



Tartinijev spomenik, Tartinijev trg (Piran)

STRATEGIJA ZA IZBOLJŠANJE ČEZMEJNEGA KULTURNEGA TURIZMA S POUDARKOM NA KLASIČNI GLASBI

KAZALO VSEBINE:

1. UVOD	5
1.1. OZADJE, NAMEN, STRUKTURA IN PROCES PRIPRAVE STRATEGIJE	5
1.2. UPORABLJENE METODE DELA.....	6
1.3. NAMEN IN CILJI STRATEGIJE.....	6
2. KULTURNI TURIZEM	7
2.1. OPREDELITEV KULTURNEGA TURIZMA IN TURIZMA KLASIČNE GLASBE	7
2.2. POGOJI ZA RAZVOJ KULTURNEGA TURIZMA KLASIČNE GLASBE NA ČEZMEJNEM OBMOČJU.....	9
2.3. MOTIVI ZA KULTURNI TURIZEM IN KLJUČNI ELEMENTI TURISTIČNIH STORITEV	10
2.4. OPREDELITEV KULTURNEGA TURISTA.....	11
3. ANALIZA STANJA	12
3.1. ANALIZA KULTURNEGA TURIZMA (KLASIČNE GLASBE) NA ČEZMEJNEM OBMOČJU	12
3.1.1. <i>Primorsko-notranjska regija</i>	12
3.1.2. <i>Obalno-kraška regija</i>	13
3.1.3. <i>Furlanija - Julijska krajina</i>	14
3.1.4. <i>Metropolitansko območje Benetke</i>	15
3.2. PONUDNIKI IN PONUDBA KULTURNEGA TURIZMA (KLASIČNE GLASBE).....	16
3.2.1. <i>Primorsko-notranjska regija</i>	16
3.2.2. <i>Obalno-kraška regija</i>	16
3.2.3. <i>Regija Furlanija-Julijska krajina</i>	17
3.2.4. <i>Metropolitansko območje Benetke</i>	17
3.3. PONUDBA TURIZMA IN GLASBE	17
3.3.1. <i>Ponudba turizma in glasbe v Primorsko-notranjski regiji</i>	17
3.3.2. <i>Ponudba turizma in glasbe v Obalno-kraški regiji</i>	18
3.3.3. <i>Ponudba turizma in glasbe v regiji Furlanija-Julijska krajina</i>	19
3.3.4. <i>Ponudba turizma in glasbe v Metropolitanskem območju Benetke</i>	20
4. NAMERE IN PRILOŽNOSTI ZA PRIHODNOST NA ČEZMEJNEM OBMOČJU	21
4.1. PROMOCIJA IN TRŽENJE KULTURNE DEDIŠČINE.....	21
4.2. UPRAVLJANJE IN SODELOVANJE MED SEKTORJI	23
4.3. IZOBRAŽEVANJE IN INTERPRETACIJA GLASBENE DEDIŠČINE	23

4.4.	SKLEP	24
5.	MEDNARODNA PRIMERJALNA ANALIZA	24
5.1.	DUNAJ – PRESTOLNICA GLASBE	24
5.1.1.	<i>Turistična ponudba klasične glasbe v Dunaju</i>	25
5.1.2.	<i>Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje</i>	25
5.2.	SALZBURG – MESTO MOZARTA	26
5.2.1.	<i>Turistična ponudba klasične glasbe v Salzburgu</i>	26
5.2.2.	<i>Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje</i>	27
5.3.	LEIPZIG – MESTO GLASBE	28
5.3.1.	<i>Turistična ponudba klasične glasbe v Leipzigu</i>	28
5.3.2.	<i>Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje</i>	28
5.4.	BONN – MESTO BEETHOVNA	29
5.4.1.	<i>Turistična ponudba klasične glasbe v Bonnu</i>	29
5.4.2.	<i>Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje</i>	29
5.5.	BERGEN – MESTO EDVARDA GRIEGA	30
5.5.1.	<i>Turistična ponudba klasične glasbe v Bergnu</i>	30
5.5.2.	<i>Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje</i>	30
5.6.	SKLEP PRIMERJALNE ANALIZE: ČEZMEJNO OBMOČJE V KONTEKSTU MEDNARODNIH PRAKS	31
5.6.1.	<i>Položaj Primorsko-notranjske regije v primerjavi z mednarodnimi praksami</i>	31
5.6.2.	<i>Položaj Obalno-kraške regije v primerjavi z mednarodnimi praksami</i>	32
5.6.3.	<i>Položaj Furlanije - Julijske krajine v primerjavi z mednarodnimi praksami</i>	32
5.6.4.	<i>Položaj metropolitanskega območja Benetke v primerjavi z mednarodnimi praksami na področju kulturnega turizma</i>	32
5.7.	ZAKLJUČEK: POTENCIAL ZA RAZVOJ GLASBENEGA TURIZMA NA ČEZMEJNEM OBMOČJU	33
6.	SWOT ANALIZA	34
6.1.	PREDNOSTI, SLABOSTI, PRILOŽNOSTI IN NEVARNOSTI, POVEZANE Z RAZVOJEM IN PROMOCIJO KULTURNEGA TURIZMA KLASIČNE GLASBE NA ČEZMEJNEM PROJEKTNEM OBMOČJU	34
6.1.1.	<i>Primorsko-Notranjska regija</i>	34
6.1.2.	<i>Obalno-kraška regija s poudarkom na občini Piran</i>	37
6.1.3.	<i>Furlanija - Julijska krajina</i>	39
6.1.4.	<i>Metropolitansko območje Benetke</i>	41

6.1.5 Skupne prednosti kulturnega in glasbenega turizma v štirih regijah (Primorsko-notranjska, Obalno-kraška, Furlanija - Julijska krajina, Benetke)	42
---	----

7. CILJI IN VIZIJA..... 44

7.1. VIZIJA.....	44
7.2. POSLANSTVO - ZAKAJ RAZVIJAMO TURIZEM IN KAJ NAS PRI TEM VODI?	44
7.3. VREDNOTE.....	45
7.4. CILJI	47

8. STRATEGIJA ZA URESNIČITEV CILJEV KULTURNEGA TURIZMA 49

8.1. STRATEGIJA - NAŠA POT	49
8.2. STRATEŠKI CILJI IN PODROČJA UKREPANJA	52
8.2.1. Strateško področje delovanja: Razvoj.....	52
8.2.2. Strateško področje delovanja: Promocija in trženje	54
8.2.3. Strateško področje delovanja: upravljanje	55
8.2.4. Strateško področje delovanja: izobraževanje	57

9. AKCIJSKI NAČRT 59

9.1. RAZVOJ.....	59
9.2. PROMOCIJA IN TRŽENJE	67
9.3. UPRAVLJANJE.....	74
9.4. IZOBRAŽEVANJE	75

10. VIRI 80

1. UVOD

1.1. Ozadje, namen, struktura in proces priprave strategije

Skupna strategija turizma je rezultat sodelovanja med partnerji, ključnimi deležniki (turističnimi in s turizmom povezanimi ponudniki) ter prebivalci. Njen cilj je **oblikovanje usmeritev za nadaljnji razvoj, določitev skupnih ciljev ter strateških projektov do leta 2030**.

Za oblikovanje strategije je bila v okviru projektnega partnerstva, ki so ga sestavljali Tržaški glasbeni konservatorij Giuseppeja Tartinija (vodilni partner projekta Tartini Bis), RRA Zeleni kras, Občina Piran – Pirano, Društvo pripadnikov italijanske narodne skupnosti v Sloveniji – Italijanska skupnost, Fundacija Luigi ter Glasbeni konservatorij Benedetta Marcella iz Benetk, vzpostavljena projektna skupina. Vsak partner je v skupino imenoval vsaj enega predstavnika, ki je bil odgovoren za izvajanje, koordinacijo in prilagajanje nalog v skladu z vnaprej dogovorjeno delitvijo dela.

Dokument je strukturiran v več ključnih sklopov:

- **povzetek skupne analize območja**, ki vključuje predstavitev območja s SWOT analizo in opredelitev ključnih razvojnih izzivov,
- **pregled primerov dobrih praks**,
- **strateški del**, kjer so opredeljeni vizija, poslanstvo in vrednote turizma v regiji,
- **razvojni model in ukrepi**, ki predstavljajo osrednji del strategije in vključujejo akcijski načrt z opredeljenimi štirimi fokusnimi področji delovanja,
- **akcijski del** opredeljuje **način izvajanja in vrednotenja strategije**.

Proces oblikovanja strategije čezmejnega kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi je zasnovan v več fazah in vključuje širok nabor deležnikov ter metodoloških pristopov. Pripravljalna faza zajema analizo obstoječega stanja kulturnega turizma v regiji, identifikacijo ključnih izzivov in priložnosti ter oblikovanje projektnega načrta. V tej fazi so bili določeni vizija, cilji in ključni akterji, ki sodelujejo v procesu. Med njimi so predstavniki turističnih organizacij, kulturnih ustanov, lokalnih skupnosti, akademskih institucij, glasbeniki, turistični ponudniki in drugi strokovnjaki. Njihova aktivna vloga zagotavlja vključujoč in trajnostno usmerjen pristop.

Pomemben del priprave strategije so bili tudi poglobljeni intervjuji s strokovnjaki, ki so prispevali svoje znanje in izkušnje za opredelitev konkretnih potreb ter razvoj novih turističnih produktov in doživetij, povezanih s klasično glasbo.

Na podlagi zbranih podatkov in analiz je bil pripravljen osnutek strategije, ki vključuje razvojne smernice, ukrepe in priporočila za trajnostni razvoj kulturnega turizma klasične glasbe. Osnutek

je bil predstavljen ključnim deležnikom, ki so podali povratne informacije in prispevali k njegovi izboljšavi.

Z oblikovano strategijo se postavljajo temelji za njeno izvajanje v praksi, pri čemer je ključno tesno sodelovanje vseh deležnikov. Proces ne vključuje le implementacije ukrepov, temveč tudi redno spremljanje napredka in prilagajanje strategije glede na ugotovitve in potrebe na terenu.

1.2. Uporabljene metode dela

Analiza ponudbe in povpraševanja v tem strateškem dokumentu temelji na **zbiranju primarnih podatkov**. Za ta namen smo izvedli **intervjuje** na različnih področjih kulturnega turizma.

Dodatne podatke smo pridobili iz **sekundarnih virov**, vključno s teoretičnimi izhodišči, informacijami s svetovnega spleta ter statističnimi bazami, relevantnimi za področje turizma (npr. SURS, ATLAS, EUROSTAT idr.).

Poleg tega smo analizirali ključne strateške dokumente in opisne podatke o destinacijah, znanih po ponudbi kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi. To nam je omogočilo izvedbo mednarodne primerjalne presoje (benchmarking).

1.3. Namen in cilji strategije

Namen strategije je analiza ponudbe in povpraševanja na področju storitev kulturnega turizma klasične glasbe na čezmejnem območju ter oblikovanje konkretnih predlogov za vsebinsko, organizacijsko in promocijsko krepitev tega segmenta turistične ponudbe.

Osredotočamo se na štiri ključne cilje:

1. Razvoj

Izboljšati in razširiti ponudbo kulturnega turizma s poudarkom na kakovosti, trajnosti in digitalizaciji kulturnih produktov in programov. Posebno pozornost namenjamo razvoju kulturnih vsebin, povezanih s Tartinijevo potjo, ki jih želimo oblikovati na trajnosten, digitalen in vključujoč način.

2. Promocija in trženje

Okrepiti promocijo in trženje kulturne ponudbe regije, s posebnim poudarkom na Tartiniju. Cilj je povečati prepoznavnost kulturne dediščine na čezmejnem območju, razviti učinkovite strategije digitalnega trženja ter vzpostaviti skupne promocijske aktivnosti, ki bodo okrepile mednarodno prepoznavnost destinacije.

3. Upravljanje

Okrepiti medsektorsko sodelovanje med turizmom, kulturo in kreativnimi industrijami ter okrepiti medregionalno sodelovanje na področju izobraževanja, razvoja, promocije in trženja kulturno-turističnih produktov.

4. Izobraževanje

Izboljšati interpretacijo kulturne dediščine klasične glasbe ter tesneje povezati glasbeni in turistični sektor. Cilj je:

- okrepiti komunikacijske veščine turističnih delavcev,
- spodbuditi sodelovanje med glasbenimi in turističnimi ustanovami,
- razviti izobraževalne programe za boljše razumevanje glasbene dediščine,
- oblikovati sodobne, interaktivne turistične izkušnje, ki bodo klasično glasbo predstavile na inovativen način ter prispevale k večji prepoznavnosti regije.

2. KULTURNI TURIZEM

2.1. Opredelitev kulturnega turizma in turizma klasične glasbe

Obstaja veliko definicij kulturnega turizma. Nekatere se osredotočajo na **ponudbo kulturnih znamenitosti in dogodkov**, druge na **izkušnje, ki jih kulturna ponudba omogoča turistu**. Vse pa poudarjajo ključno vlogo lokalnega prebivalstva pri posredovanju teh izkušenj turistom/obiskovalcem.

Evropska potovalna komisija (ETC – European Travel Commission) v Poročilu o turizmu in kulturi v mestih (WTO, City Tourism and Culture, 2005) razlikuje med zunanjim in notranjim krogom kulturnega turizma:

- **notranji krog** vključuje primarne elemente kulturnega turizma. Lahko jih razdelimo na dva dela, in sicer **dediščinski turizem**, ki se navezuje na dosežke preteklosti **in turizem umetnosti**, ki se poleg umetniških presežkov iz različnih obdobji navezuje tudi na sodobno kulturno produkcijo, torej na uprizoritvene in vizualne umetnosti, sodobno literaturo, glasbo in podobno;
- **zunanji krog** sestavljajo sekundarni elementi kulturnega turizma. Razdelimo jih na dva dela, in sicer **na življenjski slog**, ki povezuje prepričanja, običaje, kulinariko, folkloro in druge tradicije destinacije, ter na **kreativne industrije**, kot so moda, oblikovanje, film, mediji in zabava.

Dettmer in soavtorji (Dettmer et al, 2000) kulturni turizem opredeljujejo kot zvrst turizma, pri kateri je osnovni motiv potovanja zavestno in aktivno spoznavanje ter doživljanje kulture obiskanih krajev ali /in pridobivanje znanja. Med pojavne oblike kulturnega turizma sodijo: a) turizem v mestih, b) študijska potovanja, c) izobraževalna (predvsem priljubljena so jezikovna) potovanja in d) tematska

potovanja (sem sodi kot najmočnejša podzvrst verski turizem; priljubljena so tudi gastronomska, literarna, fotografska, umetnostnozgodovinska itd. ter tematske poti).

Strategija razvoja kulturnega turizma na Slovenskem izpostavlja paradoks kulturnega turizma. Kljub temu da opredeljujemo kulturno dediščino, tradicije in umetnost kot del turistične ponudbe (torej kot del gospodarskih dejavnosti), jo upravljajo po principih managementa kulture (torej ne v skladu z ekonomsko logiko). Prav tukaj leži razlog za tako različna mnenja in interese med upravljalci in lastniki; med upravljalci in uporabniki (obiskovalci, torej tudi turisti); in celo med posameznimi skupinami obiskovalcev (umetnostni in dediščinski objekti privabljajo več različnih ciljnih skupin: od razposajenih, glasnih šolskih otrok do umetnostnih sladokuscev, ki si želijo doživeti umetnine v miru). Da bi lahko v kulturnih prvinah uživali, jih je potrebno najprej vključiti v storitev kulturnega turizma in jih prilagoditi ciljni skupini, ki ji je storitev namenjena. Posamezna prvina kulturne ponudbe predstavlja namreč v sklopu turistične ponudbe le eno izmed »surovin«.

Morda prav v tej točki tiči **največji problem in paradoks uspešne ponudbe kulturnega turizma: povezati je treba dva sistema**, ki sta vajena razmišljati in delovati na popolnoma različen način: turizem odpira, privablja obiskovalce, trži, dela ponudbo privlačno, igrivo... in pri tem pogosto ne zna (ali pa nima interesa, da bi naredil, ker razmišlja kratkovidno le o kratkoročno čim višjem dobičku) zavarovati krajev in objektov, kamor privabi turiste, pred uničenjem (»žaga vejo, na kateri sedi«). Kultura ima diametralno nasprotno nalogo: kulturno dediščino želi zavarovati, jo ohranjati – to pa pomeni, da jo zavestno dela na neki način nedostopno (postavlja pogoje dostopnosti, ki so nujni za njeno ohranjanje): da jo zapre (med drugim) v muzej, ki ima omejen delovni čas, kjer je treba plačati vstopnino – s tem pa prepreči njeno nenehno dostopnost, jo nadzoruje in naredi s tem stik z njo »uradniški« (pazniki v muzejih in zaradi tega občutek obiskovalca, da je nadzorovan), kar naredi obisk kulture pogosto »(pre)resen«. (Multidisciplinarni raziskovalni inštitut Maribor 2009, str. 40).

Kulturni turizem v najširšem smislu (poleg turizma dediščine in umetnosti tudi turizem kulinarike in življenjskega sloga) je tudi najobsežnejši in najhitreje rastoči segment turizma v svetu, ki pa se v zadnjem času, vsaj na teoretični ravni, povezuje s trajnostno komponento.

Turizem klasične glasbe je oblika kulturnega turizma, katerega osrednji namen je doživetje in raziskovanje klasične glasbe ter njenih kulturnih in zgodovinskih povezav. To vključuje obisk koncertov, oper, festivalov, razstav in drugih dogodkov, povezanih z glasbeno dediščino. Turisti pogosto obiščejo tudi zgodovinske koncertne dvorane, muzeje in druge lokacije, ki so pomembne za razvoj in ohranitev klasične glasbe, s čimer se spodbuja medkulturni dialog in lokalni razvoj.

Kulturni turizem je širši pojem, ki vključuje tudi kulturni turizem klasične glasbe, pri čemer sta vsebinsko prepletena. To se odraža tudi v strategiji, kjer kulturni turizem zajema širši kontekst, znotraj katerega se umešča tudi turizem klasične glasbe.

2.2. Pogoji za razvoj kulturnega turizma klasične glasbe na čezmejnem območju

Skupna kulturna in glasbena dediščina

Območje, ki povezuje Slovenijo in Italijo, ima bogato tradicijo klasične glasbe, ki sega od vplivov Beneške republike do delovanja skladateljev, kot so Giuseppe Tartini, Antonio Vivaldi, Miroslav Vilhar, Fran Gerbič, Alojz Srebotnjak in drugi. Ta dediščina je lahko osnova za razvoj tematskih poti, festivalov in koncertnih doživetij.

Pomembne lokacije in zgodovinski prostori

Regija ponuja številne kulturno pomembne lokacije, kot so operne hiše, koncertne dvorane, gradovi, cerkve in palače, ki so lahko prizorišča za glasbene dogodke. Med njimi so Teatro La Fenice v Benetkah, gledališča in koncertne dvorane v Trstu in Vidmu, Tartinijeva hiša v Piranu, gradovi Snežnik, Prem in Predjamski grad.

Glasbeni festivali in prireditve

V regiji se že odvijajo številni uveljavljeni glasbeni festivali, kot so Tartini festival v Piranu, Mittelfest v Čedadu, Plavajoči grad v Loški dolini, Mednarodni festival mladih v Postojni in številni manjši komorni koncerti v zgodovinskih ambientih. Povezovanje teh festivalov v skupno promocijsko mrežo bi lahko povečalo njihovo mednarodno prepoznavnost.

Turistični produkti povezani s klasično glasbo

Obstoječo glasbeno dediščino je mogoče nadgraditi z inovativnimi turističnimi produkti, kot so:

- **Tematske glasbene poti** – na primer Tartinijeva pot med Piranom, Koprom, Trstom in Vidmom ali Vilharjeva glasbena pot v Primorsko-notranjski regiji.
- **Koncertna doživetja na avtentičnih lokacijah** – butični koncerti v grajskih sobanah, cerkvah in vilah.
- **Glasbeni turizem s participativno izkušnjo** – mojstrski tečaji, delavnice in interaktivne predstavitve klasične glasbe za turiste.
- **Digitalizacija in sodobne interpretacije** – uporaba virtualne in obogatene resničnosti za prikaz zgodovinskih glasbenih zgodb.

Sinergije z drugimi oblikami turizma

Klasično glasbo je mogoče učinkovito povezati z drugimi segmenti turizma:

- **Kulinarika in vino** – večerje s klasično glasbo v prestižnih vinskih kletah.
- **Naravni turizem** – koncerti na edinstvenih lokacijah, kot so Škocjanske jame, Postojnska jama ali obalni ambienti.
- **Zgodovinski turizem** – povezovanje glasbene dediščine s širšo kulturno zgodovino območja.

Možnosti izvajanja ponudbe

Za uspešno uresničitev kulturno-turistične ponudbe klasične glasbe so pomembni:

- **Čezmejno sodelovanje** – povezovanje turističnih in kulturnih institucij v skupne projekte in programe.
- **Financiranje in podpora** – vključitev v evropske projekte (Interreg, Creative Europe) za razvoj in promocijo ponudbe.
- **Krepitev promocije** – skupna strategija trženja, digitalna promocija in sodelovanje s specializiranimi turističnimi operaterji.
- **Izobraževanje in vključevanje lokalnih skupnosti** – spodbujanje lokalnega prebivalstva k aktivnemu sodelovanju pri ohranjanju in promociji glasbene dediščine.

S celovitim pristopom in povezovanjem zgoraj omenjenih elementov lahko čezmejna regija postane prepoznavna destinacija za kulturni turizem, temelječ na bogati glasbeni dediščini in inovativnih turističnih doživetjih.

2.3. Motivi za kulturni turizem in ključni elementi turističnih storitev

Svojevrsten pogled na motivacijo turistov prispeva Seaton (2002, 135 – 168). Trdi, da so segmentacije gostov pogosto nesmiselna navlaka, saj potujejo ljudje pogosto tudi zato, da lahko potem, ko se odtegnejo domačemu okolju, zaživijo svobodno in živijo **neko drugo vlogo**, od tiste, ki so je vajeni doma, zato **opogumi k oblikovanju posebnih identitet v času trajanja potovanja in po njem** – identitet, ki so skladne s to svobodo.

Igranje vlog je ključna tema, ki je prav posebej primerna za področje kulturno dediščinskega turizma: Kaj so turisti, ki vstopajo v muzej na prostem? In kaj so zaposleni na gradu, kjer strežejo ob srednjeveški pojedini? So sodobniki, ali pa se spremenijo v prebivalce srednjega veka? Seaton predlaga, **naj izhaja segmentacija iz enega samega principa, namreč iz kulturnega igranja vlog**, ki je širok in dovolj fleksibilen, da pokrije širok spekter turističnega vedenja in morda tudi integrira akademske perspektive, ki so bile pred tem pogosto v medsebojnem konfliktu.

V *Strategiji razvoja kulturnega turizma na Slovenskem* pa je poudarjeno, **da je pri načrtovanju (tudi kulturne) turistične ponudbe potrebno izhajati iz predvidenih motivov ključnih ciljnih skupin za takšna potovanja**. Če pogledamo, kdo so tipični potniki na teh potovanjih glede na starost, se izkaže, da je nabor zelo pester: po kulturi povprašujejo mladi, ljudje srednjih let in starejši (Multidisciplinarni raziskovalni inštitut Maribor 2009, str. 59).

2.4. Opredelitev kulturnega turista

Operativni načrt trženja kulturnega turizma Slovenije 2018–2020 opredeljuje kulturnega turista glede na motiv obiska. McKercher in Du Gros sta zastavila tipologijo kulturnega turizma, ki deli kulturne turiste glede na primarno motivacijo obiska in intenziteto doživljanja kulturno-turističnih izkušenj.

Evropska potovalna komisija (ETC – European Travel Commission) deli kulturne turiste v dva segmenta:

- **Turist, za katerega je kultura primarni motiv obiska.**
Kot celota je to homogeni segment, ki je nagnjen k odkrivanju. Ta tip turista išče globoko in vključujočo kulturno izkušnjo, rad raziskuje in za potovanje v primerjavi z drugimi turisti porabi več časa in sredstev. Ozaveščen je o trajnostnih vprašanjih in izraža skrb za okolje. Motivirajo ga specifični kulturni dogodki in festivali. Na destinacijo pride opremljen s širšim kulturnim znanjem in rad komunicira ter se odziva na okolico.
- **Turist, za katerega je kultura eden od motivov obiska.**
Motivacija teh turistov je, da se na potovanju naučijo nekaj novega, kar obogati njihovo življenje. Ta segment popotnikov uživa v kulturnih dejavnostih/dogodkih in/ali kulturni dediščini. Vendar kultura ni edini motivator za potovanje, visoko na lestvici so tudi preživljanje časa z družino, sproščanje in zabava. Večina daje prednost izobraževalnemu tipu počitnic, ki pa jih rada kombinira s prostočasnimi dejavnostmi. Pri nagovarjanju ciljnih skupin kulturnih turistov je potrebno upoštevati, da je del tega segmenta homogen in z izrazito kulturno motivacijo, medtem ko je drugi del teh turistov razpršen in mu kultura predstavlja enega od motivov potovanja oz. del potovalne izkušnje, torej odlično protiutež drugim vrstam turizma. (Nea Culpa 2017, str. 9).

Svetovne turistične statistike kažejo stalno rast turistične dejavnosti: vstopajo po eni strani vedno novi sloji turistov, po drugi pa prav tako nove destinacije, ki predstavljajo dodaten konkurenčni pritisk na vse, ki so bile na trgu dotlej. Za vse destinacije velja, da morajo ponuditi kakšno posebnost, ki postane odločujoča pri tehtanju potrošnikov, kateri cilj izbrati pri naslednjem potovanju. **Turistične destinacije morajo torej zmagati v konkurenčnem boju.** Veliko destinacij konkurira po principu množičnega turizma, kjer je odločujoči faktor izbora cena. **Destinacije pa, ki ne želijo vstopati v cenovno vojno, morajo vlagati v kakovost in iskati svojo konkurenčnost na področju izvirnosti, velike pestrosti ponudbe ali pa ponuditi kakšno posebnost – več od naštetega kot znajo ponuditi, boljša je njihova USP (Unique selling proposition; edinstvena prodajna prednost) in s tem tudi možnost, da so na trgu uspešni** (Multidisciplinarni raziskovalni inštitut Maribor 2009, str. 57,58).

3. ANALIZA STANJA

3.1. Analiza kulturnega turizma (klasične glasbe) na čezmejnem območju

3.1.1. Primorsko-notranjska regija

Primorsko-notranjska regija se ponaša z izrazito kulturno identiteto, prepleteno z edinstveno naravno in kulturno dediščino ter bogato glasbeno zgodovino. Kljub številnim potencialom in možnostim, kulturni turizem s poudarkom na klasični glasbi tu ni zelo razvit.

Strategija razvoja turizma destinacije Zeleni kras (2022–2027) temelji na trajnosti, varstvu narave in izboljšanju kakovosti življenja. Poudarja inovativnost ter krepitev odnosa prebivalcev do narave. Razvoj regije temelji na petih ključnih področjih: turistični produkti in podpora obiskovalcem, sodelovanje in mreženje, podpora ponudnikom, razvoj blagovne znamke Zeleni kras ter trženje in prodaja. Posebna pozornost je namenjena izboljšanju kulinarične ponudbe. Kulturni turizem ni v ospredju, a lahko dopolnjuje zeleni turizem.

Med najpomembnejšimi naravnimi znamenitostmi so Postojnska jama, Predjamski grad, grad Snežnik, Cerknjsko jezero in Pivška presihajoča jezera. Te lokacije nudijo edinstvene možnosti za organizacijo koncertov in drugih kulturnih dogodkov z dodano vrednostjo. Postojnska jama ima celo notranjo koncertno dvorano, ki bi jo bilo smiselno bolje izkoristiti in promovirati.

Na glasbenem področju so v regiji pomembne osebnosti, kot so: Miroslav Vilhar, Fran Gerbič in Alojz Srebotnjak. Njihova dediščina bi lahko bila dodatno vključena v turistične produkte. Regija že izvaja določene glasbene dogodke, med drugim Mednarodni mladinski glasbeni festival, v organizaciji Turističnega društva Postojna, ki ima priložnost za nadaljnji razvoj.

Ponudniki kulturnega turizma v regiji so predvsem lokalni muzeji, kulturne in turistične ustanove in društva. Pomembnejši ponudniki so: Notranjski muzej, Park vojaške zgodovine v Pivki in Pokrajinski muzej Koper (enota Ilirska Bistrica na Gradu Prem). Poleg tega v regiji deluje veliko kulturnih in turističnih društev, ki organizirajo manjše prireditve in festivale, predvsem v poletnih mesecih.

Kljub številnim priložnostim pa se regija sooča z več izzivi:

- slabša povezanost z javnim prevozom,
- omejene namestitvene zmogljivosti,
- pomanjkljiva infrastruktura za organizacijo večjih glasbenih dogodkov,
- premalo angažiranosti nekaterih pristojnih državnih institucij (npr. Zavod za varstvo kulturne dediščine Slovenije, premajhna ambicioznost nekaterih Občin za organizacijo kakovostnih kulturnih programov),

- pomanjkanje vizije na področju kulture in kulturnega turizma,
- pomanjkanje prevodov ponudbe v tuje jezike, omejena je tudi digitalizacija ponudbe,
- manko zaposlenih, predvsem strokovnjakov s področja oblikovanja produktov, trženja in oglaševanja,
- pomanjkanje regijsko usklajenih kulturno-turističnih produktov in paketov.

V prihodnosti se kljub naštetemu obetajo številne priložnosti. V načrtu so nove investicije v kulturno infrastrukturo (Kutinova hiša v Postojni, Kravanjeva hiša, Ravbarjev stolp in grad Prem), možnost pridobivanja evropskih sredstev ter oblikovanje izobraževalnih in kulturno-turističnih produktov, kar mora imeti v ozadju jasno regijsko vizijo. Vse to bi okrepilo povezovanje naravne in kulturne dediščine z glasbenimi dogodki ter povečalo obisk izven glavne turistične sezone.

Turistični trendi v regiji so pozitivni, zlasti glede prihodov in nočitev turistov. Ključni tuji trgi za regijo so Nemčija, Italija, Francija in države srednje Evrope (Poljska, Češka, Madžarska, Avstrija), gre pa v večji meri za sezonski turizem. Zato bi bilo smiselno prihodnje strategije usmeriti v razvoj specializiranih kulturno-turističnih produktov, ki bi omogočili daljše bivanje obiskovalcev skozi vse leto.

3.1.2. Obalno-kraška regija

Obalno-kraška regija, še posebej občina Piran, ima izrazito kulturno identiteto, ki temelji na mediteranski arhitekturi, bogati kulturni dediščini in glasbeni zapuščini Giuseppeja Tartinija. Kulturni turizem s poudarkom na klasični glasbi je tu bolje razvit kot v Primorsko-notranjski regiji, vendar kljub prepoznavnosti ostaja še veliko prostora za izboljšave.

Glasbena dediščina Giuseppeja Tartinija predstavlja osrednji steber kulturnega turizma v Piranu, ki ga je mogoče še bolje izkoristiti. Piran je drugo najbolj obiskano turistično mesto v Sloveniji in nosi naziv »Tartinijevo mesto«. V Tartinijevi rojstni hiši je zbirka predmetov, ki je redno dostopna javnosti, med katerimi je tudi Tartinijeva violina.

Najpomembnejši glasbeni dogodek v regiji je Tartini festival, ki poteka že več kot 20 let. Poleg tega pri oblikovanju kulturne ponudbe aktivno sodelujejo tudi Pomorski muzej Sergeja Mašere, Avditorij Portorož in Obalne galerije Piran.

Tudi Koper izstopa kot živahno središče klasične glasbe, ki vsako leto gosti številne koncerte, ki jih organizirajo različne lokalne kulturne ustanove, predvsem Društvo prijateljev glasbe, Glasbena šola Koper in v zadnjih letih tudi Župnija Koper. Stolnica Marijinega vnebovzeta je pridobila večje in bistveno zmogljivejše orgle in letno ponuja 5 do 7 orgelskih koncertov.

Kljub razmeroma dobri razviti ponudbi, se regija sooča z določenimi izzivi, med katere naštevamo:

- pomanjkanje specializirane celoletne kulturno-glasbene ponudbe,

- kratkoročno projektno financiranje dogodkov,
- omejeno digitalno trženje in prodaja ponudbe,
- pomanjkanje učinkovitega medsektorskega sodelovanja, ki bi omogočalo celovitejše upravljanje kulturnega turizma,
- razdrobljena promocija, ki otežuje dostopnost informacij o koncertih in dogodkih. Posledično morajo obiskovalci informacije o koncertih iskati pri različnih virih, kar zmanjšuje prepoznavnost dogodkov ter njihov splošni vpliv na mesto in glasbeni turizem.

Obenem pa se kažejo številne priložnosti za prihodnost:

- oblikovanje premium turističnih produktov za zahtevnejše obiskovalce,
- razvoj skupnega koledarja dogodkov kot integralnega dela destinacijskega managementa,
- izboljšano digitalno trženje in intenzivnejša uporaba družbenih omrežij za večjo prepoznavnost Pirana kot kulturne destinacije,
- nadaljnji razvoj blagovne znamke »Tartini« (npr. Tartini 330 let, Odkrijte Tartinijo), kar predstavlja priložnost za krepitev identitete regije v mednarodnem prostoru.

Turistični trendi v Obalno-kraški regiji kažejo hitro okrevanje po pandemiji. Število prihodov in nočitev se je do leta 2023 vrnilo na raven iz leta 2019, pri čemer večino gostov predstavljajo tuji obiskovalci, predvsem iz Avstrije, Italije, Nemčije in Madžarske. Kljub temu ostajajo pomemben segment tudi domači gostje, ki lahko z ustrezno ponudbo zapolnijo obdobja zunaj glavne turistične sezone. Zato bi bilo smiselno razviti produkte, ki bi podaljšali sezono in hkrati pritegnili nove, zahtevnejše segmente obiskovalcev, še posebej tiste z izrazitim interesom za kulturno dediščino in klasično glasbo.

3.1.3. Furlanija - Julijska krajina

Furlanija - Julijska krajina ima zaradi svoje zgodovine in geografske lege poseben status stičišča različnih kultur in identitet, kar ji daje bogato kulturno dediščino ter velik potencial za nadaljnji razvoj kulturnega turizma, še posebej s poudarkom na klasični glasbi.

Regija ponuja raznolike oblike turizma: alpski, morski, zgodovinski in kulturni turizem. Kulturna dediščina ima v tem okolju osrednjo vlogo, med ključnimi znamenitostmi pa izstopajo mesta, kot so: Oglej (Aquileia), Trst (Trieste), Gorica (Gorizia), Videm (Udine) in grad Miramar (Miramare). Kulturni turizem se je v regiji izkazal za odpornega na krize, saj so se obiski kulturnih znamenitosti do leta 2023 že presegli raven iz leta 2019.

Regija se ponaša z razvitim kulturnim in glasbenim dogajanjem – opernimi hišami, koncertnimi dvoranami ter številnimi festivali klasične glasbe. Trst in Videm redno gostita pomembne glasbene dogodke, ki privabljajo mednarodne obiskovalce. Posebej pomemben kulturni objekt

je grad Miramar, ki letno privabi več kot milijon obiskovalcev, kar ponuja odlično priložnost za dodatno povezovanje s klasično glasbo.

Kljub močni kulturni identiteti pa regija nima celovito integrirane kulturne ponudbe v enotno destinacijsko strategijo, kar omejuje njeno promocijo in konkurenčnost. Slaba koordinacija med posameznimi kraji in ponudniki zmanjšuje sinergijske učinke. Prav tako manjka ponudba, ki bi sistematično povezovala kulturne dogodke z ostalimi turističnimi storitvami (npr. kulinariko, nastanitvami in prevozi). Vendar regija ponuja številne priložnosti za nadaljnji razvoj. Možen je razvoj skupnih, regijsko usklajenih kulturno-turističnih produktov in paketov, ki bi povezovali različna območja regije v celovito ponudbo. Poleg tega obstajajo možnosti za črpanje evropskih sredstev za razvoj infrastrukture in za izboljšanje koordinacije med ponudniki.

Trend turističnih prihodov in nočitev v regiji je pozitiven in kaže na postopno okrevanje po pandemiji COVID-19. Leta 2023 je bilo zabeleženih 3,5 milijona prihodov in več kot 9 milijonov prenočitev, pri čemer je delež tujih turistov ponovno dosegel raven iz leta 2019. Najpomembnejši trgi so Italija, Nemčija, Avstrija in Slovenija, pri čemer Italijani predstavljajo večino obiskovalcev. Za nadaljnji razvoj kulturnega turizma bo ključna usmeritev v privabljanje zahtevnejših mednarodnih gostov, podaljševanje povprečne dolžine bivanja ter ustvarjanje trajnostnih turističnih produktov, ki bodo omogočili obisk skozi vse leto.

3.1.4. Metropolitansko območje Benetke

Benetke so ena izmed globalno najbolj prepoznavnih kulturnih in turističnih destinacij, ki slovi predvsem po svoji izjemni zgodovinski in kulturni dediščini. Pomembno vlogo v kulturnem turizmu mesta igra tudi klasična glasba, ki je integralni del kulturne identitete Benetk.

Mesto slovi po opernih in simfoničnih koncertih, še posebej pa po zgodovinskem gledališču La Fenice, ki je osrednja kulturna institucija za klasično glasbo. Leta 2023 se je dogodkov v gledališču La Fenice udeležilo skupaj 138.885 obiskovalcev, od tega največ obiskovalcev na lirskih koncertih (70.420), sledijo simfonični koncerti (40.090). Poleg koncertov so priljubljeni tudi vodeni ogledi gledališča, ki jih je v letu 2023 obiskalo 210.926 ljudi.

Benetke imajo dobro razvito kulturno ponudbo, ki vključuje številne muzeje in galerije. Leta 2023 je skupno število obiskov muzejev preseglo 2,2 milijona, s čimer je celo preseglo raven iz leta 2019. Večji muzeji (z več kot 100.000 obiskovalci) beležijo glavnino teh obiskov, vendar tudi manjši muzeji izkazujejo stabilno rast in prispevajo k raznoliki kulturni ponudbi.

Kljub bogati kulturni ponudbi pa se Benetke soočajo s ključnimi izzivi, predvsem s preveliko koncentracijo turizma in zelo kratkim povprečnim časom bivanja obiskovalcev, ki je v letu 2023 znašal le 2,23 noči. Mesto ostaja destinacija kratkoročnih obiskov, kar omejuje razvoj bolj poglobljenega kulturnega turizma. Za nadaljnji razvoj obstajajo številne priložnosti, predvsem v oblikovanju specializiranih kulturno-turističnih produktov, ki bi povezovali koncertno ponudbo z zgodovino glasbe v mestu. Veliko priložnost predstavlja nadaljnja promocija

gledališča La Fenice, ki ima močno globalno prepoznavnost, pa tudi širitev specializiranih kulturno-glasbenih paketov, namenjenih zahtevnejšim obiskovalcem. Digitalizacija in boljše ciljno trženje teh produktov bi lahko dodatno izboljšalo rezultate in pripomoglo k povečanju dolžine bivanja v mestu.

Turistični trendi kažejo, da se je število prihodov v letu 2023 približalo ravni pred pandemijo (skupaj 12,6 milijona prihodov, 86 % tujih gostov). Največ obiskovalcev prihaja iz Združenih držav Amerike, Francije, Velike Britanije in Nemčije, vendar italijanski gostje ostajajo pomemben segment obiskovalcev mesta. Strategije razvoja kulturnega turizma bi morale biti usmerjene predvsem v daljše bivanje in bolj poglobljeno doživljanje kulturne dediščine Benetk, s čimer bi mesto razbremenili masovnega, kratkotrajnega obiska in dosegli trajnostnejši razvoj kulturnega turizma.

3.2. Ponudniki in ponudba kulturnega turizma (klasične glasbe)

3.2.1. Primorsko-notranjska regija

V Primorsko-notranjski regiji je največji in najbolj prepoznaven ponudnik Postojnska jama, ki zaradi mednarodne prepoznavnosti privablja številne obiskovalce. Kljub temu doslej še ni sistematično izkoristila možnosti vključitve klasične glasbe v svojo ponudbo. Pomembno vlogo imajo tudi Predjamski grad, Park vojaške zgodovine v Pivki, grad Snežnik, grad Prem in Center za obiskovalce Cerkniško jezero. Na kulturnem področju so dejavni Notranjski muzej Postojna, lokalna društva in kulturne ter turistične ustanove, ki večinoma organizirajo manjše dogodke in koncerte, pa tudi festivale, ki so pogosto sezonskega značaja. Prav tako velja omeniti lokalna kulturna in turistična društva, katerih ponudba dogodkov je pogosto odvisna od lokalnih pobud in prostovoljstva.

3.2.2. Obalno-kraška regija

V Obalno-kraški regiji so glavni ponudniki kulturnih vsebin povezani predvsem z glasbeno dediščino Tartinija in kulturno dediščino Pirana. Pomembni akterji so Avditorij Portorož, ki organizira ugledni Tartinijev festival, ter Pomorski muzej Sergeja Mašere, ki upravlja Tartinijevo hišo.

Med osrednje kulturne ustanove v regiji sodijo še Obalne galerije Piran, Kulturni dom Izola, protokolarna dvorana Svetega Frančiška v Kopru in Pokrajinski muzej Koper, kjer koncerte organizira Društvo prijateljev glasbe. Kulturna društva in turistična združenja v regiji prispevajo predvsem z manjšimi dogodki, ki se večinoma organizirajo v poletnih mesecih in obiskovalcem omogočajo pristno izkušnjo lokalne kulture.

3.2.3. Regija Furlanija-Julijska krajina

Furlanija - Julijska krajina ima širok spekter ponudnikov kulturnih in glasbenih vsebin. Najpomembnejši ponudniki so Teatro Verdi v Trstu, Kulturni center in koncertne dvorane v Vidmu, grad Miramare in številne kulturne ustanove v mestih Oglej (Aquileia), Gorica (Gorizia), Čedad (Cividale del Friuli) in Palmanova. Glasbena ponudba vključuje predvsem opere, simfonične koncerte ter različne glasbene festivale. Pomembno vlogo imajo tudi lokalna društva, ki skozi celo leto organizirajo manjše glasbene prireditve in prispevajo k pestri in raznovrstni kulturni ponudbi. Posebno pozornost si zaslužijo poletni koncerti na prostem, ki jih prirejajo v Trstu in okolici.

3.2.4. Metropolitansko območje Benetke

Ponudniki klasične glasbe v metropolitanskem območju Benetk so večinoma skoncentrirani v samem mestu Benetke, pri čemer izstopa znamenito gledališče La Fenice, ki privablja mednarodno občinstvo na lirske in simfonične koncerte. Poleg njega imajo pomembno vlogo Beneški kulturni center, različne koncertne dvorane ter številni manjši muzeji in ustanove, ki organizirajo komorne koncerte in glasbene dogodke.

Poleg prestižnih koncertov v La Fenice pomemben del glasbene ponudbe predstavljajo tudi dogodki, ki jih prirejajo manjše ustanove in društva, pogosto v zgodovinskih palačah ali cerkvah. Ponudba je izjemno raznolika in prilagojena različnim skupinam obiskovalcev, od množičnega turizma do zahtevnejših turistov, ki iščejo ekskluzivne glasbene dogodke.

Ena največjih prednosti metropolitanskega območja Benetk je njegova mednarodna prepoznavnost ter bogata glasbena dediščina, ki omogoča razvoj specializiranih turističnih produktov s področja klasične glasbe. Izjemna gostota kulturnih institucij in dogodkov omogoča oblikovanje različnih turističnih paketov, prilagojenih tako za kratkotrajne kot daljše obiske, odvisno od ciljnega segmenta gostov.

3.3. Ponudba turizma in glasbe

3.3.1. Ponudba turizma in glasbe v Primorsko-notranjski regiji

Primorsko-notranjska regija je prepoznavna po svoji pestri turistični ponudbi, ki jo obogatijo tudi glasbeni dogodki, trenutno še večinoma sezonske narave. Med največje turistične atrakcije, ki lahko vključujejo glasbene dogodke, spadajo predvsem Postojnska jama, Predjamski grad, grad Snežnik, grad Prem in Cerkniško jezero. Te lokacije že služijo kot prizorišča za manjše koncerte in imajo velik potencial za razširitev v bolj sistematično organizirane dogodke klasične glasbe.

V regiji uspešno deluje Mednarodni mladinski glasbeni festival v Postojni, ki predstavlja dobro osnovo za nadaljnji razvoj in promocijo. Mednarodni mladinski glasbeni festival v Postojni se je

začel leta 1994 in ga organizira Turistično društvo Postojna. Festival je zasnovan kot kulturno sodelovanje med narodi, kjer mladi glasbeniki iz različnih kultur in držav izmenjujejo izkušnje in nastopajo skupaj. Predstave potekajo na različnih lokacijah v Postojni (npr. dvorana Postojnske glasbene šole, cerkev svetega Štefana, na ploščadi pred vhodom v Postojnsko jamo, Predjamski grad).

Poleg tega potekajo še trije tradicionalni festivali:

- Plavajoči grad v Loški dolini je edinstven festival, na katerem se vsako leto sredi poletja na gradu Snežnik srečajo glasbeniki s skoraj vseh celin. Ethno Histeria World Orchestra med delavnicami intenzivno vadi in soustvarja program, ki ga nato predstavijo občinstvu. Plavajoči grad vključuje več kot 200 koncertov, predstav in drugih umetniških dogodkov na različnih vizualnih prizoriščih v osrčju parka Snežnik. Dogajanje običajno traja štiri dni in tri noči. Gavni organizator je Društvo Ljubiteljev Gradu Snežnik, za program skrbi KD Matita, MCLU Koper in pridruženi prostovoljci, festival nastaja ob podpori Občine Loška dolina.
- Mednarodni festival kitare v Postojni, ki ga od leta 1993 organizira Društvo Kitarza, je nastal z namenom promocije kitarske glasbe ter zagotavljanja priložnosti za izobraževanje in izmenjavo izkušenj med mladimi glasbeniki in priznanimi mojstri. Z leti je postal eden najpomembnejših kitarskih festivalov v Sloveniji in širše. Festival vključuje koncerte, delavnice in predavanja ter intenzivne tečaje za poglobljanje znanja in veščin igranja kitare, ki se zaključijo z nastopom udeležencev.
- Festival Reka v občini Ilirka Bistrica povezuje mesta ob reki Reki s klasično glasbo. Kljub temu pa v regiji primanjkuje večjih, redno organiziranih glasbenih dogodkov, ki bi bili umeščeni v turistične pakete in bi se dopolnjevali z drugimi turističnimi storitvami, kot so kulinarična doživetja, nastanitve in ogledi naravnih znamenitosti.

Razvoj glasbeno-turističnih produktov nudi velike možnosti, zlasti s koncerti na izjemnih lokacijah, kot so jame, gradovi ali ob jezerih. Takšni dogodki bi znatno povečali privlačnost regije in podaljšali obiske. V razvoj bi bilo smiselno vključiti tudi butične, specializirane glasbene prireditve, ki bi bile tesno povezane s širšo turistično ponudbo, vključno s kulinaričnimi izkušnjami, nastanitvami in izobraževanjem. Za dolgoročno privlačnost bi bilo ključno oblikovati sistematične kulturno-turistične pakete, ki bi vključevali zgodbe lokalnih glasbenikov (npr. Miroslav Vilhar, Fran Gerbič, Alojz Srebotnjak) in lokalno kulturno dediščino, kar bi regijo dodatno umestilo na turistični zemljevid kot destinacijo kulturnega turizma klasične glasbe.

3.3.2. Ponudba turizma in glasbe v Obalno-kraški regiji

Obalno-kraška regija ima bogato kulturno-glasbeno ponudbo, ki temelji na zgodovinski dediščini Giuseppeja Tartinija in številnih glasbenih dogodkih, ki se odvijajo predvsem v Piranu in Portorožu. Osrednji dogodek na področju klasične glasbe predstavlja Tartinijev festival, ki že

več kot dve desetletji privablja ugledne domače in tuje glasbenike. Festival redno sodeluje z mednarodno priznanimi izvajalci in pomembno prispeva k turistični prepoznavnosti regije.

Poleg Tartinijevega festivala regija ponuja tudi vrsto manjših dogodkov, ki jih organizirajo različna kulturna društva in ustanove. Med ponudnike glasbeno-kulturnih dogodkov sodijo Avditorij Portorož, Pomorski muzej Sergeja Mašere (Tartinijeva hiša), Obalne galerije Piran ter posamezna kulturna društva in turistične organizacije. Glasbeni dogodki potekajo večinoma v poletnih mesecih, kar pomeni, da je ponudba sezonska, medtem ko v preostalih obdobjih leta primanjkuje specializiranih glasbenih dogodkov.

Tudi v Kopru je glasbena ponudba široka, a pomanjkljivo organizirana. Mesto gosti številne letne dogodke, ki jih pripravljajo lokalne kulturne ustanove, glasbene šole in društva. Ti dogodki imajo zvesto občinstvo, vendar jim manjka enotna blagovna znamka, ki bi jih naredila mednarodno prepoznavne.

Po zadnjih podatkih so med najbolj priljubljenimi prireditvami orgelski koncerti v koprski stolnici, ki v povprečju privabijo 300 obiskovalcev. Protokolarna dvorana Svetega Frančiška gosti raznolik program, pri čemer posamezni koncerti pritegnejo med 50 in 200 obiskovalcev. Številni dogodki potekajo v Pokrajinskem muzeju Koper, ki ponuja nišne koncerte s povprečno 60 -120 obiskovalci. Med najbolj obiskanimi dogodki (do 300 gledalcev) sta cikel »Grande« za pihala in otroški koncerti »Vivace«.

Zaradi visoke turistične privlačnosti Pirana in širšega istrskega območja obstajajo dobre priložnosti za razvoj premium turističnih produktov, ki bi lahko vključevali ekskluzivne koncerte, vodene ogleda in druge kulturne dogodke z dodano vrednostjo. Regija je prav tako primerna za oblikovanje kulturno-glasbenih paketov, ki bi vključevali tudi kulinarične in wellness vsebine, s čimer bi se dodatno obogatila turistična ponudba in podaljšala povprečna dolžina bivanja turistov.

Ena ključnih razvojnih nalog regije je oblikovanje stabilne celoletne ponudbe, ki bi presegala obstoječo sezonskost. Poudarek bi moral biti na oblikovanju celovitega kulturnega programa, ki bi bil strateško povezan z obstoječimi naravnimi in kulturnimi znamenitostmi, kot so Tartinijev trg, Tartinijeva hiša, gradovi in cerkve v okolici. Digitalizacija, usklajena komunikacija in aktivnejše trženje na mednarodnih trgih bi lahko bistveno okrepili prepoznavnost regije kot kulturne destinacije, ki uspešno združuje klasično glasbo s turistično ponudbo.

3.3.3. Ponudba turizma in glasbe v regiji Furlanija-Juljska krajina

Furlanija-Juljska krajina ponuja izjemno raznoliko turistično ponudbo, ki zajema alpska in obmorska območja ter bogato kulturno in zgodovinsko dediščino, pri čemer ima glasbeni turizem pomembno vlogo. Klasična glasba predstavlja pomemben del kulturne identitete regije, kar potrjujejo številne institucije in dogodki, ki privabljajo tako domače kot tuje obiskovalce.

Med ključnimi ponudniki kulturnih in glasbenih vsebin v regiji so Tržaško operno gledališče, koncertne dvorane v Vidmu, pa tudi zgodovinske znamenitosti, kot je grad Miramar, kjer pogosto potekajo koncerti klasične glasbe. Regija redno organizira številne glasbene festivale in koncerte, ki so mednarodno prepoznavni in privabijo številne obiskovalce, predvsem v poletni sezoni.

Regija se ponaša tudi z bogato kulturno-zgodovinsko dediščino, ki privablja množice turistov. Najbolj obiskani lokaciji sta grad Miramar in mesto Trst, ki skupaj letno privabita več kot milijon obiskovalcev. Ti predstavljajo velik potencial za povezovanje kulturnega turizma s ponudbo klasične glasbe.

Poleg osrednjih kulturnih središč regijo zaznamuje tudi decentralizirana ponudba glasbenih dogodkov, med katerimi izstopajo poletni dogodki na prostem. Regija razpolaga z dobro razvito infrastrukturo in organizacijsko mrežo, ki zagotavlja visoko kakovost glasbenih dogodkov, vendar pa je sodelovanje med posameznimi kraji in ustanovami še vedno premalo sistematično.

Za nadaljnji razvoj ponudbe bi bilo smiselno okrepiti koordinacijo med kulturnimi in turističnimi institucijami ter oblikovati integrirane turistične pakete, ki bi poleg glasbenih dogodkov vključevali tudi nastanitve, kulinariko ter druge aktivnosti. Posebno priložnost predstavlja oblikovanje specializiranih glasbeno-kulturnih itinerarjev, ki bi obiskovalcem omogočili še bolj celostno doživetje regije.

3.3.4. Ponudba turizma in glasbe v Metropolitanskem območju Benetke

Metropolitansko območje Benetke je eno pomembnejših kulturnih in turističnih središč na svetu, kjer ima kulturni turizem, zlasti klasična glasba, pomembno vlogo.

Glasbena ponudba v mestu je izjemno raznolika, saj vključuje tako množične kot ekskluzivne premium dogodke. Glavni nosilec glasbene ponudbe je svetovno znano gledališče La Fenice, ki vsako leto privabi številne domače in mednarodne obiskovalce. Pomemben del glasbene ponudbe so tudi vodeni ogledi gledališča.

Ponudbo klasične glasbe dodatno bogatijo številni koncerti, ki potekajo v zgodovinskih palačah, cerkvah in drugih zgodovinskih lokacijah v Benetkah. Ti dogodki privabljajo predvsem zahtevnejše obiskovalce, ki iščejo ekskluzivne kulturne in glasbene izkušnje.

V prihodnosti bi bilo koristno povečati integracijo glasbenih dogodkov z drugimi turističnimi storitvami in pripraviti ciljno usmerjene kulturno-glasbene pakete, ki bi spodbujali daljše bivanje v mestu.

4. Namere in priložnosti za prihodnost na čezmejnem območju

Čezmejno območje, ki vključuje **Primorsko-notranjsko regijo, Obalno-kraško regijo, Furlanijo - Julijsko krajino in Metropolitansko območje Benetke**, ima bogato kulturno dediščino in potencial za razvoj celovite kulturno-turistične ponudbe s poudarkom na klasični glasbi. Glavni cilj razvoja je izboljšati in razširiti kulturni turizem ter okrepiti kakovost, trajnost in digitalizacijo kulturnih produktov. Ključno pri tem je povezovanje kulturnih in naravnih znamenitosti s koncertnimi dogodki ter uporaba **Tartinijeve poti** kot osrednjega koncepta za valorizacijo glasbene dediščine.

Primorsko-notranjska regija že razvija investicije v kulturno infrastrukturo (Kutinova hiša v Postojni, Kravanjeva hiša, Ravbarjev stolp, grad Prem), kar odpira možnosti za ustvarjanje novih kulturno-turističnih programov. Nadaljnji razvoj **Mednarodnega mladinskega glasbenega festivala** in organizacija glasbenih dogodkov na edinstvenih lokacijah, kot so Postojnska jama, Cerkniško jezero in grad Snežnik, lahko okrepijo regijo kot trajnostno kulturno destinacijo.

Obalno-kraška regija, zlasti Piran, ima edinstveno priložnost za nadgradnjo kulturnega turizma s poudarkom na **Tartinijevi dediščini**. Razvoj premium ponudbe, ki vključuje **kombinacijo glasbenih dogodkov, kulturnih doživetij, kulinarike in wellness turizma**, lahko pritegne zahtevnejše obiskovalce. Bolj sistematično povezovanje glasbenih dogodkov s turističnimi storitvami ter digitalizacija ponudbe lahko regijo pozicionirata kot vodilno destinacijo kulturnega turizma v širši regiji.

Furlanija-Julijska krajina že razpolaga s številnimi pomembnimi kulturnimi institucijami (Teatro Verdi, grad Miramare, koncertne dvorane v Vidmu), vendar ostaja potreba po močnejši integraciji kulturne dediščine v razvoj trajnostnih turističnih produktov. Oblikovanje skupnih **kulturno-turističnih paketov** ter večja prepoznavnost glasbenih festivalov bi lahko bistveno prispevala k povečanju privlačnosti regije skozi vse leto.

Metropolitansko območje Benetke zaradi svoje globalne prepoznavnosti ponuja idealne pogoje za razvoj premium kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi. Nadaljnje promoviranje **gledališča La Fenice**, povezovanje glasbenih dogodkov s turističnimi storitvami ter razvoj inovativnih digitalnih rešitev za izboljšanje uporabniške izkušnje so ključni koraki za prihodnost.

4.1. Promocija in trženje kulturne dediščine

Eden ključnih ciljev je **povečanje prepoznavnosti kulturne ponudbe** na čezmejnem območju s poudarkom na **Tartiniju kot skupnem elementu promocije**. Za doseg tega cilja je nujno izboljšati promocijske strategije, okrepiti digitalno prisotnost na mednarodnih trgih ter razviti inovativne pristope k trženju kulturnega turizma.

Ključne promocijske strategije:

- **Tartinijeva pot kot osrednja rdeča nit promocijskih kampanj**
 - Tartinijeva dediščina lahko poveže vsa štiri čezmejna območja skozi glasbene dogodke, muzeje, tematske sprehode in interaktivne digitalne vsebine.
 - Oblikovanje skupne blagovne znamke »Tartinijeva pot« in vizualne podobe, ki bo uporabljena v vseh promocijskih kampanjah.
 - Razvoj kulturno-turističnih produktov, ki vključujejo obiske krajev, povezanih s Tartinijem, koncerte in delavnice klasične glasbe.
- **Vzpostavitev enotnega čezmejnega koledarja dogodkov**
 - Skupno trženje kulturnih produktov bo prispevalo k večji prepoznavnosti posameznih dogodkov in destinacij.
 - Vzpostaviti je treba spletno platformo ali mobilno aplikacijo s pregledom vseh kulturnih dogodkov na čezmejnem območju.
 - Spodbujanje medsebojnega oglaševanja med regijami za povečanje števila obiskovalcev in podaljšanje dolžine bivanja turistov.
- **Digitalna promocija in ciljano oglaševanje**
 - Krepitev prisotnosti na družbenih omrežjih (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) s sodobnimi promocijskimi pristopi, kot so video vsebine, virtualni ogledi in interaktivne zgodbe.
 - Razvoj mobilne aplikacije s turističnimi vodiči, digitalnimi izkušnjami (AR/VR) in dostopom do ekskluzivnih vsebin.
 - Uporaba ciljanega spletnega oglaševanja (Google Ads, Facebook Ads) za nagovarjanje specifičnih segmentov turistov (mlajši popotniki, ljubitelji klasične glasbe, kulturni turisti).
- **Sodelovanje z vplivneži in mediji**
 - Sodelovanje s kulturnimi bloggerji, glasbenimi kritiki in digitalnimi ambasadorji, ki lahko promovirajo regijo kot kulturno destinacijo.
 - Organizacija press tripov za tuje novinarje in vplivneže, da obišejo kulturne dogodke in destinacije ter delijo svojo izkušnjo z globalno publiko.
 - Priprava večjezičnih promocijskih vsebin (članki, videi, intervjuji) za mednarodne kulturne in turistične medije.

Boljša promocija bi prispevala k podaljšanju povprečne dolžine bivanja obiskovalcev in povečanju števila obiskov izven glavne turistične sezone ter bolj uravnoteženemu razvoju kulturnega turizma v celotnem čezmejnem območju. Izboljšala bi seveda tudi prepoznavnost identitete obravnavanega območja, okrepila skupne točke in prepoznavnost različnih ponudnikov ter dosegla širši krog potencialnih turistov, predvsem mlajših, ki so bolj vešči in naklonjeni uporabi digitalnih tehnologij.

4.2. Upravljanje in sodelovanje med sektorji

Za trajnostni razvoj kulturnega turizma je ključna **okrepitev sodelovanja med kulturnim, turističnim in izobraževalnim sektorjem**, saj le usklajene strategije lahko zagotovijo dolgoročni uspeh.

- **Medsektorsko sodelovanje:** povezovanje kulturnih institucij, festivalov, turističnih ponudnikov in lokalnih skupnosti pri razvoju novih programov in produktov.
- **Čezmejno sodelovanje:** oblikovanje skupnega **destinacijskega managementa**, ki bi skrbel za trženje in razvoj kulturnega turizma na celotnem čezmejnem območju.
- **Financiranje in pridobivanje evropskih sredstev:** učinkovitejša uporaba razpoložljivih virov za razvoj infrastrukture in promocijskih aktivnosti.

S sistematičnim upravljanjem in povezovanjem različnih sektorjev in regij bi čezmejne kulturne destinacije lahko dosegle večjo konkurenčnost na evropskem trgu kulturnega turizma.

4.3. Izobraževanje in interpretacija glasbene dediščine

Za dolgoročni uspeh kulturnega turizma je treba okrepiti **interpretacijo kulturne dediščine klasične glasbe** in razviti programe, ki obiskovalcem omogočajo **poglobljeno razumevanje glasbenih tradicij regije**. Poudarek mora biti na povezovanju umetnosti, glasbe in sodobnih pristopov, ki bodo ustvarili dinamično in vključujočo izkušnjo. Tukaj so ključni ukrepi za doseg tega cilja:

- **Izobraževanje turističnih delavcev:** izboljšanje komunikacijskih veščin vodičev in ponudnikov storitev, bi lahko kakovostno predstavljali glasbeno dediščino obiskovalcem.
- **Sistematična vzgoja domače publike:** priprava kulturnih modulov in različnih (kontinuiranih) programov za mlade, starejše ali podjetnike bo omogočila nadaljnjo izobraževalno širitev tega področja.
- **Sodelovanje med kulturnimi (glasbenimi) in turističnimi ustanovami:** razvoj interaktivnih izobraževalnih vsebin, ki bi združevale zgodovino, glasbo in sodobne tehnologije.
- **Digitalne izkušnje za obiskovalce:** interaktivni multimedijski vodiči, virtualni ogledi, aplikacije za raziskovanje glasbene zgodovine regije.
- **Organizacija izobraževalnih koncertov in delavnic:** programi, ki bi obiskovalcem omogočili aktivno vključevanje v glasbeno ustvarjanje in spoznavanje tradicije na sodoben način.

Z vključujočim pristopom bi bilo mogoče **povečati privlačnost regije za mlajše generacije obiskovalcev**, ki iščejo interaktivne in inovativne kulturne vsebine.

4.4. Sklep

Z ustreznim razvojem, promocijo, upravljanjem in izobraževanjem lahko čezmejno območje **postane vodilna destinacija kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi**. Povezovanje **Tartinijeve poti** z inovativnimi turističnimi produkti, digitalizacija kulturnih vsebin, promocija, spodbujanje izobraževalne komponente in krepitev sodelovanja med regijami so ključni koraki za prihodnost. Če bodo regije uspele učinkovito izkoristiti svoj kulturni potencial, bodo lahko ustvarile trajnostno in konkurenčno ponudbo, ki bo privabila širši krog domačih in tujih obiskovalcev.

5. MEDNARODNA PRIMERJALNA ANALIZA

Kulturni turizem s poudarkom na klasični glasbi je pomemben del identitete številnih evropskih mest, ki svojo glasbeno dediščino uspešno vključujejo v turistično ponudbo. V okviru primerjalne analize smo izbrali destinacije, ki so močno povezane z zgodovino klasične glasbe in so to dediščino učinkovito integrirale v razvoj turizma.

Dunaj, Salzburg, Leipzig, Bonn in Bergen so primeri mest, ki klasično glasbo uporabljajo kot eno izmed ključnih komponent turistične identitete. Ta mesta so povezana z velikimi skladatelji, ki so tam živeli in ustvarjali, njihova kulturna politika pa je usmerjena v ohranjanje in promocijo te dediščine. Poleg bogate zgodovine ponujajo tudi sodobne pristope k interpretaciji glasbene tradicije, od multimedijskih muzejev do interaktivnih glasbenih poti in inovativnih festivalov.

S primerjavo dobrih praks iz teh mest lahko ugotovimo, katere strategije bi bilo mogoče prenesti na čezmejno programsko območje, da bi klasična glasba postala še bolj prepoznaven in privlačen element kulturnega turizma.

5.1. Dunaj – prestolnica glasbe

Dunaj je eno najpomembnejših svetovnih središč klasične glasbe in mesto z bogato kulturno dediščino. S svojimi opernimi hišami, koncertnimi dvoranami in muzeji, povezanimi z glasbeno zgodovino, se Dunaj pozicionira kot „Svetovna prestolnica glasbe“. Njegov turistični slogan „ZDAJ. ZA VEDNO.“ poudarja brezčasnost njegove kulturne identitete.

Mesto ima dolgo zgodovino, povezano z velikimi skladatelji, kot so **Mozart, Beethoven, Strauss in Mahler**, njihova dediščina je ključni element turistične ponudbe. Dunajski filharmoniki veljajo za enega najboljših orkestrov na svetu, njihov **novoletni koncert** pa je globalni simbol klasične glasbe. Pomembni glasbeni ustanovi sta tudi **Zbor dunajskih dečkov** in **Univerza za glasbo in uprizoritvene umetnosti**, ki velja za eno vodilnih glasbenih akademij na svetu.

5.1.1. Turistična ponudba klasične glasbe v Dunaju

Dunaj ponuja široko paleto vsebin, ki klasično glasbo vključujejo v turistično doživetje. **Muzeji in multimedijška doživetja**, kot so Hiša glasbe, Mozartova hiša, Hiša Strauss in Mythos Mozart, obiskovalcem ponujajo interaktivne prikaze zgodovine glasbe in skladateljev, ki so zaznamovali mesto.

Obiskovalci lahko raziskujejo glasbeno dediščino skozi **vodene ogleda in interaktivne poti**, kot so:

- o **Mestni vodnik za Dunaj**, ki vključuje tudi avdio sprehod [Po stopinjah znanih glasbenikov](#)¹
- o [Mozartov sprehod](#)² -
- o [Mahlerjev sprehod](#)³ -
- o Beethovnova turneja z bršljanom, interaktivna izkušnja, ki jo omogoča digitalna aplikacija Ivie.

Mesto omogoča tudi številne koncerte na **svetovno znanih prizoriščih**, kot so Musikverein, Wiener Konzerthaus in Dunajska državna opera, poleg tega pa ponuja manjše dogodke v koncertnih kavarnah in cerkvah.

5.1.2. Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje

Dunaj ponuja številne dobre prakse, ki bi bile uporabne tudi pri razvoju kulturnega turizma v čezmejni regiji:

Integracija glasbene dediščine v urbano identiteto – jasno pozicioniranje mesta kot »prestolnice glasbe«.

- **Povezava klasične glasbe z digitalnimi orodji ter e-promocija** – interaktivne poti, avdio vodiči in multimedijška doživetja, spletni koledarji; [koledar aktivnih dogodkov](#)⁴ in [izbor raznolikih glasbenih dogodkov glede na letne čase](#)⁵. Kljub spletnemu koledarju vzdržujejo tudi tiskano in spletno različico brošure (Spot - Kultura in dogodki na Dunaju).
- **Sistematično vključevanje glasbenih dogodkov v turistično ponudbo** – redni koncerti skozi vse leto. Prav tako poskušajo klasično glasbo približati novincem ([Koncerti za novince v klasični glasbi](#)⁶).

¹ Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/recommendations/in-the-footsteps-of-famous-musicians#>

² Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/recommendations/mozart-walk#>

³ Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/recommendations/mahler-walk#>

⁴ Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/art-culture/music-stage-shows>

⁵ Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/now-on/spring-in-vienna>

⁶ Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/art-culture/music-stage-shows/classic/classic-for-beginners-343370>

- **Turistične kartice s popusti za koncerte in muzeje** – model Vienna City Card. Obiskovalci prejmejo popuste na izbrane koncerte in nastope, ki so redno načrtovani.
- **Vodeni ogledi prizorišč** – obiskovalcem so na voljo tudi vodeni ogledi prizorišč, kjer lahko doživijo zakulisje, arhitekturo in včasih celo kratek obisk vaje (Wiener Konzerthaus, Musikverein, Dunajska državna opera itd.).
- **Vsebinsko trženje** – številne vsebine so predstavljene v obliki privlačnih zgodb, fotografij in kratkih filmov. Uporabljajo **koncept pripovedovalcev zgodb** – ljudi, ki z nami delijo zgodbe o mestu, na primer svetovno znanih glasbenikov, ki govorijo o Dunaju.
 - V [zgodbah](#)⁷ predstavljajo dediščino (muzeji in zapuščina skladateljev in drugih umetnikov), umetnost (sodobni umetniki in izvajalci) ter vrhunsko obrtništvo (izdelava inštrumentov). Vse to je prikazano skozi pripovedi ljudi, ki so v središču glasbenega ustvarjanja – izvajalcev, skladateljev – ali delujejo kot producenti, oblikovalci zvoka in izdelovalci instrumentov.
 - Vsebina za obiskovalce mesta vključuje na primer prispevke, kot je »5 stvari, ki jih mora doživeti vsak ljubitelj glasbe na Dunaju.« Te vsebine so aktivno vključene v **uredniške koledarje za komunikacijo na družbenih omrežjih** ter podprte s prenosi v živo z izbranih dogodkov ali ogledov. Na ta način spodbujajo prepoznavnost mesta med različnimi segmenti obiskovalcev.

5.2. Salzburg – mesto Mozarta

Salzburg je eno izmed najpomembnejših evropskih središč klasične glasbe, ki svojo dediščino uspešno povezuje s sodobnimi turističnimi pristopi. Kot rojstni kraj **Wolfganga Amadeusa Mozarta** mesto uporablja slogane »**Mesto Mozarta**« in »**Oder sveta**«, s čimer poudarja svojo vlogo v mednarodni glasbeni dediščini.

5.2.1. Turistična ponudba klasične glasbe v Salzburgu

Ključna prednost Salzburga je **Salzburški festival**, ki vsako poletje spremeni mesto v eno največjih evropskih prizorišč uprizoritvenih umetnosti. Festival združuje opero, koncerte in gledališke predstave ter vsako leto privabi svetovno znane umetnike in številne obiskovalce.

Mesto ponuja široko izbiro muzejev, povezanih z Mozartom, med katerimi sta najpomembnejša **Mozartov rojstni kraj** in **Mozartova rezidenca**, kjer so razstavljeni zgodovinski instrumenti in dokumenti. **DomQuartier Salzburg** pa obiskovalcem omogoča vpogled v kulturno zgodovino mesta skozi arhitekturo, umetnost in glasbo.

⁷ Dostopno prek: <https://www.wien.info/en/art-culture/music-stage-shows/classic/great-sounds-347246>

Zelo priljubljeni so **tematski sprehodi**, kot sta **Mozartov sprehod** in **The Sound of Music Tour**, ki vključujeta pomembne lokacije, povezane z glasbeno zgodovino mesta. Salzburg je močno povezan tudi z ikoničnim filmom »**The Sound of Music**«, zaradi katerega mesto vsako leto obišče več kot 300.000 obiskovalcev.

5.2.2. Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje

Salzburg ponuja več praks, ki bi lahko obogatile kulturno-glasbeno ponudbo v čezmejni regiji:

- **Redna ponudba koncertov skozi vse leto**⁸ – koncerti v palači Mirabell in drugih zgodovinskih dvoranh. Opera klasika *Čarobna piščal* je na sporedu vse leto.
- **Redno dostopna dnevna koncertna ponudba** in močni festivali podpirajo mestni slogan **Stage of the World**. Destinacija ima jasno opredeljene strateške prednosti, ki so tudi najpogostejši razlogi za obisk: 1. Salzburški festival, 2. Unescova svetovna dediščina, 3. Zvoki glasbe, 4. Mozart, 5. Salzburg v adventu, s poudarkom na salzburškem adventnem petju. Te tradicionalne teme dopolnjujejo sodobni poudarki, kot so ustvarjalnost, sodobna umetnost ter narava in rekreacija.
- **Povezava kulturnega turizma s filmom in popularno kulturo** – vključitev filmske dediščine v turistično ponudbo. **The Sound of Music Tour** je ogled izvirnih lokacij snemanja na različne načine: z avtobusom, peš ali s kolesom; »**Sound of Salzburg Dinner Show**« večerja, ki jo spremlja glasba v živo in izbor najbolj znanih uspešnic filma.
- **Mozartov teden** – specializiran festival, ki združuje tradicionalne in sodobne interpretacije klasične glasbe. Vodilni svetovni Mozartov festival, ki ga organizira Mozarteum Foundation Salzburg poteka okoli njegovega rojstnega dne. Program vključuje tudi sodobno ustvarjalnost in nove pristope, kot je sekcija *Klassik meets Hip-Hop*. Celoten program za leto 2025 je že objavljen, vstopnice so v prodaji.
- **Sprehod po mestu: Mozart**. Hoja po Mozartovih stopinjah, ki vključuje obisk lokacij, ki naj bi jih obiskal Mozart. Med njimi so tudi kavarne, kjer naj bi užival v kavi z mandljevimi mlekom. Celotna pot z vsemi zanimivostmi je označena tudi na Google zemljevidih, kar obiskovalcem omogoča samostojne ogleda.
- **Posodabljanje klasičnih muzejev s projekti sodobne umetnosti**. Ta pristop lahko pritegne nove ciljne skupine obiskovalcev. Primer je umetniški projekt *"Leteče opombe. K.265."* Prozorne, bleščeče rdeče note ustvarjajo poudarke na znameniti fasadi Mozartovega rojstnega kraja. Delo salzburškega umetnika Andreasa Feldingerja temelji na Mozartovem delu *"Ah, vous dirai-je Maman KV 265"*.
- **Salzburg v sodobni podobi**. Nenavadna arhitektura, sodobna umetnost in vsestranske galerije zagotavljajo svež pogled na baročno mesto. Mednarodno priznani umetniki, kot so Marina Abramović, James Turrell in Anselm Kiefer, so v okviru projekta *Walk of Modern*

⁸ Dostopno prek: <https://www.salzburg.info/en/events/classical-music/concert-series>

Art (WoMA) ustvarili javno dostopne instalacije po vsem mestu, ki so dostopne obiskovalcem.

- **Vsebinsko trženje in pripovedovanje zgodb.** Zgodbe o Mozartu in Salzburgu, ki vključujejo tudi sodobne teme, umetnike in življenjski slog v Salzburgu.

5.3. Leipzig – mesto glasbe

Leipzig se uveljavlja kot eno vodilnih evropskih mest glasbene dediščine, pri čemer poudarja svojo bogato zgodovinsko povezavo z **Johannom Sebastianom Bachom, Felixom Mendelssohnem Bartholdyjem, Robertom in Claro Schumann, Richardom Wagnerjem** ter drugimi pomembnimi skladatelji. Slogan »**Leipzig – mesto glasbe**« odraža to identiteto, medtem ko mesto strateško poudarja tudi področja gledališča, kulturne dediščine in sodobne ustvarjalnosti.

5.3.1. Turistična ponudba klasične glasbe v Leipzigu

Leipzig ponuja izjemno široko paleto glasbeno-turističnih doživetij. Med osrednje znamenitosti sodijo **Bachov muzej, Mendelssohn-Haus Leipzig** in **glasbena pot Leipzig**, ki povezuje več kot 20 zgodovinskih lokacij, kjer so živeli in delali znani skladatelji. Turisti lahko zgodovino mesta raziskujejo tudi prek digitalnih vodnikov, kot je aplikacija **Leipziger Notenspuren**, ki omogoča avdio sprehode po mestu.

Mesto slovi po svojih prestižnih prizoriščih, med katerimi sta posebej pomembna **cerkev svetega Tomaža**, kjer je Bach deloval in je tudi njegov grob, ter **Leipzig Gewandhaus**, koncertna dvorana, ki gosti orkester Gewandhaus, znan po svoji bogati tradiciji in vrhunskih izvedbah simfonične glasbe.

Pomembno vlogo pri ohranjanju in promociji glasbene dediščine igrajo tudi festivali, kot so **Leipzig Bachfest, Mendelssohnov festival, Šostakovičev festival** ter tekmovanje **Johanna Sebastiana Bacha**, ki velja za enega vodilnih glasbenih dogodkov za mlade glasbenike.

5.3.2. Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje

Leipzig ponuja številne inovativne pristope k vključevanju klasične glasbe v turistično ponudbo:

- **Digitalizacija glasbeno-zgodovinske dediščine** – interaktivne poti, mobilne aplikacije in avdio sprehodi ter **trženje glasbene ponudbe skozi sodobne medije** – uporaba podcastov, promocijskih filmov in vsebinskega trženja.
- **Promocijski film:** predstavitev glasbene dediščine in sodobne glasbene scene v Leipzigu ([Doživite Leipzig v 3D zvoku⁹](https://www.youtube.com/watch?v=LapRiuntutM)).

⁹ Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=LapRiuntutM>

- **Aplikacija Leipziger Notenspuren:** ta aplikacija ponuja različne avdio sprehode po mestu (Claro avdio sprehod, Notenspur Leipzig, BACH walk, Telemann, Mendelssohn Walk).
- [Spletna stran](#)¹⁰ z izbrano ponudbo na temo glasbe: **Leipzig Travel - Glasba**.
- Potrjeni datumi in programi za festivale letos in naslednje leto. **Tiskano gradivo: Leipzig, Mesto glasbe**.
- **Kurirani glasbeni paketi**, ki združujejo vstopnice za koncerte in nastanitev v izbranih hotelih ([Leipzig Travel Offers](#)¹¹).

5.4. Bonn – mesto Beethovna

Bonn, rojstni kraj **Ludwiga van Beethovna**, svojo turistično identiteto gradi na povezavi z življenjem in delom tega velikega skladatelja. Mesto svojo prepoznavnost krepi z blagovno znamko **»Freude. Joy. Joie. Bonn.«**, ki se navezuje na znamenito **Odo radosti**, ki jo je Beethoven uglasbil v svoji 9. simfoniji.

Strategija razvoja kulturnega turizma v Bonnu močno temelji na glasbeni dediščini, pri čemer so ključni stebri turistične ponudbe **Beethovnov Bonn**, **politični Bonn** ter splošni koncept kulturnega in avtentičnega mesta.

5.4.1. Turistična ponudba klasične glasbe v Bonnu

Osrednja kulturna institucija v mestu je Beethovnova hiša, ki deluje kot muzej in raziskovalni center ter hrani največjo zbirko dokumentov in predmetov, povezanih z Beethovnovim življenjem. Muzej ponuja inovativno, interaktivno izkušnjo obiskovalcev ter organizira vodene ogleda in izobraževalne programe.

Najpomembnejši dogodek v mestu je **Beethovenfest**, ki poteka vsako leto od septembra do oktobra in gosti vrhunske mednarodne orkestre, pomembne ansamble, soliste ter mlade obetavne glasbenike. Koncerti potekajo na različnih prizoriščih, vključno z zgodovinskimi stavbami in cerkvami, kar omogoča unikatno glasbeno doživetje.

5.4.2. Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje

Bonn je zgled uspešnega vključevanja glasbene dediščine v sodobne turistične trende:

- [Beethovenfest](#)¹² kot osrednji steber kulturne identitete – festival, ki povezuje tradicijo in sodobne glasbene eksperimente, namenjen različnim ciljnim skupinam, z bogatim vsebinskim marketingom.

¹⁰ Dostopno prek: <https://www.leipzig.travel/en/discover/city-of-music>

¹¹ Dostopno prek: <https://www.leipzig.travel/en/travel>

¹² Dostopno prek: <https://www.beethovenfest.de/en>

- **Inovativni pristopi k interpretaciji klasične glasbe** – povezovanje Beethovna s sodobnimi glasbenimi zvrstmi, kot so rap, techno in elektronska glasba.
- **Bogato vsebinsko trženje** – uporaba digitalnih kampanj, revij, člankov, videov in podcastov.
- **Vključevanje Beethovnovе dediščine v mestno infrastrukturo** – vodeni ogledi, informacijske točke in muzejske razstave. **Beethovnova turneja | Zgodba BTHVN** vabi obiskovalce, da spoznajo Beethovna na avtentičnih lokacijah v Bonnu. Ogled je razdeljen na dva dela. Prvih enajst postaj se osredotoča na mladega Beethovna v mestu, naslednjih enajst postaj vodi do znamenitosti in narave v regiji.

5.5. Bergen – mesto Edvarda Griega

Bergen, drugo največje mesto na Norveškem, svojo kulturno identiteto gradi na povezavi z **Edvardom Griegom**, ki velja za najpomembnejšega norveškega skladatelja. Mesto poudarja svojo dvojno identiteto – kot **mesto svetovne dediščine** in **mesto fjordov**, pri čemer glasbo povezuje z naravno krajino in avtentičnimi kulturnimi doživetji.

5.5.1. Turistična ponudba klasične glasbe v Bergnu

Najpomembnejša lokacija v Bergnu je **Troldhaugen**, dom Edvarda Griega, ki danes deluje kot muzejski kompleks s koncertno dvorano. Vsako poletje se v Troldhaugnu odvijajo **opoldanski koncerti**, kjer lahko obiskovalci prisluhnejo Griegovi glasbi v ambientu, ki ga je navdihoval pri njegovem ustvarjanju.

V mestu deluje tudi **Bergenski filharmonični orkester**, eden najstarejših orkestrov na svetu, ki ima redne koncerte od avgusta do junija. Osrednji dogodek, povezan z glasbeno dediščino mesta, je **Festival Grieg v Bergnu**, ki se osredotoča na skandinavske skladatelje in sodobne interpretacije klasične glasbe.

5.5.2. Dobre prakse, ki bi jih lahko prenesli na programsko območje

Bergen predstavlja zanimiv primer povezovanja glasbe, narave in kulturne dediščine:

- **Kombinacija narave in glasbe** – koncerti na zgodovinskih lokacijah, povezanih z Griegovo zapuščino. V Troldhaugnu, domu skladatelja Edvarda Griega, lahko obiskovalci uživajo v glasbi njegovega ustvarjanja, medtem ko uživajo v pokrajini, ki ga je nekoč navdihnila pri njegovem delu.
- **Redna koncertna dejavnost skozi vse leto** – tedenski koncerti filharmoničnega orkestra in festivalski dogodki.
- **Inovativno trženje glasbenih vsebin** – spletne platforme, ki povezujejo glasbene dogodke z naravno in kulturno dediščino; vsebinsko trženje na spletnih straneh [Visit](#)

[Bergen](#)¹³, kjer so predstavljeni življenje, dela in dogodki povezni s skladateljem Edvardom Griegom.

- Poleti se v njegovem rojstnem kraju vsak dan organizirajo koncerti v času kosila, skozi vse leto pa potekajo manjši in veliki koncerti, ki jih izvaja [Bergenski filharmonični orkester](#)¹⁴ ali posamezni umetniki in ansambli.

5.6. Sklep primerjalne analize: Čezmejno območje v kontekstu mednarodnih praks

Primerjalna analiza uspešnih glasbeno-turističnih destinacij v Evropi je pokazala, da imajo **Furlanija-Julijska krajina in** metropolitansko območje Benetke izjemno bogato kulturno in glasbeno dediščino, vendar v primerjavi z mesti, kot so Dunaj, Salzburg, Leipzig, Bonn in Bergen, te regije svoje glasbene dediščine še ne izkoriščajo dovolj sistematično in strateško za razvoj turizma.

Medtem ko omenjene evropske destinacije svojo glasbeno zgodovino promovirajo kot enega ključnih stebrov turistične identitete, na čezmejnem območju Slovenija-Italija tega povezovalnega momenta še ni v zadostni meri. Čeprav posamezna mesta in institucije organizirajo **glasbene festivale, koncerte in izobraževalne programe**, manjkajo celostne strategije, ki bi povezale kulturno dediščino, glasbene dogodke, turistične storitve in sodobne digitalne pristope v enoten glasbeno-turistični produkt.

5.6.1. Položaj Primorsko-notranjske regije v primerjavi z mednarodnimi praksami

Primorsko-notranjska regija ima v primerjavi z analiziranimi glasbenimi destinacijami specifične izzive in omejitve. Regija ima sicer **izrazito ohranjeno naravno dediščino** (Postojnska jama, Cerkniško jezero, grad Snežnik), ki bi jo bilo mogoče učinkovito povezati z glasbenimi dogodki, vendar trenutno ni celovite strategije, ki bi izkoristila ta potencial.

V primerjavi s Salzburgom ali Bergenom, kjer se naravne znamenitosti prepletajo z glasbenimi doživetji (koncerti na zgodovinskih lokacijah, multimedijske razlage glasbenih dediščin), v Primorsko-notranjski regiji tovrstnih produktov praktično ni. Čeprav obstajajo festivali, kot je Mednarodni mladinski glasbeni festival, ti še nimajo zadostne mednarodne prepoznavnosti in trajnostne finančne podpore. Manjka tudi povezava glasbenih dogodkov s turističnimi ponudbami, ki bi omogočala daljše bivanje obiskovalcev in razpršenost turizma izven poletne sezone.

¹³ Dostopno prek: <https://en.visitbergen.com/ideas-and-inspiration/the-composer-edvard-grieg>

¹⁴ Dostopno prek: <https://en.visitbergen.com/whats-on/bergen-philharmonic-orchestra-p7148123>

5.6.2. Položaj Obalno-kraške regije v primerjavi z mednarodnimi praksami

Obalno-kraška regija, še posebej Piran, ima pomembno prednost v svoji povezavi z **Giuseppejem Tartinijem**, svetovno znanim skladateljem in violinistom. V tem pogledu je primerljiva z destinacijami, kot so Salzburg (Mozart), Bonn (Beethoven) ali Leipzig (Bach), kjer je kulturna politika usmerjena v ohranjanje in promocijo glasbene dediščine. Vendar se v Piranu Tartinijeva dediščina še ne izkorišča v enaki meri kot pri omenjenih zgledih.

V Salzburgu je Mozartova podoba močno integrirana v vse aspekte turizma, od muzejev do trgovinskih produktov, v Piranu pa Tartinijeva zgodovina še ni v enaki meri del celostne destinacijske strategije. **Tartinijev festival** je sicer dobro uveljavljen dogodek, a njegova mednarodna prepoznavnost bi se lahko še okrepila z večjo promocijo in vključevanjem inovativnih turističnih storitev, kot so **vodeni ogledi, multimedijske izkušnje in interaktivne razstave**.

Prav tako bi bila v Obalno-kraški regiji smiselna večja integracija klasične glasbe z **lokalno kulinariko, wellness ponudbo in luksuznim turizmom**, kar uspešno prakticirajo destinacije, kot so Dunaj in Bergen. Poleg tega bi regija lahko razvila **glasbene poti**, ki bi obiskovalce skozi izbrane lokacije popeljale po zgodovini Tartinija in drugih glasbenikov, povezanih z regijo.

5.6.3. Položaj Furlanije - Julijske krajine v primerjavi z mednarodnimi praksami

Furlanija - Julijska krajina je zaradi svoje geografske lege naravno stičišče slovanske, germanske in romanske kulture, kar se odraža tudi v njeni glasbeni dediščini. Trst, Videm in Gorica imajo bogato glasbeno zgodovino, a regija se v turistični promociji še vedno osredotoča predvsem na druge segmente turizma (kulinariko, zgodovinsko dediščino, naravne znamenitosti), medtem ko glasbeni turizem ni izpostavljen kot osrednji razvojni steber.

V primerjavi z Dunajem, Leipzigom ali Bonnom, kjer so koncertne dvorane in operne hiše ključni del turistične ponudbe, so v Furlaniji-Julijski krajini te vsebine večinoma **namenjene lokalnemu občinstvu** in niso dovolj mednarodno prepoznavne. Tržaško operno gledališče sicer gosti vrhunske opere in koncerte, vendar nima enake globalne prepoznavnosti kot npr. La Fenice v Benetkah ali Dunajska državna opera.

Dodatno težavo predstavlja pomanjkanje **usklajene promocije** glasbenih dogodkov in povezovanja različnih destinacij v skupno zgodbo. Medtem ko Salzburg in Leipzig sistematično razvijata muzeje, tematske poti in interaktivne digitalne vsebine, ki obiskovalcem približajo njihovo glasbeno zgodovino, v Furlaniji-Julijski krajini tovrstnih integriranih produktov ni.

5.6.4. Položaj metropolitanskega območja Benetke v primerjavi z mednarodnimi praksami na področju kulturnega turizma

Benetke so eno najpomembnejših svetovnih središč kulturnega turizma, kjer ima klasična glasba vidno vlogo, predvsem v opernem gledališču La Fenice in na koncertih na zgodovinskih

lokacijah. Kljub temu pa se v primerjavi z Dunajem, Salzburgom, Leipzgom in Bonnom manj izrazito uveljavljajo kot glasbena destinacija.

Benetke imajo izjemno glasbeno dediščino, vendar njena promocija, zlasti Vivaldijeve zapuščine, ni dovolj izpostavljena. Vezano na dobre prakse zgoraj omenjenih mest bi vsekakor lahko razvile več koncertnih dogodkov, posvečenih Vivaldiju, Tartiniju in drugim baročnim skladateljem, s čimer bi okrepile svojo identiteto na področju glasbenega turizma. Možnosti za nadgradnjo vključujejo razvoj **glasbenih poti baročnih skladateljev**, ki bi povezovale koncertne izkušnje, muzejske eksponate in zgodovinske pripovedi, ter organizacijo **ekskluzivnih večernih koncertov baročne glasbe** v znamenitih palačah in cerkvah.

Benetke že omogočajo spletne rezervacije in virtualne ogleda La Fenice, vendar bi lahko digitalizacijo še bolje izkoristile za povezovanje glasbenih dogodkov s širšim spektrom kulturnega turizma.

5.7. Zaključek: Potencial za razvoj glasbenega turizma na čezmejnem območju

Čeprav **Furlanija-Julijska krajina, Primorsko-notranjska regija, Obalno-kraška regija in metropolitansko območje Benetk** še niso v celoti izkoristile svojega potenciala na področju glasbenega turizma, primerjava z mednarodnimi praksami kaže, da obstajajo **številne možnosti za izboljšave in razvoj**. Ključni koraki vključujejo:

- **Oblikovanje celostne destinacijske strategije** za povezovanje klasične glasbe s turizmom.
- **Povečanje mednarodne promocije** lokalnih glasbenih festivalov in prizorišč.
- **Razvoj tematskih poti** (Tartinijeva pot, poti skladateljev Furlanije itd.).
- **Uvedba inovativnih digitalnih vsebin** (mobilne aplikacije, interaktivni muzeji, virtualni ogledi).
- **Tesnejše sodelovanje med regijami** za oblikovanje skupnih glasbenih turističnih produktov.

S takšnim pristopom bi čezmejno območje lahko postalo prepoznavna destinacija za ljubitelje klasične glasbe, ki združuje bogato kulturno dediščino, edinstvena prizorišča in inovativne turistične produkte.

6. SWOT ANALIZA

6.1. Prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti, povezane z razvojem in promocijo kulturnega turizma klasične glasbe na čezmejnem projektnem območju

6.1.1. Primorsko-Notranjska regija

KLJUČNA UGOTOVITEV	Primorsko-Notranjska regija ima velik potencial za razvoj kulturnega turizma, zahvaljujoč edinstvenim naravnim in kulturnim znamenitostim ter dobri prometni dostopnosti. Kljub temu se sooča z izzivi, kot so slaba javna povezanost, sezonskost turizma in pomanjkanje kulinarične ponudbe. Priložnosti vključujejo izboljšanje infrastrukture, črpanje EU sredstev ter obogatitev kulturne ponudbe. Vendar pa so prisotna tudi tveganja, kot so globalne krize, okoljski dejavniki in konkurenca drugih kulturnih središč, ki zahtevajo stabilno financiranje in učinkovito zaščito dediščine.
---------------------------	---

PREDNOSTI

- **Edinstvena prizorišča:** Naravne znamenitosti, ambienti, primerni za kulturne dogodke, kot so Postojnska jama, grad Prem, grad Snežnik, Predjamski grad, Cerkniško jezero, Pivška presihajoča jezera itd.
- **Prometna dostopnost in turistični potencial:**
Ugodna prometna lega omogoča enostaven dostop za turiste iz različnih evropskih držav, kar povečuje turistični obisk in kulturno udeležbo.
Velik delež gostov v tranzitu predstavlja priložnost za daljše zadrževanje obiskovalcev v regiji, kar spodbuja razvoj kulturnega turizma.
Razvita izobraževalna infrastruktura, vključno z glasbenimi šolami, telovadnicami, drugimi srednješolskimi programi ter številnim mladim prebivalstvom, dodatno prispeva k privlačnosti regije.
- **Znane osebnosti s področja glasbenega turizma:** Miroslav Vilhar, Fran Gerbič in Alojz Srebotnjak.
- **Festivali:** regija gosti različne festivale in koncerte, kot je Mednarodni mladinski glasbeni festival, ki ima potencial za nadgradnjo in širitev ter privablja tako domače kot mednarodne obiskovalce.
- **Aktivno delovanje muzejev v regiji:** Notranjski muzej, Park vojaške zgodovine Pivka in Pokrajinski muzej Koper - enota Ilirska Bistrica, omogoča ohranjanje in promocijo

kulturne dediščine. Muzeji v regiji imajo usposobljeno strokovno osebje, ki sodeluje pri interpretaciji dediščine ter podpira kulturne in umetniške projekte.

- **Bogata kulturna dediščina:** Nacionalni register nesnovne kulturne dediščine vključuje drevak, suhorske pirhe, pust v Cerknici, škoromate in vrbiške šeme. Bogat nabor etnografskih in zgodovinskih zbirk na območju. Aktivna vloga kulturnih in turističnih društev.

SLABOSTI

- **Slaba dostopnost z javnim prometom:** Slaba povezanost z javnim prevozom med kraji v regiji in omejene možnosti dostopa z javnim prevozom. Na primer, vožnja z vlakom iz Ljubljane traja eno uro in 40 minut, kar lahko odvrača obiskovalce.
- **Pomanjkljiva kulinarična ponudba in nekatere pomanjkljivosti turistične ponudbe:**
Pomanjkljiva kulinarična ponudba, ki ne dopolnjuje celovite kulturno-turistične izkušnje. Ne zadostni prevodi turističnih vsebin v tuje jezike, kar tujim gostom omejuje dostopnost. Pomanjkanje specializiranih turističnih paketov, ki bi vključevali kulturne dogodke, kot so koncerti in festivali.
- **Kulturna infrastruktura in dogodki:**
Pomanjkanje dogodkov z vrhunskimi umetniki v kulturni ponudbi ter omejena raznolikost dogodkov.
Nezadostno vlaganje v razvoj človeških virov na področju kulture in omejeni kadrovski viri za organizacijo večjih festivalov.
Pomanjkanje infrastrukture za izvedbo večjih glasbenih dogodkov.
- **Nestabilno financiranje in pomanjkljiva vizija:**
Nestabilno financiranje kulturnih programov, ki temelji na kratkoročnih projektih občin in države, kar otežuje dolgoročno načrtovanje in izvedbo večjih projektov.
Omejene naložbe v kulturne in turistične projekte, kar zavira razvoj novih vsebin in izboljšanje obstoječe ponudbe.
- **Sezonskost turizma in slaba informacijska, digitalna dostopnost:**
Močno izražena sezonskost turizma, saj regija v zimskih mesecih beleži nizko obiskanost. Pomanjkanje informacij in digitalne prisotnosti vsebin v digitalni ponudbi, kar zmanjšuje vidnost kulturnih vsebin in turističnih programov.
- **Pomanjkanje aktivnega svetovanja na področju varstva nepremične kulturne dediščine:**
Pomanjkanje aktivne vloge Zavoda za varstvo kulturne dediščine (ZVKD) pri iskanju optimalnih rešitev za ohranjanje in vključevanje kulturne dediščine v turistične programe.

- **Pomanjkanje dostopnih kulturnih programov** skozi vse leto, zlasti na področju klasične glasbe in jazz, predstavlja izziv za nadaljnji razvoj kulturnega turizma v regiji.
- **Pomanjkanje iniciative in ustvarjalnosti** v regiji, obenem pa visoka stopnja pasivnosti in pomanjkanje ambicij lokalnega prebivalstva na področju kulture.

PRILOŽNOSTI

- **Razvoj kulturne in turistične infrastrukture:** Načrtovane so nove investicije v kulturno in turistično infrastrukturo, kot so Kutinova hiša v Postojni, Kravanjeva hiša, Ravbarjev stolp in grad Prem, kar bo izboljšalo pogoje za kulturne dogodke in turistične programe.
- **Možnosti financiranja in projektnega razvoja ter oblikovanja skupne vizije kulturnega turizma v regiji:** Priložnosti za prijave na projekte in črpanje sredstev EU, kar omogoča razvoj novih kulturnih in turističnih vsebin ter izboljšanje obstoječe infrastrukture. Predhodno bi bilo, zaradi razdrobljenosti in nepovezanosti kulturne ponudbe, smiselno s ključnimi dežniki določiti prioritete pri razvoju kulturnega turizma.
- **Izobraževanje in interpretacija kulturne dediščine:** Priprava izobraževalnih paketov s področja klasičnega glasbenega turizma, ki bi lahko privabili nove ciljne skupine, kot so mladi glasbeniki, študenti in kulturni navdušenci.
- **Obogatitev turistične ponudbe:** Možnost nadgradnje turistične izkušnje z dodatno kulturno ponudbo, kot so koncerti, razstave in interpretacijski programi, ki bi obiskovalcem ponudili poglobljeno doživetje regije; razvoj butičnega turizma, na primer na gradu Prem, ki bi s svojo edinstvenostjo lahko privabil zahtevnejše obiskovalce v iskanju pristnih doživetij.
- **Razvoj medsektorskega sodelovanja in trajnostnosti:** Krepitev medsektorskega povezovanja za razvoj turizma z namenom ustvarjanja inovativnih in trajnostnih rešitev pri razvoju produktov, podpornih storitev ter učinkoviti promociji regije.
- **Možnosti širitve ponudbe:** Veliko število obiskovalcev destinacije omogoča širitev kulturne ponudbe in daljše zadrževanje gostov v regiji. Ohranjenost in avtentičnost tega območja kot pomemben dejavnik pri razvoju trajnostnega in kulturnega turizma.

NEVARNOSTI

- **Globalna tveganja:** možen pojav nestabilnih geopolitičnih razmer, ki bi lahko vplival na turistične tokove in gospodarsko stabilnost; pandemije in druge svetovne krize, ki lahko zmanjšajo število obiskovalcev in omejijo kulturne ter turistične dejavnosti.
- **Okoljska tveganja:** prisotnost osrednjega slovenskega vojaškega poligona, ki predstavlja okoljsko tveganje in potencialno nevarnost za naravno dediščino ter kakovost bivanja prebivalcev.

- **Finančne omejitve:** omejena finančna sredstva in pomanjkanje financiranja za razvoj kulturnih programov in infrastrukture; nezadostne naložbe v kulturno izobraževanje, kar lahko vpliva na dolgoročno vzdržnost in kakovost kulturne ponudbe.
- **Organizacijska in komunikacijska tveganja:** pomanjkanje izkušenj pri upravljanju kriznih situacij, kar lahko vodi v komunikacijske težave v primeru nepričakovanih dogodkov ali kriznih razmer.
- **Konkurenca drugih kulturnih središč:** močna konkurenca s strani bližnjih kulturnih centrov, kot sta Trst in Ljubljana, ki ponujata obsežnejše in bolje financirane kulturne programe ter dogodke.
- **Vremenska tveganja:** visoka odvisnost dogodkov na prostem od vremenskih razmer, kar lahko vpliva na izvedbo kulturnih prireditev in obisk turistov.

6.1.2. Obalno-kraška regija s poudarkom na občini Piran

KLJUČNA UGOTOVITEV	Obalno-kraška regija ima močan kulturni in turistični potencial, ki temelji na zgodovinski dediščini, Tartinijevi zapuščini in razvitih kulturnih ustanovah. Kljub visoki obiskanosti regije primanjkuje celoletnih kulturnih programov, stabilnega financiranja in učinkovitega medsektorskega sodelovanja, kar omejuje razvoj kulturnega turizma. Ključne priložnosti vključujejo razvoj premium turističnih produktov, boljšo promocijo in digitalizacijo. Glavne nevarnosti so zmanjšanje financiranja, premajhna osredotočenost na kulturni turizem in sezonski pritisk množičnega turizma.
---------------------------	--

PREDNOSTI

- **Zgodovinsko mesto:** Mednarodno priznано srednjeveško mesto Piran z močnim beneškim vplivom, ki velja za eno najlepših in najbolj pristnih sredozemskih mest.
- **Tartinijev rojstni kraj:** Rojstni kraj mednarodno priznanega virtuoza Giuseppeja Tartinija s spomenikom na glavnem trgu. Tartinijeva hiša ponuja redno dostopno zbirko, vključno s Tartinijevo violino na ogled. Pozicioniranje Pirana kot »Tartinijevo mesto«.
- **Razvit turistični sektor:** Mestna občina Piran/Pirano je druga najbolj obiskana v Sloveniji za glavnim mestom Ljubljano.
- **Tartinijev festival:** Mednarodno priznan butični festival komorne glasbe z več kot 20-letnim neprekinjenim delovanjem.
- **Galerije, muzeji in producenti:** Vzpostavljena partnerstva s kulturnimi ustanovami, kot so Obalne galerije Piran, Avditorij Portorož in Pomorski muzej Sergeja Mašere Piran.
- **Čezmejno sodelovanje:** Vzpostavljeno čezmejno sodelovanje, ki povezuje partnerje z različnih področij, vključno z izobraževanjem, umetnostjo in kulturo ter turizmom.

SLABOSTI

- **Dostopnost programa:** Pomanjkanje dostopnih kulturnih programov skozi vse leto, zlasti v klasični glasbi in drugih specializiranih koncertih (npr. jazz, world music).
- **Nestabilno financiranje programa:** Kratkoročno projektno financiranje s strani občine in države, ki ovira srednjeročni razvoj umetniških in kulturnih programov za prebivalce in obiskovalce.
- **Digitalizacija:** Premalo izkoriščene priložnosti, ki jih ponuja digitalizacija za izboljšanje izkušenj, pa tudi za promocijo in neposredno trženje (npr. spletna prodaja vstopnic).
- **Pomanjkanje medsektorskega sodelovanja:** Kulturni turizem, ki se osredotoča na klasično glasbo, je zapleten izdelek, ki zahteva močno medsektorsko sodelovanje na občinski, regionalni in nacionalni ravni.
- **Mednarodna prepoznavnost Pirana kot kulturne destinacije:** Nezadostna mednarodna prepoznavnost Pirana kot kulturno-turistične destinacije v primerjavi z drugimi znanimi destinacijami, osredotočenimi na klasično glasbo.

PRILOŽNOSTI

- **Razvoj premium ponudbe:** Ustvarjanje kulturno-turističnih produktov za zahtevnejše segmente obiskovalcev v sodelovanju s turistično industrijo.
- **Koledar dogodkov destinacije:** Razširitev sodelovanja med organizatorji dogodkov. Razvoj destinacijskega koledarja dogodkov na temo Tartini.
- **Novi segmenti obiskovalcev:** Pozitiven vpliv klasičnega glasbenega turizma na povečanje vrednosti destinacije in privabljanje novih segmentov gostov (npr. kulturnih turistov, premium obiskovalcev).
- **Medsektorsko sodelovanje:** Strateški razvoj kulturnega turizma, ki koristi tako kulturnemu kot turističnemu sektorju.
- **Izboljšanje blagovne znamke Tartini:** Nadaljnji razvoj blagovnih znamk, povezanih s Tartinijem (npr. Tartini 330 let, Odkrijte Tartini) za povečanje prepoznavnosti.
- **Razvoj izkušenj:** Izboljšanje samostojnih ogledov, osredotočenih na kulturo in Tartini, vključevanje različnih izkustvenih elementov v obstoječe ture na temo Tartinija.
- **Digitalno trženje:** Osredotočanje na trženje digitalnih vsebin za kulturni turizem, s poudarkom na klasični glasbi in Tartiniju.

NEVARNOSTI

- **Nezadostno sodelovanje:** Omejeno sodelovanje med deležniki v turizmu in kulturnim sektorjem ter med lokalnimi in nacionalnimi upravami.
- **Zmanjšanje nacionalnega in občinskega financiranja:** Izguba sredstev za specializirane programe in festivale z nacionalnim in mednarodnim pomenom, ki so bistvenega pomena za konkurenčnost kulturnega turizma v regiji.
- **Nezadostna osredotočenost na razvoj kulturnega turizma:** Vlaganje sredstev v razvoj in promocijo tradicionalnih destinacijskih proizvodov (npr. morje in sonce) ob zanemarjanju razvoja in promocije kulturnega turizma.
- **Nezadosten razvoj umetniškega turizma:** Nezadosten razvoj in promocija umetniškega turizma in sodobne ustvarjalnosti. To sta dve tematski področji, ki privabljata nove generacije obiskovalcev, kot so milenijci in generacija Z.
- **Sezonskost:** Sezonski pritisk množičnega turizma na tem območju.

6.1.3. Furlanija - Julijska krajina

KLJUČNA UGOTOVITEV	Furlanija - Julijska krajina ima bogato kulturno dediščino, edinstvena zgodovinska prizorišča ter raznovrstne glasbene dogodke, ki privabljajo domače in tuje obiskovalce. Njena ugodna geografska lega omogoča dostop do mednarodnih trgov. Kljub temu se regija sooča z omejeno promocijo, sezonskostjo in razdrobljeno kulturno ponudbo. Ključne priložnosti vključujejo razvoj digitalnega trženja, sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami ter oblikovanje tematskih turističnih paketov. Glavne nevarnosti predstavljajo močna konkurenca drugih glasbenih destinacij, gospodarske negotovosti in spreminjajoče se turistične preference.
----------------------------------	---

PREDNOSTI

- **Bogata kulturna dediščina:** Furlanija - Julijska krajina se ponaša z globoko zakoreninjeno umetniško tradicijo in zgodovinskim pomenom, ki povečuje njeno privlačnost za turiste klasične glasbe.
- **Različni glasbeni dogodki:** Regija gosti različne festivale in koncerte klasične glasbe, na katerih nastopajo priznani glasbeniki in orkestri, ki privabljajo lokalne in mednarodne obiskovalce.
- **Edinstvena prizorišča:** Slikovita in zgodovinska prizorišča, kot so gradovi, palače in cerkve, zagotavljajo očarljivo vzdušje, ki dviguje koncertno izkušnjo.

- **Dostop do mednarodnih trgov:** Geografska lega omogoča enostaven dostop turistom iz bližnjih evropskih držav, pa tudi Severne Amerike in Azije, kar širi potencialno občinstvo.

SLABOSTI

- **Omejena promocija:** Morda ni dovolj tržnih pobud, ki so posebej usmerjene v klasični glasbeni turizem, kar vodi do manjše prepoznavnosti med potencialnimi obiskovalci.
- **Sezonskost:** Dogodki klasične glasbe so pogosto sezonski, kar lahko privede do nihanja števila obiskovalcev in izzivov pri vzdrževanju celoletnega turizma.
- **Vprašanja dostopnosti:** Nekatera prizorišča morda niso popolnoma dostopna invalidom, kar omejuje dostopnost za širše občinstvo.
- **Visoki stroški:** Premium izkušnje, povezane s klasičnim glasbenim turizmom, so lahko stroškovno previsoke, kar lahko odvrne nekatere turiste.
- **Razdobljena in nepovezana ponudba** na področju kulturnega turizma ter pomanjkanje vizije.

PRILOŽNOSTI

- **Naraščajoče zanimanje za kulturni turizem:** Na svetovni ravni narašča trend poglobljenih kulturnih izkušenj, ki jih je mogoče izkoristiti za promocijo klasičnega glasbenega turizma.
- **Sodelovanje z izobraževalnimi ustanovami:** Partnerstva z univerzami in konservatoriji lahko spodbujajo izobraževalne programe, delavnice in mojstrske tečaje, ki privabljajo študente in navdušence.
- **Strategije digitalnega trženja:** Uporaba družbenih medijev in spletnih platform lahko poveča izpostavljenost in angažiranost, doseže širše občinstvo in mlajše demografske skupine.
- **Tematski izleti in paketi:** Razvoj prilagojenih potovalnih paketov, ki združujejo klasične glasbene izkušnje z lokalno kuhinjo, vinskimi turnejami in drugimi kulturnimi dejavnostmi, lahko privabijo različne turistične segmente.

NEVARNOSTI

- **Konkurenca drugih destinacij:** Druge regije v Italiji in Evropi z uveljavljenimi turističnimi programi klasične glasbe lahko zasenčijo Furlanijo - Julijsko krajino.
- **Gospodarski dejavniki:** Gospodarski upadi ali nihanja lahko vplivajo na diskrecijsko porabo za potovanja in kulturne izkušnje, kar vpliva na število obiskovalcev.

- **Spreminjanje turističnih preferenc:** Ker se turisti vse bolj zanimajo za sodobne in netradicionalne glasbene oblike, se lahko klasični glasbeni turizem sooča z izzivi pri ohranjanju njegove privlačnosti.
- **Vpliv globalnih dogodkov:** Pandemije ali geopolitična vprašanja lahko motijo potovalne vzorce in pomembno vplivajo na turistične sektorje, vključno s kulturnimi dogodki.

6.1.4. Metropolitansko območje Benetke

KLJUČNA UGOTOVITEV	Benetke so pomembno kulturno središče z znamenitimi prizorišči, bogato zgodovino (Vivaldi, Verdi) in številnimi festivali. Močne glasbene institucije prispevajo k živahni kulturni sceni. Izzivi vključujejo množični turizem, sezonska nihanja in omejeno dostopnost. Priložnosti so v digitalizaciji, širjenju glasbene ponudbe in sodelovanju z lokalnimi umetniki, a mesto se sooča tudi s konkurenco, gospodarskimi vplivi in podnebnimi spremembami.
-------------------------------	---

PREDNOSTI

- **Bogata kulturna dediščina:** Zgodovinski pomen Benetk, arhitekturna lepota in umetniška tradicija ponujajo globoko in poglobljeno kulturno izkušnjo za navdušence nad klasično glasbo.
- **Ikonična prizorišča:** Mesto se ponaša s številnimi svetovno znanimi koncertnimi prizorišči, vključno z operno hišo La Fenice, Chiesa di San Giorgio Maggiore in Palazzo Ducale, ki zagotavljajo edinstvene in atmosferske nastavitve za predstave.
- **Zgodovinski pomen:** Vloga Benetk pri razvoju zahodne klasične glasbe, s skladatelji, kot sta Vivaldi in Monteverdi, povezana z mestom, prispeva k privlačnosti ljubiteljev glasbe.
- **Močno glasbeno izobraževanje in institucije:** Benetke imajo uspešno glasbeno izobraževalno sceno s priznanimi konservatoriji in glasbenimi šolami, ki prispevajo k glasbeni vitalnosti mesta.
- **Festivali in dogodki:** Mesto skozi vse leto gosti različne festivale in dogodke klasične glasbe, ki privabljajo lokalno in mednarodno občinstvo.

SLABOSTI

- **Gneče:** Na vrhuncu turistične sezone lahko Benetke postanejo prenatrpane, kar vpliva na izkušnjo obiskovalcev in ustvarja izzive za uživanje v klasičnih glasbenih nastopih.
- **Omejena dostopnost:** Nekatera zgodovinska prizorišča v Benetkah imajo lahko omejeno dostopnost za invalide, kar bi lahko oviralo njihovo sposobnost sodelovanja v kulturnih dejavnostih.

- **Sezonska nihanja:** Turizem v Benetkah lahko doživi znatna sezonska nihanja, z največjimi obdobji poleti in mirnejšimi časi izven sezone.

PRILOŽNOSTI

- **Diverzifikacija kulturne ponudbe:** Benetke lahko razširijo svojo ponudbo kulturnega turizma izven klasične glasbe, da bi vključile druge žanre in umetniške discipline ter pritegnile širši krog obiskovalcev.
- **Nadgradnja kulturnega turizma klasične glasbe:** Razvijanje paketov, razstav in dogodkov kulturnega turizma, ki bi vključevali aktivnosti povezane z omenjenimi skladatelji in njihovim delom.
- **Digitalne inovacije:** Sprejemanje digitalnih tehnologij lahko izboljša izkušnjo obiskovalcev z virtualnimi ogledi, spletnimi vstopnicami in interaktivnimi razstavami.
- **Sodelovanje z lokalnimi skupnostmi:** Partnerstvo z lokalnimi glasbeniki, umetniki in kulturnimi organizacijami lahko ustvari pristne in privlačne izkušnje za obiskovalce.
- **Trajnostni turizem:** osredotočenost na trajnostne prakse lahko pomaga ohraniti beneško kulturno dediščino in okolje za prihodnje generacije.

NEVARNOSTI

- **Konkurenca drugih destinacij:** Druga mesta z močno kulturno dediščino in glasbeno tradicijo, kot so Dunaj, Salzburg in Firence, tekmujejo z Benetkami za klasični glasbeni turizem.
- **Gospodarski upad:** Gospodarski upad ali svetovna kriza lahko vplivajo na povpraševanje po turizmu, kar vpliva na beneško kulturno turistično industrijo.
- **Podnebne spremembe:** Naraščajoča morska gladina in drugi okoljski izzivi ogrožajo beneško kulturno dediščino in infrastrukturo.
- **Prekomerni turizem:** Nadaljnja nenadzorovana rast turizma lahko privede do prenatrpanosti, erozije kulturne pristnosti in negativnih vplivov na lokalno skupnost.

6.1.5 Skupne prednosti kulturnega in glasbenega turizma v štirih regijah (Primorsko-notranjska, Obalno-kraška, Furlanija - Julijska krajina, Benetke)

- **Bogastvo naravne in kulturne dediščine:** Regije ponujajo izjemne naravne znamenitosti (Postojnska jama, Snežnik, Cerkniško jezero, Jadranska obala) ter zgodovinske spomenike (gradovi, palače, cerkve), ki so idealni za kulturne dogodke in glasbene nastope.
- **Edinstvene koncertne lokacije** – gradovi, cerkve, palače in muzeji ustvarjajo neponovljivo koncertno doživetje. Med najbolj prestižnimi prizorišči so La Fenice v Benetkah, palače v Furlaniji ter gradovi v Sloveniji.

- **Močna glasbena tradicija:** Znane osebnosti, kot so Giuseppe Tartini, Miroslav Vilhar, Fran Gerbič, Alojz Srebotnjak, Antonio Vivaldi in Claudio Monteverdi, prispevajo k bogati glasbeni zapuščini.
- **Pestrost festivalov in dogodkov:** Od Mednarodnega mladinskega glasbenega festivala v Sloveniji do uglednih klasičnih glasbenih festivalov v Italiji, ki privabljajo domače in tuje obiskovalce.
- **Dostopnost in povezave:** Odlična prometna lega omogoča obiskovalcem iz Evrope, Severne Amerike in Azije enostaven dostop do regij, kar povečuje potencialni turistični trg.
- **Izobraževalne ustanove in strokovnjaki:** Konservatoriji, glasbene šole in muzeji s strokovnimi ekipami prispevajo k razvoju in ohranjanju kulturne dediščine ter izobraževanju mladih glasbenikov.
- **Dejavne kulturne in turistične organizacije:** Močna vloga muzejev in ostalih kulturnih ter turističnih ustanov, društev in lokalnih skupnosti pri ohranjanju dediščine ter razvoju kulturnega in glasbenega turizma.

Te skupne prednosti omogočajo razvoj edinstvenih kulturno-turističnih produktov, ki združujejo zgodovino, glasbo in naravne lepote ter nagovarjajo širok krog obiskovalcev.

7. CILJI IN VIZIJA

7.1. Vizija

Vizija strategije je oblikovati **prepoznavno, trajnostno in kulturno bogato turistično destinacijo**, ki temelji na dediščini Giuseppeja Tartinija ter drugih pomembnih kulturnih osebnosti in vsebinah čezmejnega območja. Ta destinacija bo združevala **glasbo, zgodovino, prostor in skupnost** v celostno kulturno-turistično izkušnjo, ki bo nagovarjala različne ciljne skupine obiskovalcev skozi vse leto.

Osrednji element vizije je **ohranjanje in sodobna interpretacija Tartinijeve zapuščine** – z raziskovanjem, dokumentiranjem in izdajanjem njegovih glasbenih in znanstvenih del, pa tudi s preučevanjem njegove mednarodne mreže sodelavcev. Pomembno je spodbujati **izvajanje Tartinijeve glasbe na zgodovinsko informiran način** ter razvijati **inovativne interpretacije**, ki bodo njegovo delo približale širšemu občinstvu in mlajšim generacijam.

Ob tem vizija vključuje tudi **prepoznavanje in valorizacijo drugih ključnih kulturnih osebnosti in elementov** z območja, ki s svojo dediščino sooblikujejo identiteto regije.

Na tej osnovi se razvija celovit kulturno-turistični ekosistem, ki združuje:

- razvoj in interpretacijo vsebin,
- inovativne kulturno-turistične produkte,
- dogodke, izobraževanja in usposabljanja,
- aktivno vlogo skupnosti,
- digitalizacijo in trajnostne pristope,
- ter mednarodno sodelovanje in mreženje.

Cilj je oblikovati destinacijo, ki bo **zgled evropske odličnosti** na področju kulturnega turizma, kjer se **tradicija povezuje z inovacijami**, kultura z naravo, lokalno z globalnim. S tem ustvarjamo podlago za **gospodarsko in družbeno vitalnost regije**, utrjujemo **kulturno identiteto skupnosti** ter zagotavljamo **trajnostne koristi tako obiskovalcem kot prebivalcem**.

Vizija nas vodi k ustvarjanju **avtentične, celostne in celoletne kulturno-turistične izkušnje**, ki bo slonela na spoštovanju preteklosti, ustvarjalnosti sedanjosti in odgovornosti do prihodnosti.

7.2. Poslanstvo - Zakaj razvijamo turizem in kaj nas pri tem vodi?

Vizija nas vodi k ustvarjanju **avtentične, celostne in celoletne kulturno-turistične izkušnje**, ki bo slonela na spoštovanju preteklosti, ustvarjalnosti sedanjosti in odgovornosti do prihodnosti.

Glavni cilj strategije je učinkovito **ovrednotiti in promovirati Tartinijevo dediščino in ostalih relevantnih kulturnih vsebin tega območja** ter **vzpostaviti trajnostno, privlačno, celostno, celoletno in živahno kulturno-turistično destinacijo**. Strategija temelji na življenju, delu in zapuščini Giuseppeja Tartinija ter drugih kulturnih znamenitostih, s čimer želi ustvariti celoletno, visokokakovostno ponudbo za glasbeni in kulturni turizem. Poudarek je na povezovanju Tartinijevega glasbenega in zgodovinskega pomena z naravnimi lepotami in kulturnim bogastvom regije ter oblikovanju edinstvenih doživetij za raznoliko občinstvo.

S poudarjanjem Tartinijevega pomena za regijo bo ta pobuda spodbudila sodelovanje med obiskovalci in lokalno skupnostjo ter krepila občutek pripadnosti in ponosa. Ključna ciljna skupina so glasbeni in kulturni turisti, ki jih zanima klasična glasba in zgodovina, pa tudi mladi, družine, starejši in izobraževalne skupine, ki iščejo poglobljene kulturne izkušnje. Poudarek na inovativnih oblikah predstavitve bo še posebej pritegnil mlajše generacije, ki bodo tako postale aktiven del kulturnega turizma v regiji.

Pomembno vlogo bodo imeli tudi prebivalci, ki bodo dejavni soustvarjalci kulturne in turistične ponudbe, kar bo pozitivno vplivalo na gospodarski in družbeni razvoj lokalnega okolja. Strategija ne temelji zgolj na privabljanju turistov, temveč na **ustvarjanju globoko doživete izkušnje, ki obiskovalce poveže s kulturno dediščino in umetnostjo, bogati lokalne skupnosti ter zagotavlja dolgoročno okoljsko, gospodarsko in kulturno trajnost**.

Vrednote in cilji, ki podpirajo to vizijo, so skrbno zasnovani tako, da usmerjajo vse vidike strategije – od začetnih faz načrtovanja do njenega neprestanega spremljanja in vrednotenja. Njihova uresničitve ne bo le prispevala k ohranjanju in promociji Tartinijeve zapuščine, temveč bo tudi omogočila trajnostni razvoj regije na način, ki koristi tako lokalnim prebivalcem kot obiskovalcem ter zagotavlja dolgoročno rast kulturnega in turističnega sektorja.

7.3. Vrednote

1. Kulturna obogatitev in izobraževanje

Osrednje vodilo te strategije je globoko spoštovanje preobrazbene moči kulture in izobraževanja. S promocijo Tartinijevega življenja in dela ter drugih kulturnih vsebin si ta pobuda prizadeva okrepiti kulturno identiteto regije. Ponudba raznovrstnih učnih priložnosti – od raziskovanja Tartinijeve kulturne poti in drugih kulturnih poti do sodelovanja na delavnicah in potopitve v glasbeno tradicijo območja – obiskovalcem vseh generacij omogočajo, da doživijo in cenijo umetniško ter kulturno dediščino kraja.

Vendar ta zavezanost izobraževanju presega zgolj turistični vidik. Z vključevanjem izobraževalnih programov za šole, lokalne glasbenike, umetnike in druge zainteresirane deležnike strategija spodbuja ustvarjalno sodelovanje ter oblikuje okolje, v katerem se znanje in kultura naravno prepletata ter prenašata med generacijami.

2. Trajnost in okoljsko upravljanje

Trajnostni turizem je ključen za uspeh in dolgoročno uresničevanje te vizije. Strategija spodbuja okolju prijazne prakse na vseh ravneh razvoja – od načrtovanja dogodkov in prometne infrastrukture do skrbnega upravljanja naravnih krajin. Cilj je zagotoviti, da rast turizma ne bo potekala na račun bogatih naravnih in kulturnih dobrin regije.

Trajnost je vtkana v samo zasnovo strategije – od spodbujanja okolju prijaznih oblik prevoza, kot so električni avtobusi in izposoja koles, do ohranjanja zgodovinskih znamenitosti in slikovitih območij. Načelo »*ne puščaj sledi*« presega zgolj varovanje narave; zajema tudi družbeno in kulturno okolje ter spodbuja vse deležnike k odgovornemu turizmu, ki podpira lokalno skupnost in je usmerjen v njen dolgoročni razvoj, ne pa v izkoriščanje njenih virov.

3. Sodelovanje in opolnomočenje skupnosti

Uspešna strategija kulturnega turizma lahko uspeva le, če ima lokalna skupnost aktivno vlogo. Ta pobuda si prizadeva premostiti vrzel med obiskovalci in prebivalci ter ustvariti vzdušje medsebojnega spoštovanja in sodelovanja. Lokalni prebivalci niso le pasivni opazovalci turizma, temveč kulturni ambasadorji - posamezniki, ki s svojimi osebnimi zgodbami, lokalnim znanjem ter vsebinami, povezanimi s Tartinijem in širšo kulturno dediščino, obogatijo izkušnjo obiskovalcev.

Strategija krepi občutek identitete in pripadnosti lokalnega prebivalstva ter jih spodbuja k aktivnemu sodelovanju pri oblikovanju turistične ponudbe. To vključuje razvoj kulturnih programov, oblikovanje inovativnih vsebin in ustvarjanje edinstvenih, avtentičnih doživetij, ki obiskovalcem omogočajo globlje razumevanje lokalne kulture in tradicije.

4. Vključenost in dostopnost

Vključenost je temeljno načelo te strategije. Cilj je ustvariti prostor, kjer se ljudje iz vseh družbenih skupin počutijo dobrodošle in enakovredno vključene – ne glede na starost, ozadje ali kulturne interese. Čeprav je poudarek na ljubiteljih glasbe, zgodovine in kulture, strategija nagovarja tudi mlajše generacije, družine, starejše in ranljive skupine, pri čemer zagotavlja raznolike, dostopne in prilagodljive vsebine.

Razvoj digitalnih orodij, kot so mobilne aplikacije in virtualne izkušnje, omogoča širši dostop do Tartinijeve zapuščine ter bogate umetniške in kulturne dediščine. Na ta način lahko kulturne vsebine doživijo tudi tisti, ki imajo omejeno mobilnost ali manj priložnosti za fizični obisk prizorišč.

5. Inovativnost in ustvarjalnost

Strategija poudarja, da kulturni turizem ni statičen – razvijati se mora, da ostane privlačen v hitro spreminjajočem se svetu. Zato sta ustvarjalnost in inovativnost ključnega pomena za privabljanje novega občinstva in ohranjanje zanimanja.

Združevanje klasične glasbe in drugih kulturnih vsebin s sodobnimi digitalnimi tehnologijami, kot so navidezna resničnost in interaktivne predstave, omogoča, da Tartinijeva zapuščina ostaja sveža in vznemirljiva, zlasti za mlajše občinstvo. Z vključevanjem sodobnih kulturnih formatov, kot so glasbeni remixi ali pop-up predstave v lokalnih kavarnah, lahko regija pritegne nov val obiskovalcev, ki običajno ne obiskujejo tradicionalnih koncertnih dvoran.

7.4. Cilji

1. Vzpostavitev regije kot celoletne kulturne destinacije

Eden ključnih ciljev te strategije je oblikovanje trajnostne in celoletne ponudbe kulturnega turizma, ki ni vezana na sezonske vrhove. To pomeni razvoj bogatega koledarja dogodkov in programov, ki zajemajo vse letne čase – od poletnega vrveža do zimskega miru.

Osrednje mesto v tej viziji ima festival Tartini, ki predstavlja temelj kulturnega dogajanja. Njegovo ponudbo dopolnjujejo številne prireditve izven glavne sezone, kot so zimski festivali komorne glasbe, spomladanski koncerti in druge umetniške pobude. Tako regija ohranja svojo kulturno dinamiko skozi vse leto.

Ključ do uspeha je skrbno ravnanje med tradicijo in inovativnostjo – preplet klasičnih vsebin s sodobnimi pristopi, ki pritegnejo širok krog obiskovalcev in zagotavljajo, da destinacija ostaja privlačna v vseh letnih časih.

2. Krepitev povezave med glasbo, naravo in kulturo

Naravne lepote čezmejnega območja predstavljajo neprecenljiv dar, ki ga ta strategija prepleta z glasbo in kulturno ponudbo, da bi ustvarila edinstvena in poglobljena doživetja. Koncerti na prostem v vinogradih, parkih in ob obali bodo obiskovalcem omogočili, da Tartinijevo glasbo doživijo v nekaterih najlepših in najbolj očarljivih kotičkih regije.

Poseben čar bodo prinesle tudi glasbene pohodniške izkušnje, kjer se zvoki klasične glasbe prepletajo s spokojnostjo narave in spremljajo obiskovalce na njihovem raziskovanju slikovitih poti. Tako se čustvena moč Tartinijeve glasbe zlije z obnovitveno energijo naravnega okolja.

Strategija vključuje tudi povezovanje lokalne kulture prek partnerstev z umetniki, kuharji in obrtniki, kar omogoča, da glasba postane prehod v globlje raziskovanje tradicije regije.

3. Razvoj digitalne in interaktivne kulturne izkušnje

V sodobnem svetu, kjer tehnologija vse bolj oblikuje naše izkušnje, si regija prizadeva izkoristiti digitalna orodja za obogatitev doživetij obiskovalcev, zlasti v povezavi s Tartinijevo potjo. Mobilna aplikacija in avdio vodnik bosta obiskovalcem omogočila, da v svojem ritmu raziskujejo skladateljevo zgodovino in glasbo ter na interaktiven in prilagojen način odkrivajo ključne lokacije njegove kulturne dediščine.

Poleg tega bodo digitalne inovacije, kot so izkušnje z navidezno resničnostjo in digitalne projekcije, klasični glasbi dodale sodoben pridih, presegle tradicionalne ovire ter pritegnile mlajše občinstvo, ki morda ni vajeno klasičnih oblik glasbenega izraza.

4. Spodbujanje gospodarske rasti in ustvarjanja delovnih mest

Kulturni turizem ima izjemen potencial za spodbujanje gospodarske rasti. Strategija predvideva model, v katerem razvoj turizma neposredno podpira lokalno gospodarstvo. Intenzivna promocija kulturne dediščine regije bo koristila lokalnim podjetjem – od gostinskih storitev do obrtnikov in restavracij – saj bo povečana prepoznavnost regije pritegnila več obiskovalcev.

Ustvarjanje novih delovnih mest bo ključnega pomena, saj se bodo odprle priložnosti v načrtovanju dogodkov, turističnih storitvah in kulturnem programiranju. Obstoječi ponudniki bodo lahko obogatili svojo osnovno ponudbo s kulturnimi vsebinami, kot so povezovanje kulinarike in glasbe ter vključevanje kulturnih programov v nastanitvene storitve.

Poleg tega bo ta pobuda zagotovila pravično porazdelitev gospodarskih koristi, tako da bodo prebivalci občutili pozitivne učinke turizma tudi v svojem vsakdanjem življenju.

5. Zagotavljanje ohranjanja in raziskovanja kulturne in naravne dediščine

Medtem ko strategija podpira rast, daje prednost ohranjanju edinstvenih kulturnih in naravnih virov regije. Zaščita in raziskovanje zgodovinskih znamenitosti, pokrajin in lokalnih tradicij bo temelj razvoja turizma. Ne glede na to, ali gre za trajnostno arhitekturo, odgovorno rabo kulturne krajine ali promocijo okolju prijaznih turističnih praks, je cilj ohraniti celovitost regije in hkrati obiskovalcem zagotoviti bogate izkušnje.

Ohranjanje kulture bo podprto s partnerstvi z lokalnimi institucijami, umetniki in zgodovinarji, kar bo zagotovilo, da se zapuščina Tartinija in regije prenese na prihodnje generacije.

6. Oblikovanje, izboljšanje in promocija kulturnih turističnih proizvodov in storitev ter povezovanje med ponudniki

Potrebno je razvijati inovativne in vrhunske kulturno-turistične produkte in storitve, ki temeljijo na edinstveni glasbeni, kulturni in naravni dediščini čezmejnega območja, ter jih učinkovito promovirati tako na domačem kot tudi na mednarodnem trgu.

7. Spodbujanje izobraževanja v kulturnem turizmu

Krepitev izobraževalnih dejavnosti bo izboljšala razumevanje kulturne dediščine in glasbe, kar bo obiskovalcem omogočilo globljo in bolj smiselno izkušnjo prostora.

Vrednote in cilji, izraženi v tej strategiji, odražajo vizijo kulturnega turizma, ki je trajnosten, vključujoč in napreden. S povezovanjem življenja in zapuščine Giuseppeja Tartinija z drugimi umetnostmi, kulturo ter naravnimi lepotami regije pobuda ponuja model, kako lahko turizem hkrati ohranja in bogati skupnost.

Ko bodo te vrednote in cilji uresničeni, bo regija postala ne le živahna kulturna destinacija, temveč tudi zgled, kako lahko kulturni turizem ustvari trajne gospodarske, socialne in okoljske koristi – tako za domačine kot za obiskovalce.

8. STRATEGIJA ZA URESNIČITEV CILJEV KULTURNEGA TURIZMA

8.1. Strategija - naša pot

Kulturni turizem je močno orodje za razvoj trajnostnih destinacij, saj obiskovalcem omogoča spoznavanje lokalne dediščine, umetnosti, zgodovine in načina življenja. Naša strategija temelji na izkoriščanju bogate kulturne zapuščine regije, s posebnim poudarkom na življenju in delu Giuseppeja Tartinija, enega najpomembnejših skladateljev evropske glasbene zgodovine, prav tako pa ne izključuje ostalih pomembnih kulturnih vsebin čezmejnega območja. To je tudi naš načrt za zasnovo celovite strategije, ki bo regijo postavila na svetovni zemljevid kulturnega turizma. V nadaljevanju bomo predstavili ključne elemente strategije, ki vključujejo vzpostavitev tematskih kulturnih poti, razvoj celoletne kulturne ponudbe, inovativne pristope za mlajše generacije ter povezovanje kulture z naravo in lokalno skupnostjo.

1. Vzpostavitev »Tartinijeve kulturne poti

Prvi steber strategije je vzpostavitev **»Tartinijeve kulturne poti«**, tematske poti, ki povezuje ključne lokacije, povezane s Tartinijevim življenjem in zapuščino. Ta pot bo vključevala kraje, kot so njegov rojstni kraj v Piranu, hiša, kjer je odraščal, prizorišča, kjer je nastopal, ikonično gledališče Tartini in slikovite pokrajine, ki so morda navdihnile njegovo glasbo.

Ob tej poti bodo na strateških lokacijah urejeni manjši muzeji in razstave, ki bodo obiskovalcem ponudili poglobljen vpogled v Tartinijevo življenje in glasbo. Za dopolnitev itinerarja bo zasnovan avdio vodnik ali mobilna aplikacija, ki bo obiskovalcem omogočila, da pot doživijo v svojem tempu. To digitalno orodje bo vsebovalo ne le podrobne informacije o vsaki lokaciji, temveč tudi vzorce Tartinijeve glasbe, kar bo potovanje obogatilo s poglobljeno slušno izkušnjo. Na podoben način bo podprt tudi razvoj drugih kulturnih poti v čezmejni regiji.

2. Razvoj celoletne kulturne ponudbe

Ključni del strategije je **razvoj celoletne kulturne ponudbe**. Festival Tartini bo osrednji del te pobude, saj vsako leto privablja obiskovalce z izvedbami Tartinijevih del ter sodelovanjem z mednarodnimi orkestri in glasbeniki.

Festival bo zasnovan tako, da bo dostopen širšemu občinstvu. Vključeval bo široko paleto glasbenih zvrsti – od tradicionalnih klasičnih predstav do sodobnih interpretacij Tartinijeve glasbe. Poleg tega bodo program dopolnjevali programi ozaveščanja, kot so mojstrski tečaji in delavnice, namenjeni mladim glasbenikom in izobraževalnim skupinam, zaradi česar bo festival postal vključujoč dogodek za obiskovalce vseh generacij.

Da turizem ne bo omejen le na vrhunec poletnih mesecev, bodo razviti programi izven sezone, kot so jesenski in spomladanski koncerti ali zimski festival komorne glasbe. Ti dogodki bodo potekali v zaprtih prostorih, kar bo zagotovilo, da bo regija ostala privlačna destinacija skozi vse leto. Ponudbo bodo dopolnjevali manjši koncerti in edinstvena kulturna srečanja, kot so solsticijske predstave ali silvestrski koncerti.

3. Osredotočenost na mlajše generacije in sodobni pristopi k promociji

Osrednji del strategije bo usmerjen v **mlajše generacije**. **Združevanje sodobnih elementov s klasično glasbo** bo omogočilo dogodke, kot je *Tartini in tehnologija*, kjer se bodo klasične skladbe prepletale z digitalnimi inovacijami, virtualno resničnostjo, digitalnimi projekcijami in interaktivnimi predstavami. Pop-up koncerti v lokalnih kavarnah, parkih in na ulicah bodo Tartinijevo glasbo predstavili novemu občinstvu v neformalnem, sodobnem okolju in poustvarjali njegova dela z remiksi in sodobnimi interpretacijami. Tovrstni dogodki bodo pritegnili mlajše obiskovalce, ki se običajno ne udeležujejo tradicionalnih klasičnih glasbenih predstav, hkrati pa jim bodo ponudili priložnost, da se povežejo z bogato glasbeno dediščino regije.

4. Partnerstva in povezovanje

Povezovanje glasbe z naravo in lokalno kulturo je še en ključni vidik strategije. Koncerti na prostem in glasbeni festivali v slikovitih naravnih okoljih, kot so parki, vinogradi in obmorske lokacije, bodo obiskovalcem omogočili edinstveno doživetje.

Razvili bi lahko tudi glasbeno-pohodniške izkušnje, kjer bi obiskovalci ob poslušanju Tartinijevih skladb raziskovali slikovite pokrajine na vodenih ogledih ter na ta način združili naravne lepote regije s čustveno močjo njegove glasbe. **Partnerstva z lokalnimi umetniki, kuharji in obrtniki** bodo te izkušnje dodatno obogatila, saj bodo glasbo prepletla z drugimi vidiki regionalne kulture.

Umetniške razstave, navdihnjene s Tartinijevim življenjem in glasbo, kulinarčni festivali s specialitetami iz skladateljeve dobe ter tradicionalne obrtne delavnice bodo obiskovalcem ponudili poglobljen vpogled v kulturno dediščino regije.

5. Sodelovanje skupnosti

Sodelovanje skupnosti je osrednja tema strategije. Prebivalce bomo spodbujali k vlogi kulturnih ambasadorjev, ki bodo z osebnimi zgodbami in povezavami s Tartinijem ter drugimi kulturnimi potenciali obogatili izkušnjo obiskovalcev. Lokalni glasbeniki in orkestri bodo promovirani skupaj z mednarodnimi izvajalci, kar bo poudarilo talent regije in ustvarilo pristno kulturno vzdušje. Izobraževalni programi za domačine bodo krepili vezi med skupnostjo in turistično industrijo. Dejavnosti, kot so zgodovinski sprehodi, glasbena pričevanja in srečanja z umetniki, bodo lokalnemu prebivalstvu omogočile neposredno sodelovanje z obiskovalci ter spodbudile obojestransko koristno izmenjavo znanja in izkušenj.

6. Tržna prizadevanja in promocija

Za krepitev identitete regije kot destinacije kulturnega turizma bodo ključna tudi **tržna prizadevanja**. **Tartini bo pozicioniran kot osrednja osebnost kulturne blagovne znamke**, ki bo njegovo zapuščino povezala z naravnimi lepotami in umetniško dediščino regije. Kampanje na družabnih omrežjih, partnerstva z vplivneži in sodelovanje z glasbenimi blogerji ter turističnimi vlogerji bodo pomagali doseči širše občinstvo, zlasti mlajše turiste.

Poseben poudarek bo na pripovedovanju zgodb, razvijanju prepričljivih pripovedi o Tartinijevem življenju, njegovi povezanosti z regijo in vplivu na klasično glasbo.

Na tem območju se bodo gradile tudi zgodbe, povezane z bogato kulturno ponudbo in pomembnimi osebami za območje (npr. Antonio Tarsia v Slovenski Istri in Miroslav Vilhar v Primorsko-notranjski regiji). Te zgodbe bomo predstavili prek digitalnih vsebin, podcastov in videoposnetkov, s čimer bomo obiskovalce vključili tako pred njihovim prihodom kot po njem.

7. Infrastrukturne izboljšave in trajnostni razvoj

Za podporo tem prizadevanjem bodo izvedene **infrastrukturne izboljšave**. Prometne povezave bodo izboljšane, da bo potovanje med ključnimi lokacijami Tartinijeve poti enostavnejše, pri čemer bo poseben **poudarek na trajnostnih možnostih**, kot so električni avtobusi in najem koles.

Informacijski centri za obiskovalce bodo strateško razporejeni po vsej regiji ter bodo ponujali večjezična gradiva in prilagojene predloge glede na interese obiskovalcev. Lokalne hotele in ponudnike nastanitev bomo spodbujali k ustvarjanju prilagojenih paketov, s poudarkom na ponudbi kulturnega turizma in zagotavljanjem kakovostne izkušnje od prihoda do odhoda.

Nazadnje bo strategija dajala prednost trajnostnemu razvoju in dolgoročnim koristim skupnosti. Razvoj turizma bo neposredno podprl lokalno gospodarstvo z ustvarjanjem delovnih

mest, spodbujanjem trajnostnih praks in podporo lokalnim podjetjem. Ohranjanje kulturne dediščine bo ključno, da rast turizma ne bo potekala na račun arhitekturne, zgodovinske ali naravne dediščine regije. Za spremljanje uspešnosti strategije bo uveden sistem povratnih informacij, ki bo zajemal mnenja turistov in lokalne skupnosti ter omogočal nenehno izboljševanje ponudbe.

Zaključek

Z razvojem celovite in trajnostne strategije kulturnega turizma, ki temelji na zapuščini Giuseppeja Tartinija, lahko regija postane živahna, celoletna destinacija, privlačna širokemu krogu obiskovalcev. Ta pristop bo združil moč glasbe, umetnosti, zgodovine in lokalne kulture z naravnimi lepotami regije ter ponudil edinstvene izkušnje, ki bodo ustvarjale globoko povezavo med obiskovalci in lokalno skupnostjo.

8.2. Strateški cilji in področja ukrepanja

8.2.1. Strateško področje delovanja: Razvoj

Cilj	Izboljšati in razširiti ponudbo kulturnega turizma. Povezati, okrepiti in izboljšati kakovost, trajnost ter digitalizacijo kulturnih proizvodov in programov, s poudarkom na Tartinijevi poti. Razvijati izdelke na povezovalen, trajnosten, digitalen in vključujoč način.
-------------	---

Ukrep 1: Povezati, nadgraditi infrastrukturo, programe in trženje ter okrepiti upravljanje, izkušnje, celoletno dostopnost in digitalizacijo kulturnih turističnih produktov s poudarkom na Tartinijevi poti.

Aktivnosti:

1. Digitalizacija kulturnih znamenitosti in muzejev (virtualni ogledi, interaktivne razstave).
2. Razvoj skupnih turističnih programov in itinerarjev. Na primer, razvoj butične turistične izkušnje, osredotočene na raziskovanje življenja in zapuščine Giuseppeja Tartinija, kot je izjemen voden ogled mesta Piran, ki poudarja njegov zgodovinski pomen.
3. Izboljšanje dostopnosti kulturnih znamenitosti za osebe z različnimi oviranostmi.
4. Kandidatura Tartinijeve poti za oznako Sveta Evrope.

Ukrep 2: Razvoj novih medsektorskih paketov za kulturni turizem.

Aktivnosti:

1. Oblikovanje paketov, ki združujejo glasbo, kulinariko in kulturo.

2. Sodelovanje z lokalnimi ponudniki pri razvoju pustolovskega turizma.
3. Promocija kulturnega turizma s festivali in tematskimi dogodki.
4. Vzpostavitev Tartinijeve evropske kulturne poti: povezovanje in nadgradnja infrastrukture, programov in trženja ter okrepitev upravljanja, izkušenj, celoletne dostopnosti in digitalizacije kulturnih turističnih produktov s poudarkom na Tartinijevi poti.
5. Povezovanje glasbe in drugih kulturnih ponudb z naravo in lokalno kulturo.
6. Vzpostavitev rednega cikla koncertov klasične glasbe, predvsem v poletnih mesecih, v sodelovanju z vsemi kulturnimi deležniki, ki so že aktivni v tovrstnih pobudah.
7. Izvedba mednarodnega festivala »Le Note di Tartini e Tarsia/ Tartinijeve in Tarsijeve noči«.
8. Razvoj novih medsektorskih paketov kulturnega turizma - priprava kulturnih in turističnih dogodkov na temo B2B. (business-to-business) sodelovanju, torej na povezovanju in sodelovanju med podjetji.
9. Organizacija razstave, ki prikazuje Tartinijevo življenje, delo in vpliv na beneško glasbeno kulturo.
10. Postavitev stalne razstave v novem Museo della Musica na Conservatorio Benedetto Marcello v Benetkah.

Ukrep 3: Povezovanje glasbe in drugih kulturnih ponudb z naravo in lokalno kulturo. Partnerstva z lokalnimi umetniki, kuharji in obrtniki bodo te izkušnje obogatila s prepletanjem glasbe z drugimi vidiki regionalne kulture.

Aktivnosti:

1. Organizacija koncertov na odprtih lokacijah v naravi.
2. Povezovanje kulinaričnih doživetij s klasično glasbo.
3. Ustvarjanje interaktivnih kulturnih poti, ki vključujejo glasbene postanke.

Ukrep 4: Izboljšati digitalno okolje za povečanje stopnje digitalizacije turizma.

Aktivnosti:

1. Razvoj mobilne aplikacije za vodenje po Tartinijevi poti.
2. Implementacija naprednih tehnologij (AR, VR) v kulturno izkušnjo.
3. Ustvarjanje večjezičnih digitalnih vsebin za promocijo kulturne dediščine.

Ukrep 5: Infrastruktura (izboljšane prometne povezave med mesti na Tartinijevi poti, uporaba trajnostne mobilnosti) in neposredne storitve na podjetniški ravni (butični pristop, trajnost, kakovost, digitalizacija).

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev kolesarskih stez in pešpoti med ključnimi znamenitostmi.
2. Razvoj trajnostnih prometnih rešitev (e-vozila, skupinski prevoz, izboljšanje povezav javnega prometa).
3. Podpora podjetjem pri digitalizaciji in trajnostnem poslovanju.

Ukrep 6: Sodelovanje skupnosti – povezovanje lokalnega prebivalstva za vključevanje v aktivnosti kulturnega turizma. Lokalni glasbeniki in kulturni strokovnjaki se bodo povezali s tujimi izvajalci in ustvarili pristno kulturno vzdušje.

Aktivnosti:

1. Vključevanje lokalnih skupnosti v organizacijo dogodkov.
2. Spodbujanje sodelovanja med lokalnimi in mednarodnimi umetniki.
3. Organizacija delavnic in izobraževalnih programov za domačine o umetnosti in kulturni dediščini.

8.2.2. Strateško področje delovanja: Promocija in trženje

Cilj	Izboljšati promocijo in trženje kulturne ponudbe regije, s poudarkom na Tartiniju. Povečati prepoznavnost kulturne ponudbe na čezmejnem območju, okrepiti trženje digitalnih vsebin za izboljšanje prepoznavnosti čezmejnega območja in Tartinija ter zagotoviti skupno trženje.
-------------	--

Ukrep 1: Razviti, okrepiti in učinkovito upravljati skupno destinacijsko blagovno znamko Tartini.

Aktivnosti:

1. Izdelava vizualne podobe in marketinških smernic za blagovno znamko Tartini.
2. Organizacija promocijskih dogodkov v Sloveniji in Italiji.
3. Sodelovanje z vplivneži in mediji za širjenje prepoznavnosti.
4. Vzpostavitev standardov kakovosti za vključene ponudnike.
5. Ustanovitev namenske informacijske točke Tartini - specializiranega turističnega središča, ki je v celoti osredotočeno na Giuseppeja Tartinija, obiskovalcem ponuja poglobljen vpogled v njegovo življenje, delo in povezavo s Piran-Piranom.

Ukrep 2: Ustvariti jasno komunikacijsko strategijo in razviti visokokakovostna, sodobna in redno posodobljena orodja tržne infrastrukture za podporo digitalnemu trženju, ki temelji na vsebini.

Aktivnosti:

1. Priprava komunikacijske strategije.
2. Izvedba promocije turizma klasične glasbe in povečanje sredstev za ta namen. Odmik od regionalnega konteksta.
3. Priprava trženja za posamezne turistične pakete in organizacije s področja kulturnega turizma.
4. Vzpostaviti večjezične spletne platforme za kulturni turizem.
5. Razvoj serije promocijskih video vsebin in digitalnih kampanj.
6. Optimizacija družbenih medijev in oglaševanje na ciljnih trgih.
7. Priprava študije na temo identifikacije potencialnih turistov iz tujih držav, ki jih zanima področje kulturnega turizma klasične glasbe na čezmejnem območju.
8. Ciljno usmerjena promocija in večja sredstva za ta namen. Odmik od regionalnega konteksta.

Ukrep 3: Spodbujanje trajnostnih poslovnih modelov

Aktivnosti:

1. Vzpostavitev enotnega sistema za neposredne rezervacije kulturnih doživetij.
2. Povezovanje ponudnikov kulturnega turizma s platformami za rezervacije.
3. Promocija prodaje kulturnih paketov prek lokalnih turističnih organizacij.

8.2.3. Strateško področje delovanja: upravljanje

Cilj	Okrepiti medsektorsko sodelovanje med turizmom, kulturo in ustvarjalnimi industrijami ter medregionalno sodelovanje pri razvoju, promociji, trženju in izobraževanju kulturnih turističnih produktov.
-------------	---

Ukrep 1: Ustanovitev medsektorske delovne skupine za razvoj kulturnega turizma, vključno z izobraževalnimi delavnicami (digitalizacija, razvoj izdelkov, gostinstvo).

Aktivnosti:

1. Organizacija rednih srečanj in delavnic za usposabljanje akterjev v kulturnem turizmu.
2. Povezovanje turističnih in kulturnih institucij z namenom izmenjave dobrih praks.
3. Definiranje in udejanjanje skupnih projektov, aktivnosti (npr. organizacija skupnih projektov, kjer lokalni umetniki, glasbeniki in obrtniki prispevajo k ustvarjanju edinstvenih kulturnih doživetij za turiste).

Ukrep 2: Vzpostavitev redne komunikacije med projektnimi partnerji in organizacija letnih usposabljanj.

Aktivnosti:

1. Redna virtualna srečanja: organiziranje mesečnih ali četrtnih virtualnih srečanj za spremljanje napredka, izmenjavo informacij in reševanje morebitnih izzivov.
2. Letna srečanja z usposabljanji: načrtovana letna srečanja, ki vključujejo delavnice in usposabljanja na temo projektnega vodenja, medkulturne komunikacije ter specifičnih znanj s področja kulturnega turizma in klasične glasbe.
3. Izmenjava dobrih praks: spodbujanje partnerjev k izmenjavi izkušenj in dobrih praks pri vodenju podobnih projektov, kar lahko izboljša splošno učinkovitost.
4. Merjenje in vrednotenje: vzpostavitev mehanizmov za spremljanje in vrednotenje komunikacijskih aktivnosti in usposabljanj, da bomo lahko v realnem času prilagajali pristope za doseg boljših rezultatov.
5. Učinkovita komunikacije in konstruktivno sodelovanje med projektnimi partnerji.

Ukrep 3: Priprava letnega koledarja ključnih dogodkov in obveščanje partnerske mreže.

Aktivnosti:

1. Zbiranje podatkov o ključnih dogodkih: identifikacija pomembnih festivalov, koncertov, seminarjev in drugih kulturnih dogodkov, povezanih s klasično glasbo in kulturnim turizmom na čezmejnem območju.
2. Sodelovanje z lokalnimi organizatorji dogodkov, občinami, turističnimi društvi in kulturnimi ustanovami.
3. Izdelava in objava letnega koledarja: priprava spletnega interaktivnega koledarja na spletni strani projekta ali uporaba obstoječe platforme (Google Koledar, Eventbrite), redno posodabljanje. Koledar bo vključeval tudi interne sestanke in aktivnosti.

Ukrep 4: Zagotavljanje inovacij in potenciala človeških virov na tem območju.

Aktivnosti:

1. Razviti butično turistično izkušnjo, osredotočeno na raziskovanje Tartinijevega življenja in zapuščine, vključno z vodenjem, ki poudarja njegov zgodovinski pomen.
2. Organizacija tečajev in delavnic za razvoj veščin na področju kulturnega turizma in klasične glasbe (marketing, organizacija dogodkov, digitalna orodja).

3. Povezovanje z univerzami in šolami za spodbujanje raziskav in prakse na področju kulture in turizma.
4. Podpora mladim podjetnikom pri razvoju novih kulturnih in turističnih produktov.

Specializirana usposabljanja za lokalno osebje in vključevanje različnih strokovnjakov za svetovanje in delavnice.

Ukrep 5: Vzpostavitev spremljanja in vrednotenja, redno spremljanje uspešnosti izvajanja strategije, ki temelji na opredeljenih kazalnikih.

Aktivnosti:

1. Določitev ključnih kazalnikov (KPI), kot so število obiskovalcev, udeležba na dogodkih, povečanje mednarodne prepoznavnosti, zadovoljstvo udeležencev in število novo oblikovanih partnerstev.
2. Zbiranje mnenj projektnih partnerjev o sodelovanju, napredku in izzivih ter vključitev teh informacij v oceno uspešnosti.

8.2.4. Strateško področje delovanja: izobraževanje

Cilj	Izboljšati interpretacijo kulturne dediščine s poudarkom na klasični glasbi in tesneje povezati kulturni ter turistični sektor. S tem želimo okrepiti komunikacijske veščine turističnih delavcev, spodbuditi sodelovanje med kulturnimi, glasbenimi in turističnimi ustanovami ter razviti izobraževalne programe, ki bodo obiskovalcem omogočili boljše razumevanje kulturne dediščine. Hkrati želimo ustvariti privlačne turistične izkušnje, ki bodo klasično glasbo in ostalo kulturo predstavile na sodoben in interaktiven način ter s tem povečale prepoznavnost regije.
-------------	--

Ukrep 1: Usposabljanje in navdihovanje turističnih delavcev in vodnikov o dediščini, umetnosti in kulturi Giuseppeja Tartinija

Aktivnosti:

1. Spletni seminarji in delavnice o zgodovini in vplivu skladatelja Giuseppeja Tartinija na svetovno glasbeno dediščino.
2. Obiski Tartinijeve hiše in muzeja v Sloveniji (Piran) ter Italiji (npr. Padova), s pojasnili in predstavitevami njegovega glasbenega in kulturnega vpliva.
3. Interaktivni seminarji z glasbenimi strokovnjaki in umetniškimi raziskovalci za poglobljeno razumevanje Tartinijevega življenja in dela ter njegove povezanosti z lokalnim turizmom.

4. Usposabljanja za pripovedovanje zgodb ter vključitev Tartinijevega vpliva v turistične vodnike za poglobljen vpogled v zgodovino klasične glasbe v regiji.

Ukrep 2: Izboljšanje komunikacijskih veščin turističnih delavcev**Aktivnosti:**

1. Usposabljanja za izboljšanje komunikacijskih veščin turističnih delavcev, ki vključujejo tehnike aktivnega poslušanja in osebni pristop k spoznavanju potreb in interesov obiskovalcev.
2. Usposabljanje o kulturnem pristopu h komuniciranju s poudarkom na razumevanju kulturnih in zgodovinskih razlik med obiskovalci iz Italije in Slovenije.
3. Razvoj posebnih komunikacijskih strategij za predstavitev klasične glasbe in kulturne dediščine na privlačen način.
4. Simulacije in interaktivne igre za razvoj osebnega stika s turisti, vključno s primeri izkušenj obiskovanja koncertov in glasbenih dogodkov.

Ukrep 3: Spodbujanje sodelovanja med glasbenimi šolami, konservatoriji in turističnimi organizacijami pri pripravi izobraževalnih programov o kulturni dediščini klasične glasbe.**Aktivnosti:**

1. Skupni projekti med glasbenimi šolami in turističnimi organizacijami za oblikovanje tematskih izobraževalnih programov, ki bi vključevali obiske kulturnih znamenitosti, kot je Tartinijev trg, koncertne prireditve in muzeji.
2. Obiski in koncerti z lokalnimi glasbeniki v sodelovanju s konservatoriji, ki bi obiskovalcem omogočili neposreden stik z živo glasbeno dediščino.
3. Vzpostavitev mednarodnih izobraževalnih platform za izmenjavo znanja in izkušenj v zvezi z ohranjanjem in interpretacijo kulturne dediščine klasične glasbe na čezmejnem območju.

Ukrep 4: Razvoj izobraževalnih vsebin o kulturni dediščini**Aktivnosti:**

1. Razvoj učnih enot za turistične vodnike, obiskovalce in šolarje, ki vključujejo preučevanje glasbenih in umetniških vsebin ter njihovega vpliva na kulturni turizem.
2. Izobraževanje mladih o Tartinijevi glasbi in njeni vlogi v kulturni dediščini.
3. Digitalizacija glasbenih katalogov.

4. Sistematična vzgoja domače publike: priprava kulturnih modulov in različnih (kontinuiranih) programov za mlade, starejše ali podjetnike bo omogočila nadaljnjo izobraževalno širitev tega področja

Ukrep 5: Organizacija delavnic za turistične vodnike in zaposlene v kulturnih ustanovah o vključevanju klasične glasbe v turistično ponudbo in interpretaciji glasbenih znamenitosti.

Aktivnosti:

1. Izvedba praktičnih delavnic za turistične vodnike, kjer bi spoznali posebnosti interpretacije glasbenih znamenitosti, vključno s Tartinijevimi deli in njihovim pomenom za širši kulturni turizem.
2. Organizacija tematskih ogledov, ki vključujejo obisk koncertnih dvoran in spoznavanje zgodovine glasbe z vsemi interaktivnimi elementi, kot so živi koncerti ali udeležba na umetniških predstavah.

9. AKCIJSKI NAČRT

Izvajanje strategije za izboljšanje čezmejnega kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi zahteva strukturiran in pragmatičen pristop, ki zagotavlja učinkovito doseganje zastavljenih ciljev. Akcijski načrt služi kot podroben načrt za pretvorbo strateških ciljev v konkretne ukrepe, ki opisujejo specifične korake, potrebne vire in odgovornosti za njihovo uresničitev. To poglavje bo določilo ključne cilje akcijskega načrta in poudarilo njegovo vlogo pri operacionalizaciji širše strategije ob ohranjanju prilagodljivosti in trajnosti.

V akcijskem načrtu so zapisane prednostne naloge, ki jih bodo partnerji izvajali v okviru svojih zmožnosti, pri čemer niso zajete vse načrtovane aktivnosti strategije, temveč le tiste, za katere so zagotovljeni viri, strokovna podpora in operativna izvedljivost.

9.1. Razvoj

AKTIVNOST	Vzpostavitev Tartinijeve evropske kulturne poti: povezovanje in nadgradnja infrastrukture, programov in trženja ter krepitev upravljanja, celoletne dostopnosti in digitalizacije kulturno-turističnih proizvodov s poudarkom na Tartinijevi poti.
Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Izboljšati in razširiti ponudbo kulturnega turizma. Povezati, okrepiti in izboljšati kakovost, trajnost in digitalizacijo kulturnih proizvodov in

	programov s poudarkom na Tartinijevi poti. Razvijati produkte na trajnosten, digitalen in vključujoč način.
Na katero težavo cilja?	Vzpostavitev pogojev za kandidaturo Tartinijeve poti za pridobitev oznake Evropske kulturne poti Sveta Evrope.
Kratek opis ukrepov	• Oblikovanje ustreznega partnerstva, ki združuje ključne lokacije Tartinijevega življenja in diaspore njegovih učencev iz Šole narodov. • Povezovanje in nadgradnja infrastrukture, programov in trženja Tartinijeve poti. • Zagotovitev pogojev za kandidaturo Tartinijeve poti za oznako Evropske kulturne poti Sveta Evrope.
Odgovornost	Tržaški konservatorij za glasbo, vodilni partner projekta Tartini Bis
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Partnerje projektov tARTini in Tartini Bis koordinira Center za Tartinijeve študije, ki deluje v okviru Tržaškega konservatorija.
Kako se bo sledilo cilju?	Identifikacija potencialnih članov mreže Tartinijeve evropske kulturne poti na lokacijah, kjer je Tartini ali kjer so delovali njegovi učenci iz Šole narodov.
Časovni okvir	Pripravljalne aktivnosti v zvezi s kandidaturo za razpis Sveta Evrope Evropske kulturne poti 2026.

AKTIVNOST	Povezovanje glasbe in drugih kulturnih ponudb z naravo in lokalno kulturo. Partnerstva z lokalnimi umetniki, kuharji in obrtniki bodo obogatila kulturne dogodke, kjer se bo glasba prepletala z drugimi vidiki regionalne kulture. Organizacija koncertov in drugih kulturnih prireditev na prostem, v naravnih in kulturnih okoljih, kot so parki, gradovi, naravni rezervati itd.
Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Spodbujanje kulturnega življenja s povečanjem dostopnosti glasbenih dogodkov širši javnosti. Ohranjanje in promocija kulturne dediščine – uporaba zgodovinskih in naravnih znamenitosti za poudarjanje njihove vrednosti.
Na katero težavo ciljate?	Z organizacijo koncertov in kulturnih dogodkov na privlačnih lokacijah želimo: • povečati turistični potencial regije, • promovirati kulturne in umetniške dejavnosti,

	• povečati prepoznavnost lokalnih znamenitosti, • prispevati k ohranjanju kulturne dediščine, • spodbuditi zanimanje za naravo in trajnostni turizem.
Kratek opis ukrepov	Načrtovanje dogodkov: • Izbira primerne lokacije: izbor lokacij, ki so primerne za prireditve na prostem, kot so parki, gradovi, naravni rezervati ali drugi kulturni in naravni objekti. • Vključevanje skupnosti in povezovanje z lokalnimi izvajalci - izvedba koncertov in kulturnih dogodkov z vključevanjem lokalnih glasbenikov, umetnikov ali kulturnih skupin. • Vrsta dogodkov (koncerti klasične, ljudske ali sodobne glasbe, gledališke predstave, plesne predstave ali delavnice) - opredelitev vsebine dogodkov . • Ohranjanje kulturne dediščine - vključevanje lokalnih glasbenih tradicij in kulturnih elementov, ki bodo prispevali k večji avtentičnosti. Priprava in logistika: • Pridobitev dovoljenj - preverjanje dovoljenj za prireditve na javnih ali zavarovanih območjih, kot so naravni rezervati ali kulturni spomeniki. • Tehnična izvedba - iskanje tehničnih rešitev (zvočna oprema, razsvetljava, oder itd.), ki bodo v skladu z naravnimi in kulturnimi značilnostmi prostora. • Logistika - načrtovanje dostopnosti lokacije za obiskovalce, prevoza, parkirišča in ustreznih sanitarij. Promocija: • Oglaševanje - uporaba različnih kanalov, kot so spletna mesta, družbeni mediji, letaki in plakati, povezovanje z lokalnimi turističnimi organizacijami, potovalnimi agencijami in organizacijami. Ekološka in trajnostna načela: • Trajnostni turizem - spodbujati trajnostne prakse, kot so uporaba recikliranih materialov, zmanjšanje ogljičnega odtisa in spodbujanje okolju prijaznega prevoza. Ocena in povratne informacije: • Zbiranje povratnih informacij z namenom izboljšave prihodnjih dogodkov.
Odgovornost	PP5 RRA Zeleni kras

Kdo bo nudil podporo in pomoč	Turistične organizacije, projektni partnerji, RDO, kulturni akterji v regiji, npr. kulturni centri, zaposleni na občinah na področju kulture, kulturna društva, uveljavljeni lokalni umetniki.
Kako se bo sledilo cilju	Priprava letnih poročil za analizo doseženih ciljev in načrtovanje aktivnosti v prihodnosti (poročanje o številu organiziranih dogodkov in številu udeležencev).
Časovni okvir	3 leta (2025–2028)

AKTIVNOST	Vzpostavitev rednega cikla koncertov klasične glasbe, predvsem v poletnih mesecih, v sodelovanju z vsemi kulturnimi deležniki, ki so že aktivni v tovrstnih pobudah. To bi povečalo ugled Pirana-Pirano kot osrednje destinacije za ljubitelje klasične glasbe, hkrati pa turistom ponudilo priložnost, da med obiskom uživajo v vrhunskih glasbenih dogodkih.
Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Izboljšanje ponudbe kulturnega turizma in vključevanje občinstva z zagotavljanjem visokokakovostnih izkušenj klasične glasbe za prebivalce in obiskovalce.
Na katero težavo cilja?	Pobuda naslavlja pomanjkanje strukturirane in redne ponudbe koncertov klasične glasbe v Piranu-Pirano. Medtem ko različne kulturne organizacije organizirajo dogodke, ni enotnega pristopa, ki bi zagotavljal skladnost. Cilj tega ukrepa je utrditi prizadevanja, ustvariti prepoznaven koncertni cikel in okrepiti identiteto Piran-Pirano kot vodilne destinacije klasične glasbe.
Kratek opis ukrepov	Pobuda vključuje vzpostavitev niza koncertov klasične glasbe, osredotočenih predvsem na poletno sezono. V sodelovanju s kulturnimi ustanovami, lokalnimi glasbeniki in mednarodnimi izvajalci bo program zagotovil visoko umetniško kakovost, učinkovito promocijo in trajnostni razvoj glasbenih dogodkov. Koncerti bodo potekali na izbranih zgodovinskih in kulturnih prizoriščih Pirana-Pirano, kar bo dodatno povečalo kulturno privlačnost mesta.
Odgovornost	PP2 Občina Piran
Kdo bo nudil podporo in pomoč	Lokalne kulturne ustanove, glasbene akademije, organizatorji dogodkov, turistična združenja in zasebni sponzorji, ki bodo prispevali k načrtovanju, promociji in izvedbi koncertne serije.
Kako se bo sledilo cilju	Število letnih koncertov Stopnja prisotnosti in angažiranosti občinstva

	Povratne informacije obiskovalcev, glasbenikov in zainteresiranih strani Medijska pokritost in doseg promocije Gospodarski vpliv na lokalna podjetja in turistični sektor
Časovni okvir	3 leta

AKTIVNOST	Izvedba mednarodnega festivala "Le Note di Tartini e Tarsia/ Tartinijeve in Tarsijeve noči"
Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Izboljšati ponudbo turizma klasične glasbe kot turističnega produkta na področju Slovenske Istre.
Na katero težavo cilja?	Okrepitev identitete regije in obogatitev ter dvig kakovosti ponudbe turizma klasične glasbe.
Kratek opis ukrepov	• Organizacija glasbenega festivala, posvečenega Giuseppeju Tartiniju in Antoniu Tarsiji, s posebnim poudarkom na oblikovanju zimske izdaje za spodbujanje desezonalizacije turizma. • Prednostna naloga bo izbira lokacij, vključevanje umetnikov mednarodnega formata oblikovanje bogatega in raznolikega festivalskega koledarja ter vzpostavitev strateškega sodelovanja z lokalnimi in mednarodnimi kulturnimi institucijami.
Odgovornost	PP3 Unione Italiana
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Lokalne kulturne ustanove, glasbene akademije, organizatorji dogodkov, turistična združenja in zasebni sponzorji, ki bodo prispevali k načrtovanju, promociji in izvedbi koncertne serije.
Kako se bo sledilo cilju?	• Število letnih koncertov • Stopnja prisotnosti in angažiranosti občinstva • Povratne informacije obiskovalcev, glasbenikov in zainteresiranih strani • Medijska pokritost in doseg promocije • Gospodarski vpliv na lokalna podjetja in turistični sektor
Časovni okvir	Realizacija v obdobju treh let.

AKTIVNOST	Razvoj novih medsektorskih paketov kulturnega turizma - priprava kulturnih in turističnih dogodkov na temo B2B (business-to-business)
------------------	---

Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Izboljšati in razširiti ponudbo kulturnega turizma.
Na katero težavo ciljate?	Uvesti želimo kakovostne kulturne in turistične produkte s ciljem promocije kakovostne umetnosti in kulturne dediščine s turistično komponento. Tovrstni produkti predstavljajo pomembno dodano vrednost.
Kratek opis ukrepov	Vzpostavitev B2B kulturnih in turističnih paketov dogodkov, ki vključujejo koncerte in interpretacijo zgodb. Uspešna izvedba zahteva dobro načrtovanje, sodelovanje z različnimi partnerji in jasno komunikacijo med ponudniki in poslovnimi subjekti. Opredelitev cilja in teme dogodka - Jasna zgodba in tema: izbira osrednje teme, kot je npr. pomemben umetnik, zgodovinska osebnost, dediščina kraja ali kulturni fenomen. To bo osrednja točka, okrog katere bodo zgrajeni koncerti in interpretacije. Na primer: koncert, ki vključuje glasbo, povezano z lokalno kulturno dediščino, ali koncert pri spomeniku, ki pripoveduje zgodbo pomembne zgodovinske osebnosti. - Povezovanje zgodbe z glasbo: pri oblikovanju programa vključiti razmislek, kako se bo glasba, ki se bo izvajala (klasična, ljudska, sodobna), povezala z interpretirano zgodbo. Možna je tudi obratna smer – prilagajanje zgodbe glasbenemu repertoarju. Iskanje partnerjev in sodelovanje s partnerji - Organizatorji potovanj: sodelovanje s turističnimi agencijami, ki organizirajo posebne programe za skupine, da bi dogodke vključili v svojo ponudbo. - Kulturne ustanove: povezovanje z muzeji, galerijami, kulturnimi centri in drugimi institucijami, ki bodo pomagale interpretirati zgodbo in zagotoviti dostop do pomembnih informacij in gradiv. V tem kontekstu je pomembno tudi urediti predstavitev dogodka zunaj regije. - Lokalni umetniki in izvajalci: vključitev lokalnih glasbenikov, umetnikov in kulturnih skupin, ki prispevajo svoje znanje. - Ostali turistični ponudniki: sodelovanje z npr. turističnimi agencijami za oblikovanje paketov, ki vključujejo dogodke, nastanitve in kulinarične izkušnje. Oblika dogodka: Dogodki združujejo kulturne in turistične elemente, kot so:

- Uvodna interpretacija zgodbe: uvodna predstavitev pomembnega umetnika ali zgodovinskega dogodka, ki je povezan z lokacijo. Lahko gre za obisk muzeja, galerije ali spomenika z vodnikom.
- Koncert ali nastop: organizacija glasbenega dogodka, ki temelji na zanimivi zgodbi v povezavi z glasbo, ki jo je ustvaril umetnik, ali glasbo, ki je bila priljubljena v določenem obdobju zgodovine.
- Interaktivna delavnica ali sprehod: sodelovanje s strokovnjaki ali lokalnimi vodniki, ki lahko udeležence popeljejo na tematski sprehod po mestu ali kraju, ki vključuje pomembne točke za razumevanje kulturne dediščine.
- Povezovanje z naravnim okoljem: če se dogodki odvijajo v naravi, lahko vključujejo interpretacijo naravne dediščine in zgodovinskih povezav z naravo (npr. zgodbe o tem, kako so ustvarjalci tega prostora vključevali naravo v svoja umetniška ali obrtniška dela).

Promocija

- Skupna promocija z B2B partnerji: dogodek se promovira prek različnih kanalov (potovalne agencije, ponudniki namestitev, kulturne ustanove, mediji, lokalne skupnosti in spletne platforme).
- Osredotočenost na ciljno občinstvo: naslavljanje ciljnih skupin, kot so poslovni obiskovalci, novinarji, strokovnjaki za kulturni turizem, VIP gostje ali organizacije, ki iščejo inovativna kulturna doživetja za svoje stranke.
- Vsebine za poslovne partnerje: promocijski materiali, kot so brošure, predstavitve in promocijski paketi, so pripravljene za izmenjavo z drugimi poslovnimi subjekti, da bi pojasnili, kako določen dogodek vključiti v svojo turistično ponudbo.

Skrb za trajnost in okolje

- Zeleno upravljanje: ekološko osveščena organizacija dogodkov (zmanjšanje odpadkov, uporaba trajnostnih materialov, ozaveščanje obiskovalcev o okoljski odgovornosti).

Vrednotenje in povratne informacije

- Spremljanje uspešnosti: Dogodku bi moralo slediti zbiranje informacij s strani poslovnih partnerjev, udeležencev in lokalne skupnosti.

Odgovornost	PP5 – RRA Zeleni kras
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Turistične organizacije in destinacijski management: regionalne destinacijske organizacije, turistično informacijski centri, turistična in kulturna društva, muzeji in galerije, kulturni centri, glasbene šole,

	glasbeni konservatoriji, visoke šole in univerze, lokalni umetniki, ustvarjalne agencije in producenti, občine, ministrstva za kulturo, ministrstva za gospodarstvo, turistični operaterji in agencije, sponzorji, hotelirji, gostinci, ponudniki storitev, mediji.
Kako se bo sledilo cilju?	Poročanje in spremljanje števila udeležencev; stopnja ponovnega sodelovanja – koliko partnerjev je izrazilo zanimanje za ponovno sodelovanje; prihodki od prodaje vstopnic; skupni prihodki od sponzorstev: povečanje prihodkov za lokalna podjetja (npr. povečanje nočitev, obiskov restavracij in trgovin); donosnost naložbe - izračun razmerja med vloženimi sredstvi in dohodkom, da se oceni finančna učinkovitost dogodka; število sporočil za medije in objav v medijih; zbiranje povratnih informacij (ankete, intervjuji) udeležencev o njihovem zadovoljstvu z dogodkom, vključno z vsebino, organizacijo, kakovostjo nastopov in interpretacij; zmanjševanje odpadkov in trajnostni pristopi – spremljanje količine odpadkov, ki nastanejo med prireditvijo, in ukrepi za trajnostno ravnanje (recikliranje, uporaba ekoloških materialov, zmanjšanje porabe energije).
Časovni okvir	3 leta (2025 - 2028)

AKTIVNOST	Organizacija razstave, ki prikazuje Tartinijevo življenje, delo in vpliv na beneško glasbeno kulturo.
Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Ohranjanje in promocija Tartinijeve dediščine ter oblikovanje ponudbe za kulturne turiste.
Na katero težavo cilja?	Pomanjkanje doživetij, povezanih s Tartinijem, v Benetkah, prestižni kulturni destinaciji na Tartinijevi poti.
Kratek opis ukrepov	- Raziskovanje in zbiranje zgodovinskih dokumentov, glasbenih partitur in osebnih stvari, povezanih s Tartinijevim obdobjem v Benetkah. - Predstavitve zbirke na prestižni lokaciji, kot je Sala d'Oro, ter vključitev v obstoječo turistično ponudbo Palazzo Pisani. - Postavitev in promocija razstave o Tartiniju in Benetkah z izvirnimi deli, prepričljivim oblikovanjem in multimedijskimi vsebinami.
Odgovornost	PP6 Konservatorij za glasbo Benedetto Marcello iz Benetk

Kdo bo nudil podporo in pomoč	Vsebino bo kuriral direktor knjižnice konservatorija. Projekt bo podprl grafični oblikovalec, pri multimedijskih vsebinah pa bo sodeloval tudi video producent.
Kako se bo sledilo cilju	Uspešnost razstave se bo merila po številu obiskovalcev na otvoritvenem dogodku in številom obiskov razstave v celotnem obdobju njenega trajanja (od odprtja do končnega prenosa gradiva v muzejski prostor Konservatorija).
Časovni okvir	december 2024–marec 2025

AKTIVNOST	Postavitev stalne razstave v novem Museo della Musica leta 2025, tako bi zagotovili dolgoročno ohranitev in javno dostopnost Tartinijevega razstavnega gradiva, ga preselili v prenovljeni Museo della Musica na Conservatorio Benedetto Marcello in gradivo vključili v stalno zbirko muzeja (v letu 2025).
Prednostno področje/steber	Razvoj
Cilj	Ohranjanje in promocija dediščine Tartinija ter oblikovanje ponudbe za kulturne turiste.
Na katero težavo cilja?	Težava je popolna odsotnost doživetij na temo Tartini v Benetkah, ki ostajajo najpomembnejša turistična destinacija na Tartinijevi poti.
Kratek opis ukrepov?	Prenos gradiva s Tartinijeve razstave v Benetkah v Glasbeni muzej konservatorija Benedetto Marcello v trajni obliki. Na ta način bosta lik Tartinija in njegov prispevek k svetovni glasbi ostala vključena v turistično-kulturni krog Benetk.
Odgovornost	PP6 Konservatorij za glasbo Benedetto Marcello iz Benetk
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Kustos Tartinijeve razstave v Benetkah in grafični oblikovalec projekta bosta sodelovala pri prilagoditvi materialov novim prostorom v muzeju.
Kako se bo sledilo cilju?	Učinkovitost te aktivnosti se bo merila s številom obiskovalcev konservatorija, ki bodo v okviru obiska spoznali Tartinija.
Časovni okvir	Od marca 2025

9.2. Promocija in trženje

AKTIVNOST	Razvoj butične turistične izkušnje, osredotočene na raziskovanje Tartinijevega življenja in zapuščine, vključno z izjemnim vodenim ogledom mesta, ki poudarja njegov zgodovinski pomen.
------------------	---

Prednostno področje/steber	Promocija in trženje
Cilj	Povečanje privlačnosti Piran-Pirano za nove segmente obiskovalcev z velikim zanimanjem za umetnost, kulturo in urbane izkušnje.
Na katero težavo cilja?	Primarni turistični produkti destinacije Portorož-Piran se osredotočajo na »morje in sonce« in kongresno industrijo. Kulturni turizem še ni priznan kot produkt strateškega pomena. Pri pripravi novih strateških dokumentov je ključnega pomena zagotoviti sredstva za razvoj in promocijo kulturnega turizma, saj ima velik potencial za zmanjšanje sezonečnosti in privabljanje zahtevnejših obiskovalcev. Ta produkt dodaja vrednost in prestiž destinaciji ter lahko pozitivno vpliva na cenovno strategijo lokalnih turističnih ponudnikov.
Kratek opis ukrepov	Krepitev blagovne znamke Tartini v občini Piran-Pirano z razvojem celovitega vodnika po identiteti blagovne znamke (CGP Manual) in smernic za uporabo blagovne znamke v povezavi z drugimi občinskimi in partnerskimi blagovnimi znamkami. Vključitev identitete Piran-Pirano kot »Tartinijevega mesta« v splošno komunikacijsko strategijo in strategijo blagovne znamke občine. Razširitev ponudbe daril in spominkov na temo Tartinijeve in klasične glasbe ter izboljšanje njihove distribucije in trženja. Razvoj inovativnih promocijskih dogodkov, kot so koncerti na čolnih med festivalom Tartini, za ustvarjanje edinstvenih in nepozabnih kulturnih doživetij. Vključenost lokalne skupnosti v pripravo in izvedbo vodenega ogleda za krepitev kohezije skupnosti in povečanje pristnosti doživetja.
Odgovornost	PP2 Občina Piran - Pirano
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Lokalna in nacionalna turistična skupnost Lokalne, nacionalne in mednarodne turistične agencije Kulturne ustanove, združenja, izvajalci Lokalni umetniki in izvajalci Glasbene ustanove Hoteli in druge nastanitve
Kako se bo sledilo cilju?	Redno raziskovanje motivacije obiskovalcev in njihovega vedenja pri porabi Spremljanje števila obiskovalcev na presečišču umetnosti in kulture, s poudarkom na klasični glasbi Prihodki od prodaje vstopnic Število medijskih objav in poročil

	Zbiranje povratnih informacij obiskovalcev
Časovni okvir	5 let

AKTIVNOST	Ustanovitev informacijske točke Tartini - specializiranega turističnega središča, osredotočenega na Giuseppeja Tartinija, ki obiskovalcem ponuja poglobljen vpogled v njegovo življenje, delo in povezavo s Piran-Piranom.
Prednostno področje/steber	Promocija in trženje
Cilj	Promocija Tartinija in kulturnega turizma ter zagotavljanje celovite in dostopne informacijske podpore turistom, obiskovalcem, lokalni skupnosti in partnerjem na turističnem področju.
Na katero težavo cilja?	Cilj je obravnavati razdrobljenost informacij o Tartiniju, ki jih trenutno upravljajo različne institucije in organizacije brez centraliziranega pristopa. Zaradi te razpršenosti je prebivalcem, obiskovalcem in raziskovalcem težko dostopati do celovitih in doslednih informacij. Z integracijo in organizacijo teh virov pobuda zagotavlja boljšo dostopnost, boljšo prepoznavnost in bolj kohezivno predstavitev Tartinijeve zapuščine na različnih platformah.
Kratek opis ukrepov	• Zbiranje, povezovanje in izmenjava informacij o Tartiniju. • Ustvarjanje promocijskega gradiva o Tartiniju in vključevanje vsebin v digitalne in tiskane publikacije (npr. destinacijske kataloge). • Organizacija dveh ključnih dogodkov: praznovanje Tartinijevega rojstnega dne (8. aprila) in obeležitev odkritja njegovega spomenika. • Vzpostavitev satelitskih informacijskih točk "Tartini Point" v centrih za obiskovalce in drugih ključnih lokacijah za večjo dostopnost informacij.
Odgovornost	PP2 Občina Piran - Pirano
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Vključene bodo vse ustrezne zainteresirane strani, vendar bi morala kuriranje in upravljanje informacijske točke nadzorovati ena sama institucija. Ta centraliziran pristop bo zagotovil doslednost, natančnost in

	učinkovitost pri zbiranju, vzdrževanju in širjenju informacij. Imenovana institucija bo odgovorna za zagotavljanje podpore in pomoči, usklajevanje s partnerji in zagotavljanje, da bodo vsa gradiva ostala posodobljena in pomembna za prebivalce, obiskovalce in raziskovalce.
Kako se bo sledilo cilju	• Spremljanje števila obiskovalcev na presečišču umetnosti in kulture, s poudarkom na klasični glasbi. • Zbiranje povratnih informacij obiskovalcev.
Časovni okvir	Ni opredeljeno.

AKTIVNOST	Priprava študije: Identifikacija potencialnih turistov iz tujih držav, ki jih zanima kulturni turizem klasične glasbe na čezmejnem območju.
Prednostno področje/steber	Promocija in trženje
Cilj	Cilj študije je identificirati potencialne turiste iz tujih držav, ki imajo interes za obisk regije, vendar trenutno nimajo neposredne povezave z njo. To vključuje potomce izseljencev iz Karnije in drugih območij, ki so kulturno ali zgodovinsko povezani z regijo.
Na katero težavo cilja?	• Pomanjkanje podatkov o potencialnih turistih, ki bi jih lahko pritegnila regija, zlasti tistih s kulturnimi preferencami in z vezmi svojih prednikov. • Upadanje števila turistov izseljencev v Karniji, kar vpliva na lokalno turistično dinamiko. • Nezadostno znanje o tem, koliko turistov s potencialnim zanimanjem za te izdelke biva v regionalnih hotelih. • Omejene ciljno usmerjene promocijske strategije zaradi odsotnosti posebnih tržnih raziskav v tem segmentu.
Kratek opis ukrepov	• Izvedba celovite tržne študije za analizo potencialnih turističnih segmentov v izbranih državah. • Opredelitev ključnih motivov in ovir za obisk regije. • Ocena trendov, povezanih s turizmom, ki se nanaša na korenine prednikov in kulturni turizem. • Zbiranje podatkov iz hotelov, potovalnih agencij in turističnih operaterjev za oceno turistov, ki že obiskujejo regijo, vendar se ne ukvarjajo aktivno s kulturno ponudbo in ponudbo dediščine v regiji.

	Na podlagi ugotovitev pripraviti priporočila za ciljno usmerjeno trženje in strategijo razvoja turizma.
Odgovornost	PP4 Fondazione Lugli Bon
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	- Regionalne in nacionalne turistične skupnosti - Lokalne turistične agencije in hotelska združenja - Podjetja za tržne raziskave, specializirana za potovanja in turizem - Univerze in akademske ustanove s strokovnim znanjem na področju migracij in turizma - Mednarodna kulturna združenja in izseljenske skupnosti
Kako se bo sledilo cilju?	- Analiza turistične statistike pred in po ciljno usmerjenih promocijskih prizadevanjih. - Ankete in intervjuji s turisti v hotelih in na ključnih turističnih lokacijah. - Sledenje spletnemu angažmaju in poizvedbam iz opredeljenih ciljnih držav. - Spremljanje udeležbe v kulturnih in turističnih programih, ki vključujejo dediščino prednikov. - Ocenjevalna poročila, ki merijo učinkovitost prilagojenih turističnih strategij.
Časovni okvir	- Faza 1 (0–3 mesece): Opredelitev obsega študije, izbira ciljnih držav in opredelitev partnerjev. - Faza 2 (4–9 mesecev): Zbiranje podatkov z anketami, intervjuji in analizami trga. - Faza 3 (10–12 mesecev): Analiza podatkov, povzetek zaključkov in priprava strateških priporočil. - Faza 4 (12+ mesecev): Izvajajte tržne strategije na podlagi rezultatov študije in spremljanje napredka.

AKTIVNOST	Ciljno usmerjena promocija in večja sredstva za ta namen. Odmik od regionalnega konteksta.
Prednostno področje/steber	Promocija in trženje
Cilj	Cilj ukrepa je okrepiti prepoznavnost kulturne in turistične ponudbe regije z razširitvijo promocijskih prizadevanj zunaj regionalnega trga. Cilj

	je pritegniti širše in bolj raznoliko občinstvo, vključno z nacionalnimi in mednarodnimi turisti, kulturnimi popotniki in nižnimi segmenti turizma (npr. navdušenci nad klasično glasbo, turisti dediščine in zagovorniki trajnostnega turizma).
Na katero težavo cilja?	• Omejen doseg trenutne turistične promocije: tržna prizadevanja so bila osredotočena predvsem na regionalno raven, saj smo zamudili priložnosti za privabljanje obiskovalcev z nacionalnih in mednarodnih trgov. • Neučinkovito dodeljevanje promocijskih virov: trenutni proračuni in promocijske strategije morda niso optimizirani za doseganje ciljnih skupin z visoko vrednostjo. • Pomanjkanje ozaveščenosti v širših turističnih omrežjih: regija še ni splošno priznana med kulturnimi in glasbenimi turističnimi krogi, kar omejuje njeno sposobnost privabljanja obiskovalcev. • Odvisnost od lokalnih obiskovalcev: sedanji turistični model se močno zanaša na lokalne in regionalne obiskovalce, zaradi česar je ranljiv za nihanja domačih potovalnih trendov.
Kratek opis ukrepov	• Tržne raziskave in segmentacija: izvedba poglobljene analize za identifikacijo ključnih mednarodnih trgov in potencialnih turističnih segmentov, ki jih zanimajo kulturni in glasbeni turizem. • Razširitev digitalnih marketinških kampanj: razvoj okrepljene spletne prisotnosti z uporabo družbenih medijev, vsebinskega trženja, sodelovanja z vplivneži in ciljnih oglasov, za doseg splošne javnosti. • Sodelovanje na mednarodnih turističnih sejnih in dogodkih: zastopanje regije na ključnih dogodkih v turizmu in kulturni industriji za vzpostavitev strateških partnerstev in privabljanje tujih obiskovalcev. • Ustvarjanje večjezičnih promocijskih materialov: razvoj brošur, spletne strani in videoposnetkov v več jezikih z namenom zagotavljanja dostopnosti mednarodnih turistov. • Sodelovanje z mednarodnimi organizatorji potovanj in potovalnimi agencijami: vzpostavitev partnerstev za vključitev regije v obstoječe turistične pakete, ki skrbijo za kulturne in glasbene turiste. • Izkoriščanje medijskih in PR kampanj: vključevanje mednarodnih turističnih novinarjev, bloggerjev in ustvarjalcev vsebin za ozaveščanje o ponudbi regije.

	• Strateška uporaba dodatnih virov: dodelitev več sredstev za promocijske aktivnosti z velikim učinkom, kar zagotavlja merljivo donosnost naložbe.
Odgovornost	PP4 Fondacija Luigi Bon
Kdo bo nudil podporo in pomoč	• Regionalni in nacionalni turistični odbori (za podporo promocijskemu financiranju in razvoju strategije) • Marketinške in PR agencije (za izboljšanje spletne prisotnosti in globalnega dosega) • Mednarodne kulturne in turistične organizacije (za povezovanje s širšimi turističnimi mrežami) • Lokalna podjetja in gostinski sektor (za razvoj turističnih paketov, prilagojenih mednarodnim obiskovalcem) • Univerze in raziskovalne ustanove (za izvajanje tržnih raziskav in ocen učinka) • Digitalni vplivneži in ustvarjalci potovalnih vsebin (za povečanje ozaveščenosti s kampanjami v družabnih medijih)
Kako se bo sledilo cilju	• Spremljanje prihodov turistov: zbiranje in analiziranje podatkov o številu mednarodnih obiskovalcev pred in po izvajanju promocijskih ukrepov. • Meritve spletnega udejstvovanja: pregled obiska spletnih mest, interakcij na družbenih omrežjih in uspešnosti digitalnih oglasov z namenom preverjanja učinkovitost oglaševalskih akcij za ozaveščanje. • Rezervacije: analiza števila bivanj v hotelih, vodenih rezervacij ogledov in udeležbe na dogodkih obiskovalcev, ki niso iz regije. • Povratne informacije mednarodnih turistov: izvedba anket o zadovoljstvu obiskovalcev . • Analiza donosnosti naložbe v trženje: ocena vpliva povečanih promocijskih naložb s sledenjem stopnjam konverzije od promocijskih aktivnosti do dejanskih obiskov.
Časovni okvir	• Faza 1 (0-3 mesece): Izvedba tržne raziskave in opredelitev ciljnih skupin. • Faza 2 (4-9 mesecev): Začetek digitalnih marketinških kampanj, razvoj večjezičnih promocijskih vsebin in začetek sodelovanja z mednarodnimi turističnimi partnerji.

- 3. faza (10–12 mesecev): Spremljaje uspešnosti oglaševalske akcije, oblikovanja strategije na podlagi povratnih informacij in ocena vpliva na število obiskovalcev.
- Faza 4 (12+ mesecev): Razširitev prizadevanja na podlagi uspešnih strategij, nadaljevanje z vključevanjem mednarodnih partnerjev in po potrebi povečanje promocijskih naložb.

9.3. Upravljanje

AKTIVNOST	Učinkovita komunikacija in konstruktivno sodelovanje med projektnimi partnerji.
Prednostno področje/steber	Upravljanje
Cilj	Krepitev sodelovanja med partnerji z namenom razvoja, promocije, trženja kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi.
Na katero težavo ciljate?	Projektni partnerji bodo poskušali nadgraditi dosedanje skupno delo (npr. na področju oblikovanja skupnih produktov, skupnega trženja, izobraževanja).
Kratek opis ukrepov	Pregled rezultatov preteklih projektov (kaj je delovalo, katere ovire so se pojavile, katere aktivnosti so imele največji vpliv, kaj lahko nadgradimo). Letna srečanja z namenom oblikovanja novih skupnih aktivnosti. Načrtovanje skupnih kulturno-turističnih produktov: • priprava načrta razvoja in trženja Tartinijeve poti; npr. Tartinijeva pot in doživetja: združevanje naravne in kulturne dediščine v privlačne produkte (npr. glasbeno obarvane interpretativne poti, multimedijška doživetja, zgodovinske igre na prostem, skupne poti). Skupno trženje in promocija: • označevanje regije; • udeležba na sejnih in turističnih prireditvah (npr. s skupnimi predstavitvami, brošurami); • digitalno trženje: skupna strategija na družbenih omrežjih, skupni turistični blog, videoposnetki o kulturnih doživetjih, skupen koledar prireditev; • povezovanje z organizatorji potovanj in vključevanje produktov v večje turistične platforme. Izobraževanje in krepitev kompetenc:

	• usposabljanja za vodnike, turistične delavce in ponudnike o interpretaciji kulturne dediščine Tartinijeve poti ter drugih pomembnih kulturnih produktih ob Tartinijevi poti; • delavnice o oblikovanju inovativnih izkušenj (npr. uporaba zgodb pri interpretaciji); • sodelovanje s šolami in lokalnimi skupnostmi za vključevanje mladih v promocijo kulturne dediščine. Financiranje in trajnostno sodelovanje: • iskanje skupnih možnosti financiranja (razpisi EU, nacionalni programi, lokalne akcijske skupine itd.); • vzpostavitev formalnega partnerstva ali konzorcija za spodbujanje nadaljnjih projektov; • razvoj trajnostnih poslovnih modelov za ohranjanje projektov, ki presegajo financiranje.
Odgovornost	PP5 RRA Zeleni kras
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Vsi partnerji projekta Tartini Bis ter ostali zainteresirani deležniki
Kako se bo sledilo cilju?	• Število in kakovost izvedenih aktivnosti (delavnice, dogodki, sestanki, promocija); ocene in povratne informacije udeležencev; število novih partnerjev ali krepitev sodelovanja z obstoječimi; opredelitev ključnih izzivov in rešitev.
Časovni okvir	3 leta (2025- 2028)

9.4. Izobraževanje

AKTIVNOST	Izobraževanje mladih na temo Tartinijeve glasbe
Prednostno področje/steber	Izobraževanje
Cilj	Izboljšati poznavanje Giuseppeja Tartinija med učitelji glasbe ter učenci glasbenih šol (osnovnih in srednjih).
Na katero težavo cilja?	Seznaniiti vse, ki so vključeni v glasbeni izobraževalni proces z dediščino Giuseppeja Tartinija, ki presega tehnične izzive pri izvajanju njegovih del.
Kratek opis ukrepov	Izdaja petih zvezkov poenostavljenih različic Tartinijevih sonat za godalni orkester mladih, kot so bile izvedene že v Koper-Capodistria 13. oktobra 2024.

Odgovornost	Tržaški konservatorij za glasbo kot LP projekta Tartini Bis
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Tržaški konservatorij za glasbo, Fondacija Luigi Bon, Konservatorij za glasbo v Benetkah Benedetto Marcello
Kako se bo sledilo cilju?	Število ustreznih glasbenih šol in učiteljev, ki so izrazili zanimanje za ta izobraževalni model,
Časovni okvir	Šolsko leto 2025-2026

AKTIVNOST	Nadaljnja digitalizacija glasbenih katalogov
Prednostno področje/steber	Izobraževanje
Cilj	Digitalizirati in izboljšati dostopnost podatkovnih baz in katalogov glasbenih del.
Na katero težavo cilja?	Kljub napredku na področju digitalizacije podatkovnih baz in glasbenih katalogov je tehnološki okvir še vedno nepopoln, zato so potrebne nadaljnje izboljšave na globalni ravni.
Kratek opis ukrepov	Organizacija mednarodne delavnice o sodelovanju med glasbenimi knjižnicami in možnostih razvoja digitalnega sistema MerMEId.
Odgovornost	Tržaški konservatorij za glasbo kot LP projekta Tartini Bis
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Center za Tartinijeve študije, ki deluje pod okriljem Tržaškega konservatorija.
Kako se bo sledilo cilju?	S spremljanjem in analizo raziskovalnih rezultatov ter aktivnosti glasbenih akademij in knjižnic v Evropi v okviru obstoječih strokovnih mrež.
Časovni okvir	Delavnica je predvidena jeseni 2025.

AKTIVNOST	Razvoj izobraževalnih modulov o kulturni dediščini regije s poudarkom na glasbeni, umetniški in zgodovinski dediščini ter njenem pomenu za kulturni turizem. V konkretnem primeru gre za Interaktivni modul o Miroslavu Vilharju za osnovnošolce, ki se ga lahko strukturno aplicira na druge zgodovinske osebnosti.
Prednostno področje/steber	Izobraževanje

Cilj	Izboljšati znanje o umetnosti in kulturni dediščini na čezmejnem območju.
Na katero težavo cilja?	Na čezmejnem območju želimo pri najmlajših spodbujati povezanost s kulturo ter razvijati njihovo estetsko občutljivost, kritično mišljenje in razumevanje kulturne dediščine. S tem jih želimo spodbuditi, da kot odrasli postanejo dejavni, radovedni in zahtevni uporabniki ter soustvarjalci kulturnih vsebin.
Kratek opis ukrepov	Interaktivni modul o Miroslavu Vilharju za osnovnošolce • Ciljna skupina: učenci druge in tretje triade osnovne šole • Trajanje: 2–3 šolske ure (lahko tudi v več delih) • Cilji modula: * Spoznati življenje in delo Miroslava Vilharja, razumeti pomen njegovih pesmi in aktivnosti narodnega prebujanja * Spodbujati ustvarjalnost in kritično mišljenje skozi literarno in glasbeno izražanje - povezovati kulturno dediščino z lastnimi izkušnjami in sodobnim svetom Struktura modula: Uvod: Kdo je bil Miroslav Vilhar? (15 min) Slikovna pripoved ali animacija • Predstavitev Vilharjevega življenja na otrokom prijazen način z ilustracijami, stripi ali animiranimi videoposnetki. • Ključne teme: ○ Otroštvo in mladost ○ Njegovo delo kot pesnik, skladatelj, časnikar in politik ○ Družbeni prispevek Razmislek in pogovor • Interaktiven pogovor z mladimi (kaj že vedo o njem, kaj jih zanima). • Mladi npr. poskušajo ugotoviti, zakaj je bil Vilhar pomemben v svojem času in kakšen vpliv ima danes. Glasbeno-literarna delavnica (30–45 min) • Spoznavanje njegove glasbe • Vsak napiše eno kitico v Vilharjevem slogu (morda na temo narave, domovine, svobode). • Poskus uglasbitve pesmi s preprosto melodijo. Igra in dramatizacija (45 min) • Uprizoritev dogodka iz Vilharjevega življenja • <i>Razdelitev na skupine – vsaka skupina pripravi svojo interpretacijo odlomka iz njegovega dela.</i> Digitalne in interaktivne aktivnosti (Interaktivni kviz »Skrivnosti Miroslava Vilharja«)

	• Učenci rešujejo kviz z vprašanji o njegovem življenju in delu. Zaključek: Kaj smo se naučili? (30 min) Razmislek in razprava • Vsak učenec pove, kaj ga je najbolj zanimalo. • Skupinsko oblikovanje miselnega vzorca o Vilharju in njegovem vplivu. • Razprava o pomenu kulture danes. Domača naloga ali izziv • Učenci pripravijo ilustracijo ene izmed njegovih pesmi. • Posnamejo kratek video, v katerem pripovedujejo ali pojejo pesem. Dodatne ideje za nadgradnjo modulov • Ustvarjanje digitalnega stripa o njegovem življenju. • Sodelovanje z lokalnimi glasbeniki pri izvajanju njegovih pesmi. Enako strukturo bi lahko uporabili za Giuseppeja Tartinija.
Odgovornost	PP5 RRA Zeleni kras
Kdo bo nudil podporo in pomoč?	Za izvedbo interaktivnega modula o Miroslavu Vilharju potrebujemo: Strokovno osebje: učitelji (slovenščina, glasba, zgodovina, likovna umetnost), glasbeniki (za petje in spremljevalne pesmi), igralci ali lutkarji (za dramatizacijo), pisatelji (za delavnice kreativnega pisanja), tehnična podpora (snemanje, interaktivne vsebine), muzejski delavci ali samozaposleni v kulturi. Organizacije in ustanove: šole in vrtci (izvajanje kot del kurikuluma); kulturna društva, knjižnice, muzeji (vsebinska podpora in prostori), turistična središča (povezava s kulturnim turizmom), glasbene šole; Financiranje in podpora: občine, Ministrstvo za kulturo, skladi EU, lokalna podjetja in fundacije
Kako se bo sledilo cilju?	1. Kvantitativni kazalniki: število udeležencev (koliko učencev je sodelovalo), število izvedenih delavnic (koliko izvedb modula je bilo organiziranih), število sodelujočih mentorjev in strokovnjakov, doseg aktivnosti (število šol, kulturnih ustanov in društev, ki so sodelovale), število ustvarjenih produktov (pesmi, risb, dramatizacij, posnetkov), število objav v medijih in na spletu. 2. Kvalitativni kazalniki: povratne informacije učencev in učiteljev (kako so doživljali modul); stopnja vključenosti učencev (aktivno sodelovanje pri

	petju, pisanju, igranju); izboljšanje znanja o Vilharju (pred in po izvedbi modula) 3. Dolgoročni učinki: možnost vključitve v šolski program, če se modul izkaže kot uspešen in uporaben.
Časovni okvir	3 leta (2025- 2028)

Akcijski načrt je temelj za izvajanje strategije za izboljšanje čezmejnega kulturnega turizma s poudarkom na klasični glasbi, ki zagotavlja, da se vizija, opisana v strategiji, uresničuje natančno in učinkovito. Z zagotavljanjem strukturiranega načrta, jasno opredeljenih odgovornosti, merljivih kazalnikov uspešnosti in zavezanosti k trajnosti bo akcijski načrt regiji omogočil, da se uspešno pozicionira kot vodilna destinacija za kulturni turizem, osredotočena na zapuščino Giuseppeja Tartinija.

Z natančnim načrtovanjem in dinamičnim izvajanjem se bodo pobude, opredeljene v strategiji, preoblikovale v pomembne izkušnje, ki bodo koristile obiskovalcem in lokalni skupnosti ter spodbujale kulturno obogatitev in gospodarsko rast.

10. VIRI

1. Becker, Christoph (2000): Kulturtourismus. V: Dettmer, Harald; Elisabeth Glück, Thomas Hausmann, Claude Kaspar, Johann Logins, Werner Opitz, Werner Schneid (2000): Tourismustypen. R. Oldenbourg Verlag, München
2. Dettmer, Harald; Elisabeth Glück, Thomas Hausmann, Christian Becker, Claude Kaspar, Johann Logins, Werner Opitz, Werner Schneid (2000): Tourismustypen. R. Oldenbourg Verlag, München
3. Multidisciplinarni raziskovalni inštitut Maribor, Strategija razvoja kulturnega turizma na Slovenskem 2009–2013 (Ljubljana: Slovenska turistična organizacija, 2009)
4. Nea Culpa, *Operativni načrt trženja kulturnega turizma Slovenije 2018–2020 (ONKULT)* (Ljubljana: Slovenska turistična organizacija, 2017), str. 9.
5. Seaton, A. V., 'Tourism as Metempsychosis and Metaphor: The Reincarnation of the Travel Experience', v Graham Dann in Graham M. S. Dann (ur.), *The Tourist as a Metaphor of the Social World* (Wallingford: CABI, 2002), str. 135–168
6. World Tourism Organization. City Tourism and Culture. Madrid: WTO, 2005

