

O 24 mestih tudi v mobilni aplikaciji



V projektu so sodelujoča mesta med drugim dobila maskote, na sredini stoji avtor Anton Buzeti. (Nataša Gider)

Projekt City cooperation je povezal 24 mest, ki so na robu svojih držav, a v središču Evrope. Glavni namen petletnih aktivnosti je privabiti v te kraje čim več turistov

NATAŠA GIDER

Mesta, ki so bila - in nekako še vedno so - na obrobju, hkrati pa so z odprtjem meja znotraj EU tudi v evropskem središču, so se povezala v projektu City cooperation - Vzpostavitev sodelovanja mest, predvsem z namenom povečati svojo prepoznavnost. Skupno 24 mest je bilo na ta način povezanih v petletnem projektu; v Sloveniji so bili to Beltinci, Gornja Radgona, Lenart, Lendava, Ljutomer, Murska Sobota, Ormož, Ptuj in Radenci, osem mest je bilo vključenih na obmejnih območjih v Avstriji (Bad Radkersburg, Fehring, Feldbach, Friedberg, Fürstenfeld, Gleisdorf, Hartberg in Weiz) in sedem na Madžarskem (Körmend, Lenti, Letenye, Óriszentpéter, Szentgotthárd, Vasvár in Zalalövő). Partnerji v slovenskem delu projekta so bili Razvojni center Murska Sobota, ZRS Bistra Ptuj in LTO Prlekija Ljutomer.

Projekt se je začel na pobudo osmih malih obmejnih mest v Avstriji, ki so želela okrepiti sodelovanje z obmejnimi mesti v Sloveniji in na Madžarskem. Na avstrijski strani so z medsebojnim sodelovanjem namreč že imeli pozitivne izkušnje in te so potem prenašali na mesta v drugih državah, je pojasnil župan mestne občine Murska Sobota **Anton Štihec**. To so tudi območja in kraji, ki so bili stoletja povezani gospodarsko, kulturno in še kako, dokler niso meje in različni režimi, ki so se vzpostavili v teh državah, za nekaj desetletij stikov tako ali drugače prekinili oziroma jih otežili, v zadnjih dveh desetletjih pa so se ti ponovno sprostili. Skozi projekt so želeli prepoznati skupne interese in produkte, "s katerimi bi postali kot širša regija, ne zgolj območje v eni ali drugi državi, temveč bolj prepoznavni", pravi Štihec. Glavni namen je privabiti v te kraje čim več turistov

oziroma obiskovalcev ter okrepiti ne le turistični, ampak tudi kulturni in gospodarski utrip.

Zlasti veliko korakov je bilo v petih letih trajanja projekta, ki se letos zaključuje, narejenih v turizmu, ker je to področje, na katerem se dobre prakse najlaže prenašajo, pravi Štihec. Razvojne agencije so bile odgovorne, da pripravijo manjše pilotne projekte, v katerih bo možno sodelovanje. Sledili so srečanja, izobraževanja, strokovne konference, izmenjave izkušenj, prireditve, ki so tako ali drugače povezale mesta, le-ta so se predstavljala v različnih okoljih, opravljena so bila študijska potovanja, vodenja po mestih in podobno, izdane so bile publikacije o teh mestih, izdelani promocijski filmi, zemljevidi mest, vodniki za obiskovalce. Že prvo leto je bil v projektu izdan koledar prireditev za vseh 24 mest. Med najpomembnejšimi dosežki, kar jih je prinesel projekt, Štihec izpostavi turistični marketing in mobilno aplikacijo za pametne telefone, v kateri obiskovalec lahko najde vse najpomembnejše informacije o posameznih mestih (in različnih storitvah v njih, na primer o namestitvah, glavnih prireditvah, gostinski ponudbi), in sicer v štirih jezikih. V strokovni javnosti je že slišati mnenje, da je to ta čas

Okrepiti turistični pa tudi kulturni in gospodarski utrip

ena najboljših aplikacij na slovenskem trgu, je povedal **Andrej Vršič** iz LTO Prlekija in dodal, da je bila njena izdelava zanje tudi največji organizacijski zalogaj v projektu, saj je bilo treba priskrbeti zelo veliko informacij in slikovnega gradiva.

Mesta so za večjo prepoznavnost dobila svoje maskote, ki se že pojavljajo na prireditvah. Ilustriral in sodeloval pri pripravi maskot za kostume je likovni pedagog in ilustrator **Anton Buzeti**, ki je z ilustracijami opremil tudi zemljevide mest. Maskote so dobile tudi svoje zgodbice, katerih avtorji so domači pravljicarji.

Milijon evrov za slovenski del

Projekt je sestavljen iz dveh delov: slovensko-avstrijskega, katerega vrednost je nekaj več kot 1,8 milijona evrov (za slovenski del je od tega bil namenjen dober milijon evrov, vsak od sodelujočih slovenskih partnerjev pa je za svoje aktivnosti prejel tretjino tega zneska), in avstrijsko-madžarskega, katerega vrednost je 1,4 milijona evrov (sodelovali so samo avstrijski in madžarski partnerji). Ves projekt je zahteval veliko usklajevanja in dogovarjanja, pri čemer so bili vzpostavljeni številni kontakti in bo sodelovanje v prihodnosti veliko lažje, menijo sodelujoči partnerji. Gre za enega od strateških projektov za vseh devet majhnih mest, ki sodelujejo na slovenski strani, saj prinaša produkte, ki jih ta mesta težko financirajo iz svojih proračunov, pravi **Danilo Čeh** iz **ZRS Bistra Ptuj**. Zato partnerji v projektu upajo na njegovo nadaljevanje - sedaj ga že pripravljajo in bo, če bo zanj zagotovljen denar, pomenil nadgradnjo dosedanjih aktivnosti.

Avstrija: Dobre izkušnje z darilnimi boni

Pod okriljem projekta City cooperation je bila izvedena promocija prodaje darilnega bona osmih mest, kar se je v Avstriji zelo dobro obneslo in bi se lahko, meni soboški župan **Anton Štihec**, razširilo tudi na slovenska in madžarska sodelujoča mesta. Prodali so namreč 4,5 milijona takšnih bonov vrednosti deset evrov. "Tako so dobili 45 milijonov evrov, ki so jih lahko vlagali v turistično, kulturno in še kakšno infrastrukturo," je dejal Štihec. Gre za bone, s katerimi je potem mogoče po nižji ceni obiskati na primer prireditve in dogodke ali jih unovčiti pri drugih ponudnikih. Študija izvedljivosti uvedbe takšnih bonov pri nas je pokazala, da so v termalnih kopališčih za kaj takega zelo zainteresirani, ni pa zanimanja na strani trgovskih centrov, je povedal **Andrej Vršič** iz LTO Prlekija, zato v naslednjem projektu, ki ga že pripravljajo, predvidevajo predvsem sodelovanje s termami in manjšimi butičnimi trgovinami ter drugimi manjšimi ponudniki.