

---

# Kulturni turizem in EU projekta: 365 dni Riviere in HERA – Turizem jadranske dediščine

Patricija Gržinič

45

Za razvoj destinacije je kulturni turizem pomembna priložnost, saj prispeva h konkurenčnosti in prepoznavnosti destinacije. Evropski projekti s področja kulturnega turizma pomenijo dodano vrednost za destinacijo, saj spodbujajo povezovanje, razvoj in promocijo destinacije.

*Ključne besede:* kulturni turizem, produkt, destinacija Portorož in Piran, EU projekti, nepremična, premična kulturna dediščina.

Cultural tourism is an important opportunity for development of a destination as it contributes to competitiveness and visibility of a destination. European projects in the field of cultural tourism bring an added value to a destination, as they promote integration, development and promotion.

*Keywords:* culture, tourism, product, EU projects, movable, immovable cultural heritage

**T**uristično združenje Portorož, g. i. z. je v sklopu kulturnega turizma sodelovalo v projektu Operativni program IPA SI-HR 2007-2013: *365 dni Riviere* in še vedno sodeluje v projektu Adriatic IPA Cross Border Cooperation 2007-2013: *HERA – Turizem jadranske dediščine*, ki ju je sofinancirala Evropska unija v sklopu svojih finančnih mehanizmov.

22. 12. 2012 je združenje kot partner zaključilo projekt *365 dni kulturnega turizma v zibelki srednjeevropskega turizma – 365 dni Riviere*.

31. 3. 2016 bo združenje kot partner za promocijo zaključilo projekt *Hera – Turizem jadranske dediščine*.

»Kulturni turizem je splet turizma in kulture. Kulturni turizem zajema nepremično in premično kulturno dediščino ter kulturno krajino. Kulturni turizem zahteva pravo raz-

merje med ohranjanjem naravne in kulturne dediščine, varovanjem okolja, ekonomskim razvojem in trajnostnim turizmom. Kulturni produkt je pomemben pri dopolnitvi in obogatitvi turistične destinacije, kar vpliva na povečanje turističnega povpraševanja in celoletno turistično povpraševanje.« (Aureus, 2011)

Kulturni turizem je doživel pravi svetovni razcvet, saj zadovoljuje gospodarske, družbene in kulturne potrebe, medtem ko se ohranja jo kulturna integriteta, nujni okoljski procesi ter biotska raznovrstnost.

Podpora kulturnemu turizmu pomeni podporo ustvarjalnosti, lokalnemu prostoru in lokalnim interesom. Kulturni turizem je tako promotor destinacije in hkrati ustvarja ekonomsko korist.

## Kulturni turizem v občini Piran

Kulturni turizem v občini Piran je opredeljen v Strategiji turističnega razvoja občine Piran 2009-2015. (Hosting svetovanje d.o.o., 2009)

Motivi prihoda gostov kulturnega turizma so: kulturna in naravna dediščina, ljubiteljstvo do kulture in kulturnih prireditev, druženje z ljudmi, tradicija, spoznavanje novih ljudi ipd.

Kulturni turizem na destinaciji Portorož in Piran je v začetni fazi razvoja, potrošnja je neznatna in število prenočitev zanemarljivo.

V hotelih Bernardin je bilo ocenjeno, da znaša število prenočitev kulturnega turizma okoli 2-3 %.

Glavni subjekti kulturnega turizma v občini Piran so:

- Občina Piran,
- javni kulturni zavodi,
- ljubiteljska kulturna društva,
- Comunità Italiana di Pirano (Italijanska skupnost Piran),
- zasebni sektor,
- civilni sektor,
- Avditorij Portorož in
- Turistično združenje Portorož. g.i.z.

Izsledki tržne raziskave o turistih v Portorožu (Sedmak, Nemec Rudež, Podovšovnik Axelsson, Baruca Zabukovec, Kociper in Gržinič, 2011) kažejo naslednje: manj izobraženim (aritmetična sredina znaša 4,3) sta utrip kraja in živahno dogajanje pomembnejša pri izbiri potovalne destinacije kot bolj izobraženim (aritmetična sredina znaša 3,99).

Anketiranim z mesečnim dohodkom, višjim od 2.000 € (aritmetična sredina znaša 3,16), so kulturne prireditve pri izbiri potovalne destinacije v nasprotju s pričakovanji oziroma z izsledki sorodnih raziskav manj pomembne kot anketiranim z mesečnim dohodkom v višini od 1.000 € do 2.000 € (aritmetična sredina za tiste, ki prejema od 1.000 € do 1.500 € na mesec, znaša 3,86; za tiste, ki prejema od 1.500 € do 2.000 € na mesec, pa 4,12).

Manj izobraženi anketirani so kulturne prireditve v Portorožu bolje ocenili kot bolj izobraženi.

Slovinci (aritmetična sredina znaša 1,88) so konkurenčnost kulturnih prireditev v Portorožu bolje ocenili kot Avstrijci (aritmetična sredina znaša 1,51) in prebivalci drugih držav (aritmetična sredina znaša 1,55).

### *Kulturni turizem v občini Piran*

#### *– splošne ugotovitve*

Za dvig konkurenčnosti in izboljšanje ponudbe na področju kulturnega turizma v občini Piran je treba:

- doseči zavedanje vseh akterjev kulturnega turizma na destinaciji Portorož in Piran o pomenu, ki ga lahko ima kulturni turizem za turistični razvoj destinacije,
- spoznati, da je kulturni turizem edinstvena izkušnja in zahteva osebni pristop,
- doseči, da turistični produkt prireditve pridobi identiteto in postane konkurenčen,
- izkoristiti več kot 100-letno tradicijo v turizmu, ki je konkurenčna prednost,
- doseči, da Avditorij Portorož postane osnovni nosilec dogodkov na destinaciji Portorož in Piran,
- doseči, da Turistično združenje Portorož, g. i. z. postane glavni promotor kulturnega turizma destinacije in
- nadalje črpati evropska sredstva za projekte kulturnega turizma.

## **Operativni program IPA SI-HR 2007–2013: 365 dni kulturnega turizma v zibelki srednjeevropskega turizma – 365 dni Riviere**

Projekt *365 dni kulturnega turizma v zibelki srednjeevropskega turizma – 365 dni Riviere* je povezal obmorski destinaciji Portorož in Opatijo.

Portorož in Opatija se ponašata z najdaljšo tradicijo organiziranega turizma v jugovzhodni

Evropi in veljata za najbolj elitni destinaciji Avstro-Ogrske.

Kot partnerji v projektu so sodelovali: Občina Piran kot glavni partner, Grad Opatija, Turistično združenje Portorož, g.i.z. in Turistička zajednica Opatija. Vrednost celotnega projekta je znašala 512.457,00 €. Vložena vrednost združenja je bila 103.550,00 €.

Cilji projekta so bili (Alpe Adria Vita d.o.o., 2012):

- oblikovanje atraktivnega in konkurenčnega turističnega produkta 365 dni Riviere,
- povečanje števila prihodov izven glavne turistične sezone,
- izboljšanje prepoznavnosti in imidža destinacije ter
- oblikovanje koncepta šestih vodilnih destinacijskih prireditev.

Projekt je obsegal naslednje aktivnosti:

- oblikovanje strategije,
- organizacijo 4 delavnic za partnerje in zainteresirano javnost,
- organizacijo študijskega obiska za novinarje,
- oblikovanje prospekta *Opatija & Portorož 365 Days of the Riviera* in spletne strani [www.365danariviere.eu](http://www.365danariviere.eu) ter
- organizacijo dveh pilotnih dogodkov, in sicer enega v Portorožu in enega v Opatiji (Festival penin v Portorožu – 22. 12. 2012 in Karneval – Balinjerada v Opatiji – 2. 2. 2013).

Na osnovi Strategije razvoja skupnega čezmejnega integralnega turističnega proizvoda kulturni turizem »365 dni Riviere« (Adria Vita d.o.o., 2012) je bilo definiranih šest glavnih prireditev na destinaciji Portorož in Piran:

- pustni karneval,
- wellness in gastronomija,
- riviera skozi stoletje,
- ples,
- glasba,

- božič in novo leto.

Pričakovani rezultati projekta:

- povečanje števila prihodov,
- povečanje števila prenočitev,
- promocija obeh destinacij, Portoroža in Opatije,
- nove možnosti zaposlitve in
- povečanje prihodka.

## Adriatic IPA Cross Border Cooperation 2007–2013: HERA – Turizem jadranske dediščine

Glavni cilj projekta je: »Vzpostavitev skupne čezmejnne platforme za upravljanje in spodbujanje trajnostnega turizma na območju Jadrana, ki temelji na skupni kulturni dediščini.« (Zadarska županija, 2015)

V projekt je vključenih 19 partnerjev iz osmih držav: Slovenija, Hrvaška, Italija, Srbija, Črna gora, Bosna in Hercegovina, Albanija in Grčija. Projekt je del programa IPA Adriatic Cross Border Cooperation 2007-2013. Vodilni partner je Zadarska županija. Turistično združenje Portorož, g.i.z. sodeluje kot partner Občine Piran, in sicer kot strokovnjak za promocijo. Vrednost celotnega projekta je 8.842.600,00 €, Občina Piran je pridobila 568.524,00 €. Projekt se zaključi 31. 3. 2016.

Izzivi projekta HERA so predvsem pomanjkanje celostnega upravljanja jadranske kulturne dediščine, nezadostno sodelovanje lokalnih skupnosti pri promociji skupne kulturne dediščine, visoka sezonskost turističnega povpraševanja, neenaka razvitost ponudbe jadranskih držav in pomanjkanje mednarodne promocije Jadrana kot edinstvene kulturne turistične destinacije.

Ostali cilji projekta so (Zadarska županija, 2015):

- izboljšanje, upravljanje in promocija kulturnega produkta,
- zmanjšanje sezonske odvisnosti turističnega povpraševanja,

- večje vključevanje lokalnih skupnosti v dejavnosti kulturnega turizma,
- vzpostavitev blagovne znamke HERA,
- vzpostavitev 12 kulturnih poti ter s tem povezanih turističnih produktov – vključitev destinacije Portorož in Piran v evropsko kulturno turistično pot ter skupno oblikovanje produktov,
- vzpostavitev 9 centrov za obiskovalce (virtualne, multimedijske predstavitve kulturne dediščine),
- obnovitev 12 spomenikov in
- izdelava Skupnega akcijskega načrta (Joint Action Plan) za upravljanje in standardiziranje kulturne dediščine Jadrana.

Projekt obsega tri delovne skupine: kulturna dediščina, izobraževanje in usposabljanje kadrov ter ozaveščanje in promocijske aktivnosti. Turistično združenje Portorož, g.i.z. je vključeno v skupino za ozaveščanje in promocijske dejavnosti. Skupina je analizirala primere dobrih praks in med osem izbranih vključila tudi Praznik olja in bledeža v Padni, ki ga že četrto leto zapored organizira združenje v sodelovanju z lokalno skupnostjo. Praznik olja in bledeža v Padni velja za enega boljših primerov dobrih praks s področja promocije (digitalna promocija). Turistična destinacija Portorož in Piran je s Praznikom olja in bledeža uspela združiti kulturni turizem (kulturna dediščina, kulinarika, aktivne počitnice), privabiti goste na podeželje izven sezone ter ohranila razmerje med ekonomskim in trajnostnim razvojem.

Cilji projekta na področju promocije so (Zadarska županija, 2015):

- skupna promocija premične in nepremične kulturne dediščine,
- promocija destinacije na osnovi storytellinga,
- priprava/oblikovanje avtentičnih spominov iz lokalnih materialov, multimedijskega gradiva, digitalna promocija, izdelava in-

teraktivnih in poučnih aplikacij za pametne telefone, tablice ter posebnega gradiva za otroke.

Aktivnosti občine Piran pri projektu so: koordinacija projekta, sodelovanje pri snovanju blagovne znamke HERA, sodelovanje na turističnih sejmih v Londonu, Madridu in Milanu, izdelava promocijskega multimedijskega gradiva, promocijskih brošur in drugega promocijskega gradiva. Najpomembnejša aktivnost je bila prenova Kulturnega doma Božidarja Jakca v Padni in nakup opreme za izvajanje promocije kulturne dediščine destinacije Portorož in Piran, ki obsega dejavnosti vse od kulinarike do umetnosti.

## Povzetek

Kulturni produkt je eden izmed produktov, ki lahko pomembno vplivajo na promocijo destinacije Portorož in Piran ter repositionirajo destinacijo na turističnem zemljevidu.

Kulturni produkt spodbuja ustvarjalnost, omogoča razvoj destinacije in prinaša ekonomsko korist.

Kulturni turizem zajema nepremično in premično kulturno dediščino ter kulturno krajino. Obenem kulturni turizem omogoča, da se turistična destinacija razvija kot destinacija 365 dni, saj so produkti kulturnega turizma obiskovalcu – turistu na voljo skozi vse leto.

Kulturni turizem v občini Piran je opredeljen v Strategiji turističnega razvoja občine Piran 2009-2015. (Hosting d.o.o., 2009)

Kulturni turizem na destinaciji Portorož & Piran je v začetni fazi razvoja, potrošnja je neznatna in število prenočitev zanemarljivo. V občini Piran oziroma na destinaciji Portorož in Piran ključni nosilec razvoja kulturnega turizma ni opredeljen. Nova strategija turističnega razvoja občine Piran mora določiti nosilca razvoja kulturnega turizma na destinaciji ter vir finančnih sredstev za razvoj kulturnega turizma.

Turistično združenje Portorož, g.i.z. je z namenom valorizacije kulturnega produkta na destinaciji in nadaljnjega razvoja kulturnega turizma sodelovalo oziroma sodeluje v dveh projektih, ki jih sofinancira EU za področje kulturnega turizma. V letu 2012 je združenje sodelovalo v projektu *365 dni Riviere*, ki se je zaključil 22. 12. 2012. Od leta 2014 pa združenje sodeluje v projektu *HERA – Turizem jadranske dediščine*. Cilji obeh pro-

jektov so: valorizacija kulturnega produkta, valorizacija lokalne skupnosti, promocija destinacije s pomočjo kulturnega turizma, desezonizacija s pomočjo kulturnega turizma, povečanje prihodka subjektov, neposredno in posredno vezanih na kulturni produkt, vzpostavitev koncepta vodilnih destinacijskih prirediteljev, vzpostavitev centrov za obiskovalce kulturne dediščine, razvoj kulturnih poti in obnovitev spomenikov.

## Summary

Cultural products are products that may have a significant impact on the promotion of the destination Portorož & Piran and can reposition the destination on the tourist map.

Cultural products encourage creativity and enable development of the destination and also have economic benefits.

Cultural tourism includes immovable and movable cultural heritage and cultural landscape. At the same time cultural tourism stimulates development of a tourist destination as a destination that attracts tourists throughout the year (365 days), as the products of cultural tourism are available through all year.

Cultural tourism in the Municipality of Piran is defined in the Strategy of tourism development of the Municipality of Piran 2009-2015. Cultural tourism of the destination Portorož & Piran is in the early stages of its development, the consumption and the number of overnight stays are negligibly low. In the Municipality of Piran and at the destination Portorož & Piran it is not defined who the main development actors of the cultural tourism should be. The new strategy of the tourism development in the Municipality of Piran should establish an institution that would be responsible for the development of cultural tourism. Furthermore, the new strategy should set the funding source that would enable the development of cultural tourism at the destination.

The Tourist Board Portorož participated and still participates in two projects financed by the EU in the field of cultural tourism with the purpose give the cultural product on the destination a value and to enable the development of cultural tourism. In 2012, the Tourist Board participated in the EU project called 365 days of the Riviera. Since 2014 the Tourist Board also takes part at the EU project HERA – Tourism of Adriatic Heritage. The objectives of the project are: valorisation of

the cultural product, valorisation of local communities, promotion of the destination through the cultural tourism, reducing the seasonality in tourism demand through the cultural tourism, increasing the revenue of the entities directly and indirectly connected to the cultural product, establishment a concept of leading destination events, establishment of visitors centres in the area of the cultural heritage, development of cultural routes and restoring monuments.

## Literatura

- Alpe Adria Vita d.o.o. *Strategija razvoja skupnega čezmejnega integralnega turističnega proizvoda kulturni turizem »365 dni Riviere«*. Ljubljana: Alpe Adria Vita d.o.o., 2012.
- Aureus d.o.o. *Problemska analiza stanja turizma na slovenski strani – riviera Portorož s poudarkom na kulturnem turizmu v okviru projekta z akronimom »365 dni riviere*. Izola: Aureus, 2011.
- Hosting d.o.o. *Strategija razvoja turizma v občini Piran 2009-2015. Integralni dokument*. Ptuj: Hosting d.o.o., 2009.
- Sedmak, G., Nemeč Rudež, H., Podovšovnik Axelsson, E., Baruca Zabukovec, P., Kociper, T., in Gržinič, N. *Tržna raziskava o turistih v Portorožu – Poletje 2011*. Portorož: Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije Turistica, 2011.
- Zadarska županija. *HERA – Tourism of Adriatic Heritage. Joint Action Plan*. Zadar: Zadarska županija, 2015.