

# ŽILINSKÝ KRAJ TEMPLÁROV

## THE ŽILINA REGION OF THE TEMPLARS

Peter Kubica

**Abstrakt:** Využitie historického potenciálu prirodzených regiónov Žilinského kraja (Orava, Liptov, Turiec, Považie, Kysuce) na vytvorenie atraktívneho produktu cestovného ruchu, ktorý však nie je regionálne obmedzený, ale ponúka tému pochopiteľnú v európskom kontexte – záhadnosť a tajomnosť templárskeho rádu, templári ako rytieri cti a slávy. Konkrétne aktivity od roku 2010, kedy Žilinský samosprávny kraj pripravil projekt do Regionálneho operačného programu, v rámci ktorého zafinancoval časť aktivít pri príprave produktu CR z eurofondov. Zdlháva cesta od myšlienky po začiatok realizácie, systematická práca a strategické rozhodovanie pri rozširovaní ponuky kultúrneho turizmu. Využitie prihraničnej blízkosti regiónov Žilinského kraja k využitiu spoločnej slovensko-českej jazykovej bezbariérovosti a tiež spájanie produktov nielen v jednom štáte, ale aj cezhranične. Prezentácia stredovekého potenciálu. Zážitkový turizmus, ktorého cieľom je zbavenie stredoveku mýtu o temnom období, a práve naopak ukážka chutí a vôní templárskeho storočia, čiže obdobia hradov a gotiky, rytierov a gastronómie.

**Kľúčové slová:** Žilinský kraj – templári – produkt cestovného ruchu – marketing – eurofondy

**Abstract:** Use of historical potential of the natural regions of Žilina (Orava, Liptov, Turiec, Považie, Kysuce) to create an attractive tourism product that is not regionally limited, but offers subject understandable in the European context -mystery and mystique of the Templar Order, Templars as knights of honour and glory. Particular activities since 2010, when the Žilina Self-Governing Region prepared a project under the Regional Operational Programme, that enabled the region to finance some activities connected with a preparation of the tourism product using EU funds. Long journey from the idea to the beginning of implementation, systematic work and strategic decision-making in expanding the offer of cultural tourism. Use of the Žilina region's vicinity of borders, similarity of Slovak and Czech languages as well as linking of tourism products not only in one country, but also across the borders. Presentation of medieval potential. Adventure tourism that aims to purify the image of the medieval times as the dark period, and on the contrary, present examples of tastes and scents of the Templar's century as the period of castles and Gothic, knights and gastronomy.

**Keywords:** Žilina region -Templars -tourism product -marketing -EU funds

Krajina v povodí Váhu nie je strategickým dopravným koridorom iba v súčasnosti, ale bolo tomu tak aj v minulosti. Po hradnej ceste Považím sa dostávame až do raného stredoveku, kedy na skalnatých bralách začali vyrastať opevnenia. Rieka Váh, pretekajúca historickými regiónmi Žilinského kraja, ponúka tie najrozmanitejšie produkty cestovného ruchu.

Od kúpeľníctva a wellness, cez zimné športy a rafting, turistické a cyklošporty, až po kultúrny turizmus.

Hrad Likava v Liptove, Oravský hrad na Orave, Hrad Blatnica na Turci, Hrad Strečno na Žilinsku a Kaštieľ Radoľa na Kysuciach. To sú miesta, na ktorých sme sa pokúsili oživiť tajomných templárov. Štyri z nich patria Žilinskému samosprávnemu kraju a prevádzkujú ich naše múzeá. O Hrad Blatnica sa stará združenie Diadém. Návštevnosť týchto pamiatok patrí z pohľadu typu stavby, jej zachovalosti a šírky ponuky k najvyšším v rámci Slovenska. Samotný Oravský hrad (158 829 návštevníkov za rok 2012) je už štvrtú sezónu najnavštevovanejším hradom na území Slovenskej republiky, čiže aj pred Spišským hradom a Bojnickým zámkom. Ale uvedomujeme si, že nám nestačí uspokojiť sa s tým, čo bolo, ale je potrebné rozširovať marketingové aktivity tak, aby sme boli stále konkurencieschopní.

Orava, Liptov, Turiec, Žilinsko a Kysuce sú praveľmi rôznorodými regiónmi, než aby sa dali prezentovať jednotne. Či už sa na ne pozrieme z pohľadu prírodných daností, turistickej infraštruktúry, kvality služieb cestovného ruchu, alebo pozoruhodných pamiatok. Preto keď sme sa na začiatku roku 2010 zamýšľali na Žilinskom kraji, ako spojiť marketing týchto regiónov, ako uviesť spoločnú značku a akú značku? S akým originálnym produktom CR prísť na trh? A kto to všetko zaplatí? Kto by šiel do neistého projektu? Jedinou možnosťou sa nám po analýze finančných možností ukázali fondy. A čo sa témy týka, tak sme sa vrátili do doby hradovej, aby sme využili spoločnú históriu, plynúcu povodím Váhu. Vytiahnuť ale niektorého z lokálnych šľachticov by nespĺnilo zámer ponúknutia nadregionálnej či dokonca európskej témy. Preto sme využili tému tajomných templárov, o ktorých prítomnosti na tomto území sa zmieňovali niektorí historici. Templári ako turistická téma vo Francúzsku, Španielsku, či v Česku alebo Poľsku, nám dala odpoveď nato, že ide o nadregionálny obsah, známy aj v zahraničí, na čom by sme mohli postaviť celú marketingovú kampaň. Zároveň sme využili tému ako prvú na Slovensku, čím sme využili moment prekvapenia i jedinečnosti.

Byť v správnom čase na správnom mieste. Alebo pripraveným patrí svet. Toľkokrát opakované frázy, a predsa sa pri tomto projekte ukázali ako stopercentne platné.

26. februára 2010 bola vyhlásená prvá výzva v rámci regionálneho operačného programu v opatrení – podpora a rozvoj infraštruktúry cestovného ruchu – neinvestičné aktivity v CR.

28. máj 2010 bol dátum ukončenia prijímania žiadosti. Zmluva s realizátorom projektu však bola podpísaná až 26. marca 2012. Dva roky prešli od napísania, podania projektu, cez všetky schvaľovacie procesy a verejné obstarávanie až po skutočný začiatok. Pri tvorbe produktov CR je preto dôležité strategické plánovanie a voľba nadčasových tém, pretože zdĺhavá byrokracia projektov z eurofondov môže zmaríť akýkoľvek výborný, ale časovo obmedzený projekt. Nenávratný finančný príspevok, ktorý sme získali, bol 230 473,80 eur. Naše spolufinancovanie k tomu bolo ďalších 12 130,20 eur. Celková suma, určená na templárov v Žilinskom kraji, je tak 242 604 eur. Prirodzene sme projekt koncipovali všeobecnejšie, o čom svedčí aj jeho názov – Objavme spolu Žilinský kraj, ale pri každej položke, pri každej aktivite sme premýšľali už dopredu nad tým, ako spojiť stredoveký rytiersky rád so súčasnosťou. Boli sme pripravení i na negatívne odozvy, a to z rôznych strán. My sme si však hneď od začiatku odpovedali na zásadné otázky. Templárov nejdeme rehabilitovať, lebo to je vecou cirkvi. Ani nejdeme dokazovať historické fakty späť s nimi na našom území, lebo to je vecou historikov a archeológov. Našou cestou je vytvorenie marketingového produktu. Predstaviť nielen templárov, ale stredovek ako taký aj s hradmi, gotickým umením, spôsobom života, zbraňami, múdrosťou. Turisti nepotrebujú historické údaje, ale zažiť na vlastnej koži dobu templárov, spoznať chute a vône templárskeho

storočia.

Za komunikačný cieľ sme si zvolili informovať čo najväčší počet ľudí, a to nielen o novom produkte, ale aj o podujatiach. Preto sme sa zamerali na outdoorovú reklamu. Spoliehali sme sa pritom aj na krízu v reklamu i prehustenosť počtu billboardov, a vyplatilo sa. Billbordy mali visieť tri mesiace, a to vždy pred konkrétnou templárskou výpravou. Čiže prvé podujatie bolo v 7. mesiaci a posledné v 11. mesiaci 2012. Zároveň treba povedať, že sme sa rozhodli pre rovnocenné podujatia vo všetkých piatich historických regiónoch Žilinského kraja a v každom z nich bolo využitých 5 billboardov. Keďže je ale billboardov na našom území veľa a zadávatelia reklamy čoraz viac šetria, tak viseli naše billbordy nielen tri mesiace, ale mnohé až do Vianoc 2012. A vzápätí sa už objavili billbordy v rovnakom rozsahu pre zimné podujatia, plánované v treťom a štvrtom mesiaci tohto roka. Môžeme teda konštatovať, že templárska billboardová kampaň dopadla nad očakávania, a že vytvorila súvislú viac ako rok trvajúcu komunikačnú bázu. Keďže v marketingu treba využívať všetky dostupné možnosti, neobišli sme ani tradičné tlačené plagáty a pozvánky, a to vždy mesiac pred templárskou výpravou.

K interaktívnym propagačným možnostiam sme zaradili facebook so zámerom šírenia aktuálnych informácií. Webstránka [templarskykraj.sk](http://templarskykraj.sk) má slúžiť najmä ako databáza informácií o plánovaných podujatiach, partneroch nášho projektu, mediálnych výstupoch, tiež ako fotogaléria z aktivít a kontaktný bod. Obe médiá obsluhuje projektový manažér celého projektu, takže vie aktuálne informovať kohokoľvek o čomkoľvek.

Prvé „letné“ templárske výpravy v roku 2012 sa konali na piatich miestach v piatich regiónoch: Kaštieľ Radoľa (15. 7.), Hrad Likava (1. 9.), Hrad Blatnica (9. 9.), Hrad Strečno(13. 10.) a Oravský hrad (17. 11.). Návštevníci o tieto akcie prejavili mimoriadny záujem a zúčastnili sa ich niekedy aj napriek nepriazni počasia počas niektorých výprav. Na 1. výpravu v Radoli prišlo 600 ľudí, na Likavu 1000, na Blatnicu prišlo 2000 ľudí a na Strečno 1000. Oravský hrad navštívilo 2040 záujemcov. Prvých 400 návštevníkov pritom dostane z rúk templára pamätnú mincu, na ktorej je z jednej strany templársky znak a z druhej miesto konania výpravy. Návštevníci tak môžu pozbierať kolekciu piatich pamätných mincí. V rámci programu vystupovala vokálna skupina stredovekej hudby Arcus s latinským repertoárom. Celý deň bol rozdelený na tri časti. 1. časť programu -Chute a vône stredoveku – návštevníci môžu vidieť prípravu stredovekých jedál s následnou ochutnávkou, môžu si pozrieť stredoveké remeslá a jarmok. Pred hlavným programom si môžu pozrieť hrad resp. kaštieľ. Stredoveká kuchyňa a jarmok sú otvorené po celý deň. Počas týchto dvoch hodín sa návštevník dozvie aj o možnostiach trávenia času v stredoveku a o stredovekej hygiene, takisto si môže pozrieť dobové remeslá. 2. časť programu -Templári – legendy cti a slávy -templári vystúpia s ukázkami zbraní a boja. Predstavia spôsob odievania (*templárska módna prehliadka*) a stredovekého liečiteľstva. Zahrajú scénu o legende o templárskom vizitátorovi, ktorý je údajne pochovaný v kostolíku v Ludrovej. Na záver návštevníkov zavedú do tajov prijímania do svojho rádu. Program je dynamický, nechýbajú ani akčné súboje. 3. časť programu -Templárske akadémie – počas akadémií si môžu návštevníci vyskúšať všetko na vlastnej koži. Môžu sa zúčastniť akadémie lukostrelby a strelby z kuše, akadémie šermu, akadémie múdrosti (*kvíz a logické hry*), akadémie sily a akadémie stredovekých hier (*bocca – hod guľami, hádzanie vencom*). Na jednotlivých stanovištiach sú samotní templári a návštevníkom za absolvovanie jednotlivých akadémií dajú farebný kupón. V rôznych kombináciách si ho absolvent môže vymeniť v stánku Žilinského samosprávneho kraja za vecnú odmenu, ktorou sú propagačné materiály. Účastníci akadémií (*väčšinou deti*): Radoľa -108, Likava -215, Blatnica -279, Strečno – 247, Orava – 252. Projekt Žilinský kraj TEMPLÁROV pokračuje aj v roku 2013 na rovnakých miestach, ako boli výpravy v roku 2012. Termíny výprav: Radoľa – 3. 3., Blatnica – 10. 3., Orava – 17. 3., Strečno – 14. 4., Likava – 21. 4. Zaujímavosťou bude, že program sa uskutoční pod holým nebom v predpokladanom snehovo-dažďovo-chladnom počasí. Na týchto podujatiach bude vystupovať nová hudobná skupina Gailard, ktorá bude mať pripravené templárske piesne zložené priamo pre templárske výpravy. Tie budú po slovensky. Pri podujatiach sme si stanovili viacero cieľov. Nielen vytvoriť atraktívne podujatie, spropagovať templársku tematiku na našom území, zvýšiť návštevnosť a poznanie piatich kultúrnych cieľov, ale aj akýsi test možností templárov. 1) sú templári zaujímaví pre návštevníkov? 2) majú potenciál podujatia bez folklóru, ale len s využitím stredovekej ponuky? 3) ovplyvňuje počasie správanie sa návštevníkov? 4) chodia turisti na podujatia pod holým nebom iba počas letnej sezóny? 5) ako reagujú návštevníci na chlad, sneh, dážď?

Kniha Kostol v Ludrovej vo formáte A4, kriedový papier, plnofarebná tlač, väzba V8 pevná s prebalom, minimálne 100 fotografií a 36 normostrán textu. Náklad 1500 kusov (*z toho 900 kusov slovenský, 300 kusov anglický a 300 kusov poľský jazyk*). Realizácia aktivity: najneskôr do konca novembra 2012. Kniha Templári: Legendy cti a slávy je určená záujemcom o históriu i beletriu od Miloša Jesenského, autora najúspešnejších kníh o templároch na Slovensku. Plnofarebné vydanie na 256 stranách vo formáte A4 a v pevnej väzbe. Jazykové mutácie, poľská a anglická, vydané po 500 kusov, a slovenská verzia v náklade 2000 kusov. Termín vydania: marec 2013.

Video o historických a kultúrnych pamiatkach kraja – vedené po stopách templárov s použitím: hraných dokumentov, sprievodného slova v slovenskom, anglickom a poľskom jazyku, hudby a počítačovej animácie, celkový rozsah min. 15 minút. Náklad 500 ks DVD nosičov v originálnom balení. Realizácia aktivity: najneskôr do konca septembra 2012.

Opisujem všetky výstupy z projektu, aby bolo zrejmé, že sme marketingový produkt templárov poňali komplexne, čo nám umožnili eurofondy, lebo bez tých všetkých komponentov by sme sa nemohli naštartovaniu projektu venovať profesionálne. Preto do súčtu tlačovín patria aj mapy. Tá prvá, historická Žilinského kraja, v náklade 5 tisíc kusov, predstavuje dejinné informácie i súvislosti piatich regiónov, napríklad datovanie vzniku obcí do templárskeho storočia. Druhá mapa sa zameriava na atraktivitu kraja, ponúka informácie o cyklistických a bežeckých trasách, ktoré prepájajú jednotlivé kultúrne zariadenia v kraji. Poskladaná na praktický formát vyšla v náklade 10 tisíc kusov. Ku každej výprave a každému regiónu vydávame aj letáky, ktorých cieľom je stručným spôsobom vtiahnuť čitateľov do deja a miesta konania templárskej výpravy. Vychádzajú vždy mesiac pred templárskou výpravou v náklade 2000 pre región. O tisícku viac sme vydali informačných brožúr, a to v roku 2012 so zameraním na templárske miesta, čiže nielen spomenuté hrady, ale aj s templármi spájané gotické kostolíky v Ludrovej a Martinčeku. V roku 2013 vyšla brožúra zase s templármi ako hlavnými postavami výprav, vďaka čomu sme mohli čitateľom vysvetliť ich každodenné starosti, spôsob stravovania i hygieny. Prirodzene sme neobišli ich odev a výzbroj.

Aké výrobky s tematikou templárov by splňali formu darčeka, ktorý neskončí na dne skrine, ale ktorý dokáže každodenne robiť reklamu Žilinskému kraju templárov? Siahli sme po osvedčených dvoch predmetoch dennej potreby. Pero a žetón do košíka. Pišeme každý deň a neraz sa nám stáva, že pero nejakej firmy nachádzame aj na tých najneočakávanejších a najvzdialenejších miestach. Podobne ako žetóny v nákupných strediskách, neraz zabudnuté, precestujú desiatky kilometrov bez vloženia akejkoľvek energie. Prirodzene sme chceli ponúkať aj prezenty, ktoré je vidieť, a preto sme siahli po osvedčených tričkách. Osemtisíc tričiek sa rozbehlo do sveta, ale predsa len sme ich nechceli pustiť len tak bez spätnej väzby. Preto vznikla fotosúťaž, do ktorej sa môže zapojiť každý, kto vlastní templárske tričko. Mince, napodobenina striebra, s vyrazeným templárskym znakom, boli určené pre prvých štyristo návštevníkov každej z výprav. Dostali ju do rúk priamo od templárskych rytierov. Symbolika tohto daru spočíva v spojení templárov s bezhotovostným platobným stykom a rozvojom bankovníctva. Navyše sme pri minciach dali do obehu aj marketingový príbeh. Peniaze každého človeka, ktorý má takúto mincu vo svojej peňaženke, sú pod ochranou templárov.

Vedecká konferencia v Sobášnom paláci v Bytči sa bude konať 13. marca 2013 s účasťou odborníkov a popularizátorov templárskej témy na území Žilinského kraja, ale i mimo neho (*aj Poľsko a Česko*). Konferencia je zameraná na propagáciu templárov i miest s nimi spojených. Doplňovým programom je vystúpenie templárskych rytierov. Súčasťou konferencie bude prehliadka Templárskej cesty pre 30 touroperátorov (*2. deň konferencie*) s cieľom oboznámiť predajcov z oblasti CR o alternatívnych možnostiach Žilinského kraja s dôrazom na tematicko-zážitkový turizmus.

Vráťme sa na okamih k spusteniu templárskej bilbordovej kampane. Súčasťou každého dobrého marketingového riešenia sú pravidelné analýzy výstupov, ako aj vyhodnocovanie čiastkových aktivít. Čo sa teda stalo po prvom mesiaci, odkedy zaplavili Žilinský kraj bilbordy? Ozvala sa štvorka na slovenskej rádiovnej mediálnej scéne, Rádio Jemné melódie, s ponukou na spoluprácu, a pre rok 2012 sa stali generálnym mediálnym partnerom Žilinského kraja templárov. Dostali sme tak do éteru k 374 tisícom poslucháčov za druhý polrok 2012 prostredníctvom reklamných spotov. Žilinský samosprávny kraj bol oslovený tiež vedením Kúpeľov v Sklených Tepliciach, ktoré sa síce nachádzajú mimo nášho kraja, ale to nenarušilo našu koncepciu. V druhom slede projektu sa plánujeme orientovať aj na lokality mimo pôvodných päť historických regiónov so zámerom rozširovania templárskej ponuky. Kúpele sa na základe templárskych výprav v Žilinskom kraji rozhodli uskutočniť rovnakú výpravu iu nich. Výprava v Sklených Tepliciach sa za Žilinského kraja templárov konala 11. augusta 2012 s tým, že išlo o prvý ročník nádejného dlhoročného podujatia. A do tretice treba spomenúť ohlas u Templárskych sklepov z Čejkovic, z čoho vznikla spolupráca na všetkých našich výpravách. Templárske sklepy sa prezentujú prostredníctvom vlastného stánku s bezplatnými ochutnávkami a tiež s možnosťou zakúpenia si templárskych vín. Nuž, aj dospelí majú radi darčeky. Medzi najobľúbenejšie prezenty pre deti patrili drevené meče a maškrtné jazýčky potešili templárske oblátky.

Žilinský kraj vďaka projektu Žilinský kraj templárov podporuje aj miestnych umelcov, ktorí sú súčasťou podujatí. Cech Terra de Selinan zo Žiliny je skupina historického šermu, ktorá sa nezaobera len dobovými bojovými umeniami, ale pripravuje aj ukážky stredovekej kuchyne a hygieny. Na výpravách v roku 2012 sa prezentovala hudobná skupina zo Žiliny Arcus. Ide o zbor starej hudby, ktorý sa zameriava predovšetkým na stredovekú cirkevnú hudbu. Pre rok 2013 sme vybrali Gailard z Liptovského Mikuláša – hudobnú skupinu renesančného folku, ktorá komponuje piesne s templárskou tematikou v slovenčine.

V rámci templárskych výprav sa uskutočňuje vždy aj stredoveký jarmok, na ktorom sa zúčastňuje Združenie cechov historických remesiel z Borského Mikuláša, kde každý predvádza vlastnoručne vyrobené produkty – sviečky, výrobky z kože, dreva, či drôtu a prítomní sú aj kováči, ktorí predmety vyrábajú priamo pred očami návštevníkov. Remeselníci ponúkajú aj typické templárske produkty ako drevené meče a štíty s templárskym znakom. Počas podujatí dostávajú možnosť prezentácie aj iní drobní podnikatelia nielen zo Žilinského kraja, a to na samostatnom jarmoku. Tu si môžu návštevníci kúpiť rôzne drevené výrobky, cínových vojačikov, medovníky, med a medovinu, cukrovinky, hračky, náušnice, šperky a iné predmety. Špeciálnym produktom, ktorý je na tomto jarmoku k dispozícii sú Templárske oblátky. Navyše sme sami iniciovali výrobu ďalších prezentačných výrobkov určených na predaj: publikácia Stredoveká kuchárka, skladačka Gotické fresky v kostole Všetechsvätých v Ludrovej, textilné tašky s výšivkou loga podujatí. Produkty sa dajú kúpiť nielen počas templárskych podujatí, ale celoročne v expozíciách Liptovského, Oravského, Považského a Kysuckého múzea.

V rámci podpory rozvoja marketingu a propagácie kultúry organizuje Žilinský samosprávny kraj od minulého roka súťaž určenú najmä tým, ktorí majú záľubu vo fotografovaní. Leitmotívom fotografií je putovanie s templármi po pamiatkach. Súťažiaci zašle na adresu [info@templarskykraj.sk](mailto:info@templarskykraj.sk) svoju fotografiu, na ktorej bude odetý v tričku so symbolom „Žilinský kraj templárov“, ktoré je možné získať počas návštev Templárskych výprav alebo so symbolom „kraj templárov“, predávané partnermi projektu. Prostredím fotografie musí byť historická pamiatka nachádzajúca sa na území Slovenskej republiky. Vyhodnotenie prebieha každé dva mesiace.

Ďalšími z výstupov templárskeho projektu je rozvoj spolupráce, ktorá bude žiť svojím vlastným životom, môže fungovať aj mimo centrálného riadenia, ale pri zachovávaní vizuálov, rozširovania templárskej ponuky a zapájania sa do marketingu územia či už celého Žilinského kraja, alebo niektorého z jeho regiónov. Kysucké múzeum pripravuje s Múzeom regiónu Valašsko projekt zameraný na tvorbu novej templárskej expozície, templárskych podujatí a výskum templárov na Morave a v Žilinskom kraji. Liptovské múzeum v Ružomberku zase pracuje na produkte cestovného ruchu Cesta templárov. Oravské múzeum P. O. Hviezdoslava v Dolnom Kubíne plánuje inštalovať fotokulisu s templárom priamo na Oravskom hrade, aby tak návštevník mal možnosť nájsť nejakú templársku stopu aj mimo templárskych podujatí. Pod Hradom Strečno dokončujeme výstavbu stredovekej dediny, kde sa budú uskutočňovať rôznorodé podujatia s výjavmi zo stredoveku. Aj na tento projekt sme získali financie z eurofondov. A z úplne iného súdka je spolupráca so spoluautorom knihy „Gotický Gemer a Malohont. Italianizmy v stredovekej nástennej maľbe“ Tomášom Haviarom. Naším zámerom je predstaviť gotiku v Žilinskom kraji.

Žilinský kraj templárov sa historicky po prvý krát predstavil aj na najväčšom veľtrhu cestovného ruchu na Slovensku, na ITF SLOVAKIATOUR v Bratislave 24. 1 2013. Popri vystúpení hudobnej skupiny Gailard sme pripravili aj prezentáciu filmu o hradoch v Žilinskom kraji. Sprievodnými aktivitami boli stredoveká kuchyňa s ukážkami prípravy jedál spojená s ochutnávkami, predaj kníh o stredoveku, prezentácia výprav a miest spojených s templárskymi legendami, ukážka propagačných materiálov a výstava fotografií z výprav. Aj toto je jednou z foriem, ako sa dá ponúkať produkt cestovného ruchu.

A čo nás čaká v najbližšom období? Vyhodnotenie a organizácia tradičných templárskych podujatí. Tiež zapojenie podnikateľského sektora pre templársku ponuku a produkty, ako aj vytváranie, budovanie, značenie i propagácia turistických a cyklotrás templárom na stope alebo templárom v pätách.

Predstavovaný projekt nám dal veľa hmotného, materiálneho, ale aj niečo, čo sme si mohli overiť v praxi. Vnímame tento projekt vytvárania spoločného marketingu a produktov cestovného ruchu ako laboratórium, v rámci ktorého môžeme skúšať a hľadať. Podarilo sa nám tak objaviť a nájsť nové marketingové nástroje a príbehy, spravili sme niečo pre prezentovanie živej histórie a najmä sme získali sebavedomie vo vlastné sily bez externých pr a marketingových agentúr na organizovanie podujatí oživujúcich osoby a miesta našich dejín.

#### **Kontaktné údaje**

**Mgr. Peter Kubica,**

Žilinský samosprávny kraj, odbor kultúry a cestovného ruchu, Komenského 48, 011 09 Žilina,  
Slovenská republika, Tel.: + 421 908 999 295 e-mail: peter.kubica@zask.sk