|  |  |
| --- | --- |
| Europe for Citizens |  |
| **The project «C via C - Connecting citizens and towns Via Culture for inclusive growth» was funded with the support of the European Union under the Programme "Europe for Citizens"** |  |
| **Applicable to the Strand 2 – Measure 2.1 *"Town-Twinning”*** |
| **Participation:** The project involved 241 citizens, notably 93 participants from the city of Varazdin, Croatia (invited by Pucko otvoreno učilište Varaždin – POU Varazdin), 28 participants from Sremska Mitrovica, Serbia (invited by Tourism Organization Sremska Mitrovica - TO SM); 24 participants from Pomurje Region, Hungary (invited by Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás – MNTT); 46 participants from Ormož, Slovenia (invited by Ljudska univerza Ormož) and 50 participants from Ptuj, Slovenia (invited by Ljudska Univerza Ptuj),**Location/Dates:** The event took place in Varazdin, Croatia from 10/04/2019 to 12/04/2019**Short description:** The day of Wednesday, 10/04/2019 was dedicated to the exchange of best practices and experiences relating to the promotion of culture in European communities. The participants included representatives of CSOs (civil society organizations), SMEs, education institutions, youth and students, local government and citizens. At the kick-off ceremony, the city of Varazdin and various local organizations presented the city’s cultural assets, souvenirs, actions to include youth, and held musical performances in order to engage citizens and show them the end results of cultural actions. The partners from Slovenia, Hungary, and Serbia presented on how they involve citizens in actions, use EU funds/programmes/priorities for their actions, and how EU values (intercultural dialogue, mutual understanding, solidarity, diversity and volunteering) contribute to making cultural actions more inclusive and sustainable. Q&A sessions held after presentations ensured that the participants could gain additional information on specific actions and discuss cooperation between regions. Various displays of souvenirs and cultural products were also set up in order to show citizens/participants how culture plays an important role in building local identity and pride, and emphasize the role of volunteering in preserving cultural heritage. At the end of the first event, the representatives presented and signed the network agreement, which details how the partnership will continue to work together on cultural activities over the long-term. Press coverage at the opening ensured that there was regional media coverage of the project.The day of Thursday, 11/04/2019 was dedicated to the cooperation workshop and cultural quiz. The cultural quiz was set up as a means for the participants from different regions to become familiar with each other’s know-how, best practices and experiences in promoting culture. Various prize packages were organized which included souvenirs, tradition food products, ceramics, etc. representing each region included in the project. The teams that had the highest scores received the prize packages. During the quiz, it was emphasized how EU integration enhances cultural actions by encouraging citizens to take action, volunteer and cooperate with other towns. After the quiz, Lazar Konstantinovic from Sremska Mitrovica demonstrated how he produces cooper coins in the old Roman way. The coins are used to promote the town’s Roman past and produced mainly by volunteers. By showing this example, participants gained a clear picture on how active citizenship contributes to promoting and preserving culture regionally. After the demonstration/presentation, group activities were organized where participants were split into groups. They were presented a fictional scenario. In each scenario a town aims to develop its activities relating to culture. Based on the scenarios, the groups developed concrete brands and detailed the steps that need to be taken put the brands on the open market. Each group presented their scenario and discussed the steps (and challenges) needed in order to develop the particular cultural brands.The day of Friday, 12/04/2019 was dedicated to a project workshop. To begin the workshop, the partnership presented the outcomes of work from the previous day. Guidelines on how to create a cultural brand were presented. During the presentation, the partnership emphasized that key EU values including volunteering, intercultural dialogue, mutual understanding between groups, transnational cooperation, etc. are essential in building consensus on project ideas, developing sustainable actions, and enhancing the quality of life. The presenter, Patrick Galeski, provided examples in cultural branding from Europe and abroad as a means to show participants how to develop cultural actions that contribute to jobs & growth. The second part of the workshop focused on the Creative Europe Programme, and how to prepare projects for this particular programme. Anera Stopfer, from the Croatian Ministry of Culture and Creative Europe Desk in Zagreb, HR described the steps that need to be taken to develop a project proposal and presented best practices (funded projects in culture) that have contributed to building joint identity and EU integration. \*Prior to activities held in Varazdin, 4 pre-event workshops were held in the partner countries (Varazdin 19/03/2019; Totszerdahely, HU 01/04/2019; Ptuj, Sl 04/04/2019; Sremska Mitrovica, 21/3/2019). The workshops were organized to promote the project, enhance know-how on EU policies concerning culture, gain inputs/feedback from citizens on the purposed contents of the main event, and assess what knowledge participants require in order to further develop their cultural actions. By taking this approach, the partnership was able to adjust the contents accordingly, understand more in-depth stakeholders’ needs and effectively achieve project aims. |

|  |  |
| --- | --- |
| Europe for Citizens |  |
| **Projekt «C via C - Connecting citizens and towns Via Culture for inclusive growth» je financiran uz podršku Europske unije kroz program "Europa za građane"**  |  |
| **Primjenjivo na Cjelina 2.1 Mjera bratimljenj gradova** |
| **Sudjelovanje:** Projekt je uključio 241 građana a posebno 93 sudionika iz grada Varaždina (Hrvatska) koji su bili pozvani od strane POU Varaždin, 28 sudionika iz Sremske Mitrovice (Srbija), koji su bili pozvani od strane turističke organizacije Sremska Mitrovica, TO SM; 24 sudionika iz Pomurske regije (Mađarska) koji su bili pozvani od strane MNTT-a - Muramenti Nemzetiségi Területfejlesztési Társulás; 46 sudionika iz Ormoža (Slovenija) koji su bili pozvani od strane LUO – Ljudska univerza Ormož i 50 sudionika iz Ptuja (Slovenija) koji su pozvani od strane LUP-a – ljudska univerza Ptuj **Mjesto/Datumi:** Glavni događaji su održani u Varaždinu, Hrvatska, od 10/04/2019 do 12/04/2019.**Kratki opis:** Prvi dan: srijeda, 10/04/2019 je bio posvećen razmjeni najboljih praksi i iskustava vezanih uz promicanje kulture u europskim zajednicama. Sudionici su bili predstavnici organizacija civilnog društva (OCD), malih i srednjih poduzeća, obrazovnih institucija, mladih i studenata, lokalne vlasti i građani. Na uvodnoj ceremoniji, grad Varaždin i lokalne kulturne organizacije su predstavile kulturna dobra, suvenire, akcije uključivanja mladih te održali glazbene nastupe kako bi uključili građane i pokazali im krajnje rezultate kulturnih akcija. Partneri iz Slovenije, Mađarske i Srbije predstavili su najbolje prakse s pojedinostima o tome kako uključiti građane u akcije, koristiti fondove / programe / prioritete EU-a za svoje djelovanje, te kako vrijednosti EU-a (interkulturalni dijalog, međusobno razumijevanje, solidarnost, različitost i volontiranje) doprinose tome da se kulturne aktivnosti učine inkluzivnijima i održivijima. Održane sesije pitanja i odgovora nakon prezentacija osigurale su da sudionici dobiju dodatne informacije o konkretnim akcijama i razgovaraju o suradnji među regijama. Postavljeni su i različiti prikazi suvenira i kulturnih proizvoda kako bi se građanima / sudionicima pokazalo kako kultura ima važnu ulogu u izgradnji lokalnog identiteta i ponosa, te naglašava ulogu volontiranja u očuvanju kulturne baštine. Na kraju prvog skupa predstavnici su predstavili i potpisali sporazum o suradnju/Memorandum o razumijevanju, koji detaljno opisuje kako će partnerstvo nastaviti dugoročno raditi na kulturnim aktivnostima. Novinari su došli na događaj osiguravajući regionalnu medijsku pokrivenost projekta. Drugi dan: četvrtak, 11/04/2019 je bio posvećen radionici suradnje i kulturnom kvizu. Kulturni kviz postavljen je kao način da se sudionici iz različitih regija upoznaju s međusobnim znanjima, najboljim praksama i iskustvima u promicanju kulture. Organizirani su različiti nagradni paketi koji su uključivali suvenire, tradicionalne prehrambene proizvode, keramiku, itd. koji su predstavljali svaku regiju uključenu u projekt. Timovi koji su imali najviše bodova dobili su nagradne pakete. Tijekom kviza naglašeno je kako EU integracija potiče kulturne aktivnosti potičući građane na akciju, volontiranje i suradnju s drugim gradovima. Nakon kviza, Lazar Konstantinović iz Sremske Mitrovice pokazao je kako proizvodi bakrene kovanice na stari rimski način. Kovanice su korištene za promicanje rimske prošlosti Sremske Mitrovice i uglavnom su proizvedene od strane volontera. Pokazujući ovaj primjer, sudionici su stekli jasnu sliku o tome kako aktivno građanstvo doprinosi promicanju i očuvanju regionalne kulture. Nakon demonstracije / prezentacije organizirane su grupne aktivnosti u kojima su sudionici podijeljeni u skupine. Predstavili su im izmišljeni scenarij. U svakom scenariju neki gradovi žele razviti svoje aktivnosti vezane uz kulturu. Na temelju scenarija, skupine su razvile konkretne marke i detaljno opisale korake koje je potrebno poduzeti kako bi se brendovi stavili na otvoreno tržište. Svaka skupina predstavila je svoj scenarij i raspravljala o koracima (i izazovima) potrebnim za razvoj određenih kulturnih brandova.Treći dan: petak, 12/04/2019 je bio posvećen radionici razvoja projekta. Za početak radionice, partnerstvo je predstavilo ishode rada iz prethodnog dana. Predstavljene su smjernice o stvaranju kulturnog branda. Tijekom prezentacije, partnerstvo je naglasilo da su ključne EU vrijednosti, tj. volontiranje, interkulturalni dijalog, međusobno razumijevanje između grupa, transnacionalna suradnja, itd., važne za izgradnju konsenzusa o projektnim idejama, razvoju održivih aktivnosti i poboljšanju kvalitete života. Patrick Galeski iz Varaždina je dao primjere o kulturnom brandingu iz Europe i šire kako bi pokazao sudionicima kako razviti kulturne akcije koje doprinose zapošljavanju i rastu. Drugi dio radionice bio je usmjeren na EU program Kreativna Europa i kako pripremiti projekte za ovaj program. Anera Stopfer, iz Ministarstva kulture RH i Ureda za kreativnu Europu u Zagrebu, HR je opisala korake koje je potrebno poduzeti kako bi se razvio projektni prijedlog i predstavila najbolje prakse (financirani projekti u kulturi) koji su doprinijeli izgradnji zajedničkog identiteta i EU integracija.Prije provedenih aktivnosti u Varaždinu održane su 4 radionice u zemljama partnerima (Varaždin 19/03/2019; Totszerdahely, HU 01/04/2019; Ptuj, Sl 04/04/2019; Sremska Mitrovica, RS, 21/3/ 2019). Radionice su organizirane radi promicanja projekta, poboljšanja znanja o EU politikama koje se tiču kulture, dobivanja inputa / povratnih informacija od građana o namjenskom sadržaju glavnog događaja, te procjene onoga što sudionici zahtijevaju kako bi dalje razvijali svoje kulturne aktivnosti. Primjenom ovog pristupa, partnerstvo je u skladu s tim moglo prilagoditi sadržaj, razumjeti dublje potrebe dionika i učinkovito postići ciljeve projekta. |