Naslednja težava je očitno komunikacija oziroma pomanjkanje informacij. Lokalne skupnosti večinoma niso organizirane na način, da bi lahko spremljale novice, razpise za sredstva ali celo primere dobrih praks, kar bi jim vse lahko pomagalo pri izvedbi aktivnosti, razvoju kulturnih proizvodov in ohranjanju lastne kulturne dediščine. V okviru projekta SY\_CULTour smo zbrali izjemno pozitivne izkušnje z organizacijo 'študijskih' izmenjav med lokalnimi skupnostmi na pilotnih območjih. Potrebna sta bila le dva obiska, da so lokalne skupnosti pridobile novo znanje, nove ideje in zagon za upravljanje s svojimi kulturnimi vrednotami.

Verjamemo, da je pretirano sektorske pristope k razvoju podeželja preko kulturnih vrednot in komunikacijske težave ter pomanjkanje informacij mogoče odpraviti z vzpostavitvijo informacijskega vira oziroma portala. Portal bi lokalnim deležnikom in lokalnim skupnostim nudil informacije ter omogočal izmenjavo idej in praks, hkrati pa bi služil kot platforma za izražanje mnenj in za razpravo med strokovnjaki, oblikovalci politik, nevladnimi organizacijami in drugimi vpletenimi posamezniki ter skupinami.



Avtor: Aljaž Hrvatini



## 5 Partnerstvo

Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Geografski inštitut Antona Melika (ZRC SAZU)  
Novi trg 2, 1000 Ljubljana, Slovenija  
<http://giam2.zrc-sazu.si/en/predstavitev#v>  
Kontaktna oseba: David Bole, david.bole@zrc-sazu.si



ZRC SAZU je vodilna slovenska raziskovalna ustanova na področju družboslovja in humanističnih ved. Ima bogate izkušnje s preučevanjem manj razvitih območij, marginalizacijo regij, podeželsko kulturno dediščino in regionalnim razvojem. S področjem regionalnega razvoja se ukvarja močna ekipa raziskovalcev, ki preučujejo razvojne probleme manj razvitih območij in imajo številne reference s področja uporabnih raziskav na nacionalni ravni. ZRC SAZU je tudi nacionalni koordinator varstva žive kulturne dediščine. Odgovoren je torej za pripravo predlogov za Register žive kulturne dediščine in za izvajanje konvencije UNESCO. Preko članstva v različnih nacionalnih in mednarodnih združenjih in delovnih skupinah ZRC SAZU spoznava težave, povezane z upravljanjem s kulturnimi vrednotami na podeželskih območjih. Rešitve za te težave so poskušali poiskati tudi v okviru projekta SY\_CULTour. Kot člani vladne delovne skupine za pripravo sprememb Zakona o regionalnem razvoju so dosegli, da je bila metodologija za upravljanje s kulturnimi vrednotami prepoznana kot element trajnostnega razvoja na podeželskih območjih.

Avtonomna pokrajina Trento, Sektor za kmetijstvo (PAT)  
Via G. B. Trener 3, 38121 Trento, Italija  
<http://www.provincia.tn.it/>  
Kontaktna oseba: Federico Bigaran, federico.bigaran@provincia.tn.it



Avtonomna pokrajina Trento je organ regijske javne uprave, ki za številna področja sprejema lastne zakone in opravlja upravne funkcije. Pod pristojnost Sektorja za kmetijstvo spadajo strateško načrtovanje v kmetijstvu, varovanje in promocija kmetijske proizvodnje, spremljanje in nadzor. Konkretno, naloge Službe za ekološko pridelavo so promocija, koordinacija in izvedba pobud na področju ekološkega kmetovanja in biotehnologije v skladu s predpisi EU ter v skladu z nacionalnimi in s pokrajinskimi predpisi. Pokrajina je nedavno razvila kriterije za določanje kakovosti lokalnih turističnih proizvodov, ki zagotavljajo pristnost in prenos znanja med generacijami, in sicer z zgledovanjem po primerih dobrih praks certificiranja kulturnih vrednot na podlagi njihove pristnosti in prenosa znanja. Služba za ekološko pridelavo s svojim strokovnim znanjem sodeluje pri promociji ekoloških proizvodov, biotehnologije in varovanja okolja ter se vključuje v pobude združenj in drugih javnih organizacij, ki delujejo na teh področjih, podpira pa tudi vse lokalne projekte podeželskega turizma, ki vključujejo trajnostno uporabo zdravilnih zelišč in prostoživečih rastlin.

Regionalni center za razvoj (RCR)  
Podvine 36, 1410 Zagorje ob Savi, Slovenija  
<http://www.rcr-zasavje.si/en/>  
Kontaktna oseba: Dejan Zupanc, [dejan.zupanc@rcr-zasavje.si](mailto:dejan.zupanc@rcr-zasavje.si)



Regionalni center za razvoj je nepridobitna nevladna gospodarska družba, katere cilj je vsakršen razvoj Zasavja. Vsebina njihovega dela je spodbujanje podjetniškega in gospodarskega razvoja Zasavja, usklajevanje interesov na področjih regionalnega razvoja, gospodarstva, človeških virov in varstva okolja. Vzpostavili so sodobno razvojno okolje, ki ga plemenitijo s številnimi vezmi znotraj regije in preko njenih meja. Njihov cilj je soustvarjati odprto, moderno Zasavje, prijazno za prebivalce in privlačno za ljudi od drugod.

Gorska skupnost Sirentina (CMS)  
S.P. n. 11, Sirentina 14, 67029 Secinaro, Italija  
<http://www.comunitamontanasirentina.it>  
Kontaktna oseba: Angela Santilli, [a.santilli@sirentina.it](mailto:a.santilli@sirentina.it)



Gorska skupnost Sirentina je organ lokalne uprave, ki občinske funkcije opravlja preko partnerstev in lokalnemu prebivalstvu zagotavlja temeljne storitve, ki so učinkovite, cenovno ugodne in skladne z družbenimi in ozemeljskimi razmerami. Gorska skupnost Sirentina je pridobila ustrezno strokovno znanje in izkušnje na področju promocije in maksimiranja lokalnih virov z namenom izboljšanja pogojev življenja v lokalnih podeželskih in gorskih skupnostih. Zaradi velikega števila majhnih in mikro podjetij, ki so izolirana, slabo poznana in zanje na njihovem območju ni na voljo ustreznih storitev, je Skupnost razvila strategijo za izboljšanje lokalnih razmer, zlasti za lokalno rokodelstvo, turizem in majhna ter mikro podjetja, dejavna na področju naravovarstva.

Pokrajina Tesalija (RoT)  
Plateia Koumoundourou & Papanastasiou, 41110 Larissa, Grčija  
<http://www.thessaly.gov.gr>  
Kontaktna oseba: Mata Papadimopoulou, [s.papadimopoulou@thessaly.gov.gr](mailto:s.papadimopoulou@thessaly.gov.gr)



Pokrajina Tesalija je eden izmed trinajstih grških upravnih okrajev. Razdeljena je na prefekturo Larissa, Magnezija, Trikala in Karditsa ter pokriva vzhodni rob osrednjega dela kontinentalne Grčije, velik 14036 km<sup>2</sup>. Gre za zelo raznoliko pokrajino, kjer nekatere izmed najbolj plodnih kmetijskih ravnin v državi obkrožajo visoke gore oziroma – na najbolj vzhodnem robu upravnega okraja – kopica otokov. Prestolnica pokrajine je Larissa. Pokrajina Tesalija se osredotoča zlasti na aktivnosti, povezane s trajnostnim razvojem, gospodarsko rastjo na podlagi boljše konkurenčnosti proizvodov in storitev, zaposlovanjem, razvojem sodelovanja na področju kulture, nadaljnjo promocijo trajnostnega in alternativnega turizma ter z izboljšanjem pokrajinske infrastrukture. Preko članstva v različnih nacionalnih in mednarodnih združenjih ter pobudah, programih in delovnih skupinah Evropske unije je Pokrajina Tesalija pridobila veliko izkušenj in znanja, ki ju uporablja v prid razvoja celotne pokrajine.

Občina Jesenice (OJ)

Cesta železarjev 6, 4270 Jesenice, Slovenija

<http://www.jesenice.si>

Kontaktna oseba: Vera Djurić Drozdek, [vera.djuric-drozdek@jesenice.si](mailto:vera.djuric-drozdek@jesenice.si)



OBČINA JESENICE

Občina Jesenice je odgovorna za izvedbo aktivnosti lokalne samouprave, s poudarkom na gospodarskem razvoju severozahodnega dela Slovenije. Mesto je najbolj znano po železarni, nekdanji pomembni podpornici hokeja na ledu, ter belih narcisah ključavnicah, ki maja prosto rastejo v bližnji dolini. Zgodovina Jesenic se vrtili okoli železarne, ki je v mestu še danes, poleg rudarstva in železarstva pa so se Jeseničani preživljali tudi s kmetijstvom in rejo govedi. Po razpadu Jugoslavije je železarna pričela usihati in danes v njej dela le še okoli 1250 ljudi. V projektu SY\_CULTour se je Občina Jesenice posvetila tako svoji železarski tradiciji kot naravni dediščini. Občina se osredotoča na ustvarjanje in razvoj novih turističnih proizvodov in storitev, s katerimi želi spodbuditi vlaganja v kulturno dediščino, da bi Jesenice postale kulturno-turistična destinacija, kar se je v preteklosti v pretežni meri zanemarjalo.

Trgovinsko-gospodarska zbornica Heraklion (HCC)

Koronaίου 9, 71202 Heraklion, Grčija

[www.ebeh.gr](http://www.ebeh.gr)

Kontaktna oseba: Michael Kataharakis, [kataharak@katartisi.gr](mailto:kataharak@katartisi.gr)



Επιχειρηματικό Ηρακλείου

Heraklion Chamber of Commerce & Industry

Trgovinsko-gospodarska zbornica Heraklion je ena največjih gospodarskih zbornic v Grčiji in ima več kot 20000 članov iz vseh gospodarskih panog. Njena bistvena lastnost pa ni velikost, temveč dinamika in pobude, ki jih prevzema z namenom opravljanja svoje dvojne vloge: svetovati državi in razvijati mrežo storitev za neposredno pomoč podjetjem. Zbornica pomaga skupinam podjetnikov s specifičnimi potrebami z ustanavljanjem specializiranih uradov, kot so: Center za mlade podjetnike; Služba za podjetnice; Služba za odnose z javnostmi, ki predstavlja delo zbornice in člane seznanja z aktivnostmi, razvojnimi vprašanji in drugimi operativnimi vsebinami; mreža Enterprise Europe Network, ki podjetja obvešča o evropskih novostih, zlasti na področju podpore majhnim in srednjim podjetjem, evropske zakonodaje, sejmov, evropskih programov, povpraševanja po proizvodih, baz podatkov itd.; ločen Oddelek za razvoj, ki se ukvarja z infrastrukturnimi vprašanji glede mehkih vsebin in z drugimi oblikami podpore podjetjem, in ki daje predloge za izboljšanje razmer za delovanje podjetij.

Uprava regije Pazardžik (PRA)

Ekzarh Yosif Str 2, 4400 Pazardžik, Bolgarija

[www.pz.government.bg](http://www.pz.government.bg)

Kontaktna oseba: Gergana Kaloyanova, [otdeleirr@abv.bg](mailto:otdeleirr@abv.bg)



REPUBLIC OF BULGARIA  
Regional Administration  
Pazardzhik

Uprava regije Pazardžik je organ javne uprave na ravni NUTS 3 in predstavlja upravno in teritorialno enoto, odgovorno za izvajanje regionalne politike. Regija je pretežno podeželska, projekt SY\_CULTour pa je v tem smislu podprl naša prizadevanja za oblikovanje učinkovitih in inovativnih politik razvoja podeželja v smeri večje razvejanosti gospodarstva. Uspešna implementacija skupne metodologije za upravljanje s kulturnimi vrednotami, razvite v okviru projekta SY\_CULTour, bo prispevala k napredku gospodarstva na podeželju z uporabo lokalnih potencialov. Izbrane aktivnosti so skladne z razvojnimi prioritetami razvojne strategije Uprave regije Pazardžik. Kot organ javne uprave na regionalni ravni ima Uprava regije Pazardžik potrebne pristojnosti in izkušnje, da lahko na različnih stopnjah procesa odločanja prispeva k oblikovanju priporočil za politike in da lahko ta priporočila predstavi odločevalcem na lokalni, regionalni in nacionalni ravni.

Regionalna inovacijska agencija Osrednje podonavske regije (CTRIA)  
Seregélyesi út 113, 8000 Székesfehérvár, Madžarska  
www.kdriu.hu  
Kontaktna oseba: Ákos Szépvölgyi, szepvol@kdriu.hu



CTRIA je regionalna agencija, članica državne mreže agencij za inovacije, ki jo je skupaj s šestimi javnimi in polzasebnimi partnerji v regiji ustanovila vlada. Iz državne blagajne prejme vsako leto približno 0,5 milijona evrov, kar namenja za načrtovanje inovacij, razvoj projektov, izboljšanje storitev v podporo inovacijski dejavnosti, trženju in upravljanje omrežja storitev. Njena glavna dejavnost je vzpostavitev in vzdrževanje omrežja storitev, kar dosega z močno kooperacijsko mrežo, ki jo je ustanovila in jo upravlja ter jo tvorijo še drugi ponudniki storitev, univerze in podjetniški sektor ter širša javnost, s katerimi stopa v partnerstva na nacionalni in mednarodni ravni. Ima štiri polno zaposlene izkušene kadre in pet stalnih zunanjih sodelavcev, ki so sodelovali v raznolikih regionalnih, nacionalnih in mednarodnih projektih. Povezuje se tudi z mrežo kooperantskih ustanov in strokovnjakov, ki ji nudijo specializirano znanje za oblikovanje in izvedbo specifičnih nalog. Močno regionalno, nacionalno in mednarodno partnerstvo ter nabor strokovnih znanj in izkušenj Agenciji omogočajo, da naslavlja regionalno skupnost in podjetniški sektor na različnih ravneh. CTRIA vodi številne projekte na področju inovacijskih praks, upravljanja inovacij, prenosa znanja, razvoja storitev in usposabljanja na področju inovacij, v katerih sodelujejo nacionalni in mednarodni strokovnjaki in agencije za inovacije.

Naravoslovno-matematična fakulteta Univerze v Novem Sadu (UNSPMF)  
Trg Dositeja Obradovića 3, 21000 Novi Sad, Srbija  
www.pmf.uns.ac.rs  
Kontaktna oseba: Jasmina Đorđević, jasminadjordjevic@live.com



Naravoslovno-matematična fakulteta Univerze v Novem Sadu je znanstveno-izobraževalna ustanova, kjer se v okviru petih oddelkov stikata poučevanje in znanstveno raziskovanje. Fakulteta ima preko 500 zaposlenih; skoraj 300 je raziskovalcev oziroma proforskega kadra. Oddelek za geografijo, turizem in hotelirstvo se je izkazal z visoko ravniyo pedagoškega, znanstvenega in raziskovalnega dela na področju geografije in turizma. Sodeloval je v številnih nacionalnih/lokalnih projektih in v številnih mednarodnih projektih s tujimi partnerji. Na oddelku je več raziskovalnih centrov: Center GIS, Center za klimatološke in hidrološke raziskave, Center za tuje strokovne jezike in Center za regionalno informiranje, v ustanavljanju pa je tudi Center za poučevanje turizma in gostinstva. Fakulteta podpira mednarodno sodelovanje s številnimi univerzami in ustanovami ter s številnimi programi sodeluje v različnih projektih, med drugim CAMPUS EUROPÆ (mobilnost študentov), TEMPUS, CEEPUS, DAAD, WUS Avstrija, COST, NATO Sfp, FP 7, v projektu čezmejnega sodelovanja IPA, SCOPES, SEERA NET, SEE, in v številnih drugih univerzitetnih dogovorih, dvo- in večstranskem znanstvenem sodelovanju za promocijo mobilnosti študentov in osebja ter pri izmenjavah raziskovalnega znanja in izkušenj.

Gospodarska zbornica Vojvodine (PKV)

Hajduk Veljkova 11, 21000 Novi Sad, Srbija

<http://www.pkv.rs>

Kontaktna oseba: Dragica Samardžić, [dragica.samardzic@pkv.rs](mailto:dragica.samardzic@pkv.rs)



Gospodarska zbornica Vojvodine ima dolgo tradicijo, saj je bila ustanovljena leta 1919. Zbornica je samostojno strokovno telo, ki zastopa ekonomske interese družb in podjetnikov kot tudi drugih vrst podjetij in strokovnih organizacij ter združenj, registriranih na območju avtonomne province Vojvodine. Vse aktivnosti Zbornice se izvajajo preko združenj, v katera so včlanjeni družbe in podjetja s podobnimi ekonomskimi interesi in katerih glavna aktivnost je opozarjati na potrebe in težave na določenih gospodarskih področjih. Zbornica podjetnikom nudi nedenarno podporo in storitve na področju poslovnih informacij, ekonomske politike, financ, zavarovanja, gospodarskih odnosov s tujino (vključno z udeležbo na sejmih in razstavah), tržnih priložnosti, kakovostnega upravljanja, strokovnega izobraževanja in usposabljanja, tehnoloških inovacij ter informacijskih in komunikacijskih tehnologij. Zbornica ima 50 zaposlenih in je del mreže srbskih gospodarskih zbornic ter članica Združenja evropskih gospodarskih zbornic Eurochambers. Sodelovala je v mnogih projektih znotraj programov CARDS in IPA.

#### Pridruženi partnerji

- Ministrstvo za kmetijstvo in okolje, Slovenija
- Združenje novih kmetovalcev, Grčija
- Odprta sinergija za razvoj turizma, Grčija
- Inštitut za kmetijsko ekonomiko, Bolgarija
- Združenje svetovalcev v turizmu, Madžarska
- Nacionalni inštitut za kmetijsko ekonomiko, Italija

Sinergija kulture in turizma za razvoj  
podeželskih območij

ISBN 978-961-254-674-8



9 789612 546748

[www.sycultour.eu](http://www.sycultour.eu)