

Destinacijska vjenčanja u funkciji razvoja turizma posebnih interesa Istarske županije

Bajlo, Marina

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:255178>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-26**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Diplomski interdisciplinarni studij Kultura i turizam

MARINA BAJLO

**DESTINACIJSKA VJENČANJA U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA
POSEBNIH INTERESA ISTARSKÉ ŽUPANIJE**

Diplomski rad

Pula, lipanj 2016. godine.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Diplomski interdisciplinarni studij Kultura i turizam

MARINA BAJLO

**DESTINACIJSKA VJENČANJA U FUNKCIJI RAZVOJA TURIZMA
POSEBNIH INTERESA ISTARSKJE ŽUPANIJE**

Diplomski rad

JMBAG: 0303006429, izvanredni student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Antropologija turizma

Znanstveno područje: Humanističke znanosti

Znanstveno polje: Etnologija i antropologija

Znanstvena grana: Etnologija

Mentor: dr.sc. Fulvio Šuran

Pula, lipanj 2016. godine



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Marina Bajlo, kandidatkinja za magistru kulture i turizma ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student:

Marina Bajlo

U Puli, 22. lipnja. 2016. godine



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Marina Bajlo dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Destinacijska vjenčanja u funkciji razvoja turizma posebnih interesa Istarske županije koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

Potpis

U Puli, 22. lipnja. 2016. godine

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. ISTRA	2
2.1. Položaj Istarskog poluotoka i njegove značajke.....	2
2.2. Sunce, more, vjetar i oborine	4
2.3. Kratki pregled povijesti.....	5
2.4. Početak razvoja istarskog turizma	7
2.5. Ponuda i potražnja turizma Istre	8
3. TURIZAM VJENČANJA	11
3.1. Fenomen turizam vjenčanja.....	11
3.2. Rast turizma vjenčanja	14
3.3. Destinacije turizma vjenčanja	16
3.4. Novi trend u Hrvatskoj	17
4. DESTINACIJSKA VJENČANJA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI.....	19
4.1. Životni ciklus odabranih turističkih destinacija Istarske županije.....	20
4.2. Brendiranje destinacije kroz turizam vjenčanja	21
4.3. Organizacija destinacijskog vjenčanja	22
4.4. Rastući trend u Istri.....	24
5. ISTAKNUTE LOKACIJE DESTINACIJSKIH VJENČANJA U ISTRI.....	27
6. ZAKLJUČAK	33
LITERATURA.....	34
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA.....	37
SAŽETAK	38
SUMMERY	39

1. UVOD

U posljednjih nekoliko godina, mnogi mladenci odlučuju odbaciti tradicionalna, velika crkvena vjenčanja u korist izgovaranja "uzimam" na egzotičnim mjestima. Mnogo je razloga zašto se parovi odlučuju za duge udaljenosti, a jedan od njih je odredište koje je privlačno izgledom ili ima značenje za parove.

Destinacijska vjenčanja posljednjih su godina postala popularna i u Hrvatskoj. Istra se, svojim značajkama, i već aktivnim turizmom, pronašla kao atraktivna lokacija za upražnjavanje novog oblika turizma – turizma vjenčanja.

U ovom radu istražuje se novi fenomen destinacijskih vjenčanja i njegov utjecaj na razvoj turizma posebnih interesa Istarske županije. Iako je fenomen poznat više među stranim gostima, Istra se aktivno angažira na razvoju turizma vjenčanja. Osim toga, u radu će se prikazati dosadašnja kretanja turista u Istarskoj županiji i pobliže će se ući u pojam destinacijskih vjenčanja i preferenci mladenaca prilikom organiziranja destinacijskog vjenčanja i/ili bračnog putovanja.

Ovaj rad sastoji se od šest poglavlja. Prvo poglavlje je uvod i donosi razvoj rada i sadržaj. Drugo poglavlje donosi značajke i obilježja Istre kao poluotoka i poznate turističke destinacije. Treće poglavlje bavi se pojmom turizma vjenčanja. Četvrto poglavlje detaljnije analizira pojam destinacijskih vjenčanja u Istarskoj županiji. Peto poglavlje donosi pregled lokacija za destinacijska vjenčanja u Istarskoj županiji. Šesto poglavlje, ujedno i posljednje, donosi zaključak promišljanja na temu.

2. ISTRA

U ovom dijelu rada prikazane su značajke Istarskog poluotoka, položaj i klimatska obilježja Istre, kao važni parametri u promatranju Istre kao atraktivne lokacije za destinacijska vjenčanja. Dostupnost, kulturni sadržaj i prirodne ljepote samo su dio cjelokupne turističke ponude Istarske županije. U potrazi za pravim istarskim draguljima, promatra se s aspekta turizma vjenčanja, kao novog fenomena, o čemu je detaljnije pisano u sljedećem poglavlju ovog rada.

Položaj Istre i klimatske značajke, opisane u daljnjem tekstu, zaslužuju pozornost s opisanog aspekta, budući da idu u prilog rastućoj grani turizma – destinacijskim vjenčanjima. Opisana povijest u nastavku samo površno prikazuje duboku tradiciju kojom odišu istarske destinacije.

Osim toga, drevni Rimljani, poznati po uživanju u čarima i blagodatima života, za svoju razonodu i odmor sagradili su mnogobrojne ladanjske vile (lat. *villae rusticae*) na priobalju, te na Brijunima, današnjem nacionalnom parku.

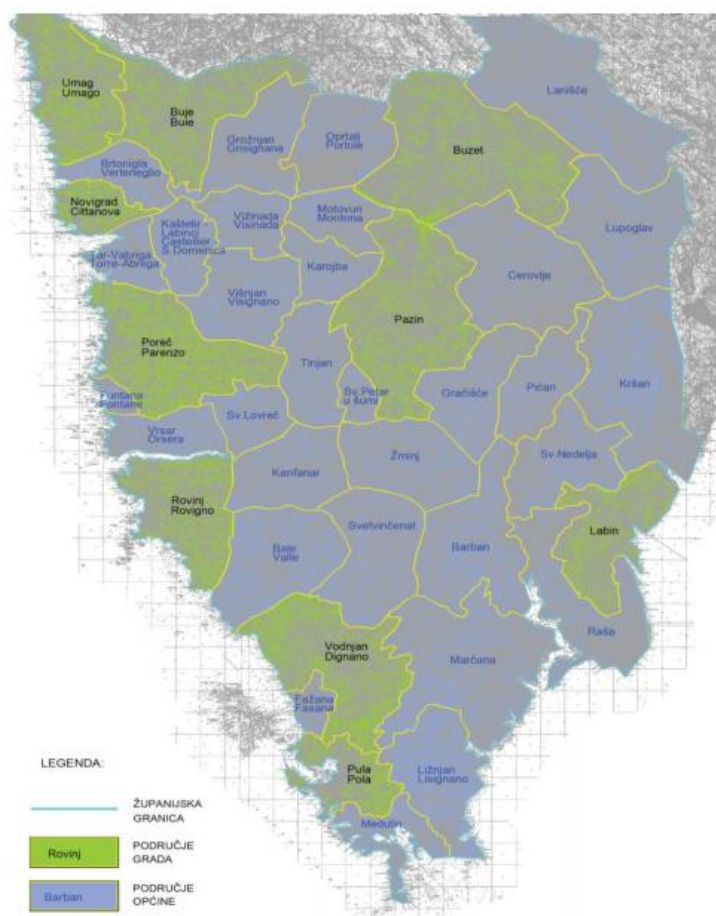
Geografski položaj Istre u blizini glavnih kopnenih i pomorskih putova središnje Europe te ugodna sredozemna klima, blizina toplog mora i bogatstvo pitomih prirodnih ljepota, definitivno su najveći razlog kako početka, tako i nastavka razvoja turizma na ovim područjima.

Pored navedenog, dan je i kratki pregled prihoda u Istarskoj županiji, također kao dio zastupanja teze da Istra kao turistička destinacija raste u svakom pogledu. Pogled na ekonomske učinke Istre tijekom 2002. i 2014. godine pokazuje desetljeće razvoja, kako generalnih tako i posebnih interesa Istarske županije.

2.1. Položaj Istarskog poluotoka i njegove značajke

Istra je najveći poluotok Jadrana (slika 1) i nalazi se u sjeveroistočnom dijelu jadranskog mora. Ima povoljan geografski položaj i povezuje Srednju Europu sa Mediteranom. Okružena morem s tri strane, na sjeveru graniči sa Slovenijom, na istoku i jugu sa Primorsko – goranskom županijom a na zapadu ima morsku granicu sa Italijom.

Slika 1. Istarski poluotok



Izvor: www.istria-istria.hr

Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3.476 km² koju dijele tri države: Hrvatska, Slovenija i Italija. Najveći dio, 90% ukupne površine, pripada Republici Hrvatskoj. Većina hrvatskog dijela poluotoka nalazi se u Istarskoj županiji (2.820 km²), što je 4,98% od ukupne površine Republike Hrvatske.¹

Istra je najzapadnija županija Republike Hrvatske i teritorijalno je organizirana na 41 jedinicu lokalne samouprave, odnosno na 10 gradova i 31 općinu sa sjedištem u Pazinu.

Gradovi su: Buje, Buzet, Labin, Novigrad, Pazin, Poreč, Pula, Rovinj, Umag i Vodnjan.

Općine su: Bale, Barban, Brtonigla, Cerovlje, Fažana, Funtana, Gračišće, Grožnjan, Kanfanar, Karojba, Kaštelir - Labinci, Kršan, Lanišće, Ližnjan, Lupoglav, Marčana,

¹ Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.: Finalni izvještaj Master plana. Turistička zajednica Istarske županije, 2015., str. 14

Medulin, Motovun, Oprtalj, Pićan, Raša, Sveti Lovreč, Sveta Nedelja, Sveti Petar u šumi, Svetvinčenat, TarVabriga, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Vrsar i Žminj.²

2.2. Sunce, more, vjetar i oborine

Klima Istre uvjetovana je činjenicom da je Istra kao poluotok s tri strane okružena morem, tako da klima prelazi iz sredozemne u kontinentalnu. Odlikuju je blage i vlažne zime te topla i suha ljeta. S obzirom na to, Istra je pogodna za turizam kroz cijelu godinu, što naglašava potrebu za razvojem turizma posebnih interesa Istarske županije³.

Najniži obalni dio ima prosječnu siječanjsku temperaturu iznad 4°C, a srpanjsku od 22 do 24° C. S porastom nadmorske visine u unutrašnjosti Istre prosječne siječanjske temperature snižavaju se na 2 do 4°C, u najvišim predjelima na sjeveroistoku poluotoka i ispod 2°C. Srpanjske su temperature u unutrašnjosti 20 do 22°C, u brdovitoj Ćičariji 18 do 20°C, a na najvišim vrhovima i ispod 18°C. Zbog manjeg učinka hlađenja Kvarnerskog zaljeva u usporedbi s otvorenim morem ispred zapadne Istre, ljetne su temperature u Liburnijskom primorju nešto više nego na zapadnoj istarskoj obali. Temperaturne su razlike između obalnog pojasa i unutrašnjosti manje u proljeće, a veće u jesen.

Blagotvoran i nezaobilazan utjecaj mora vidljiv je i pri ekstremnim temperaturama. Najniže izmjerene temperature na obali su više i za desetak stupnjeva od istog ekstrema u unutrašnjosti poluotoka; na obali se temperatura spušta do -10°C, a u unutrašnjosti i do -20°C. Obrnuto je i pri najvišim temperaturama, koje su zbog izostanka učinka mora u unutrašnjosti nekoliko stupnjeva više te dosežu 35-40°C.

Tijekom 260 dana, znači, skoro cijele godine, Istra ima prosječnu temperaturu iznad 10°C, a samo oko 20 vrućih dana s temperaturom višom od 30°C.

Temperature u najtoplijem periodu godine su ugodne obzirom da se prosjek temperature od 22 stupnja smatra najugodnijim. U zimskom periodu, prosječne mjesečne temperature se kreću između 5 i 8 stupnjeva. U tom periodu, temperature su niže u odnosu na analizirane destinacije te će stoga važan izazov predstavljati

² Master plan et. al, str. 12-13

³ Ibidem., str. 16-17

osmišljavanje proizvoda i sadržaja usluga koji će moći usluživati goste i izvan glavne turističke sezone, što destinacijska vjenčanja čini opravdanim fenomenom.

Prosječna količina sunčeva sjaja, kao najtraženijeg proizvoda turizma, pored mora i plaža, iznosi 2.388 sati godišnje. Zbog dužine uglavnom vedrih dana, najduža je insolacija ljeti i prosječno na istarskim kupalištima iznosi 10 sati dnevno.

Prostorni raspored oborina u Istri pod neposrednim je utjecajem reljefa. Veći dio vlažnog zraka dolazi s jugozapada, stoga su brdoviti predjeli na sjeveroistoku najkišovitiji. S druge strane, najmanje kiše padne na zapadnoj obali i jugu. Najviše oborina padne u jesen, tijekom listopada i studenog, dok je najmanje oborina na kraju zime, početku proljeća i ljeti.

Karakteristični vjetrovi su bura, koja puše od sjevera prema jugu i donosi vedro vrijeme te jugo, topli vjetar koji donosi kišu, te maestral koji puše ljeti s mora prema kopnu.

Temperatura mora, još jednog najtraženijeg proizvoda turizma, najniža je u ožujku kada se kreće između 9 i 11°C, a najviša u kolovozu kada doseže 24°C. Salinitet mora prosječno iznosi 36 do 38%. Navedene karakteristike mora koji okružuje Istarski poluotok vidljivo ukazuju na pogodno okruženje za kupanje i aktivnosti na moru koje se, u današnje vrijeme, mogu uklopiti i u turizam destinacijskih vjenčanja. Bilo da se radi o vjenčanju uz more ili na otoku, Istra nudi pregršt inspiracija, kako za odmor, tako i za slavlja i bračna putovanja.

2.3. Kratki pregled povijesti

U svrhu jasnijeg predočanja slike Istre kao turističke destinacije, i kako bi opravdali brojne turističke posjete, potrebno je vratiti se u njenu povijest, koja je i te kako daleka i bogata, a koja je iza sebe ostavila vidljive tragove kroz mnoštvo očuvanih arheoloških, kulturno-povijesnih spomenika različitih etničkih kultura i vremena.

Kao vremeplovom, proputovanje kroz povijest Istre, započinje već od samih začetaka prapovijesti. Iz tog su razdoblja vidljivi utabani tragovi pradavnih stanara, velebnih dinosaurus, na obalnom dijelu kod Bala, nedaleko Pule.

Početak brončanog doba (2. tisućljeće pr. Kr.), nastala su gradinska naselja kada su stanovnici Istre napuštali pećinske zaklone, prostore uz more i osnivali naselja na uzvisinama koja su se mogla uspješnije braniti.

Istra je dobila ime po prapovijesnim stanovnicima pripadnicima ilirskog plemena Histrima. Navodno privučeni slatkom vodom, nastanjivali su krajeve od rijeke Timave do Učke, odnosno rijeke Raše. Jedan od prepoznatljivih značajki prapovijesnih Histra iz 11. st. pr. Kr. bio je običaj spaljivanja pokojnika i polaganje ostataka u keramičke žare.

Od pamtivijeka, posebice zbog njenog strateškog značaja (izlaz srednje Europe na Mediteran), Istru su nastojali pokoriti brojni osvajači koji su svoje tragove ostavljali, kako po cijelom europskom kontinentu, tako i po Istri. Može se reći da je sva europska povijest "prošetala" po Istri kroz međusoban dodir triju europskih civilizacija - romanske, germanske i slavenske.

Mnogobrojna zdanja svjedočanstvo su rimskog imperija, posebice u Puli i Poreču. Uslijedile su okupacije i kolonizacije Gota, Bizanta, starih Slavena, Avara, Slovenaca, Hrvata, Franaka, Akvilejaca. Mletačka vladavina, koja je trajala sto i pedeset godina, utjecaj Habsburgovaca, austrijska vlast, ostavile su iza sebe znatnu kulturnu baštinu. Pored toga, I i II svjetski rat, uz fašističku talijansku te njemačku okupaciju, donijele su Istri znatne štete i razaranja. Usprkos tome, mnogobrojni kulturno-povijesni spomenici su, prkosno i ponosno, ostali svjedočiti o tisućljetnoj bogatoj povijesti Istre, koja se ne može izbrisati, a ni zaboraviti.

Pretpovijesne gradine, rimski amfiteatar i slavoluci, ranokršćanske crkvice, bizantski mozaici, romaničke bazilike, srednjovjekovni gradići na brežuljcima, renesansne freske, kule i zidine, bifore i trifore, gotičke katedrale, barokne palače, austrougarske fortifikacije, sve su to tihi svjedoci bogate i burne istarske povijesti. Na njih se može naići, što kroz svjetovna što kroz sakralna zdanja, u svakom istarskom gradu, selu, zaseoku. Susreću se čak i tamo gdje se to najmanje očekuje, dok njihov urušeni zid u travi, ostatak nekadašnje crkvice, stare gradine ili kazališta, priča još jednu priču ili pak legendu koja se tu zbila.⁴

⁴ <http://histrice.com/> 13.6.16. u 21:05

2.4. Početak razvoja istarskog turizma

Počeci razvoja istarskog turizma uočljivi su već u razdoblju rimskog imperija. Tada su izgrađena i ostavljena u nasljeđe zdanja kao što je Vespazijanov amfiteatar u Puli iz I st. n.e. (slika 2) koji je služio za zabavu građanima i turistima, a mogao je primiti oko 20.000 gledatelja. Danas se koristi za ljetne priredbe - Filmski festival, Opera sezona, glazbeni festivali, koncerti... kada može primiti oko 5000 gledatelja.

Slika 2. Arena, Pula



Izvor: Turistička zajednica grada Pule, <http://www.pulainfo.hr/hr/kamo-ici/kulturni-spomenici/33/arena-amfiteatar/240/> 14.6.2016. u 13:31

Početke suvremenog turizma nalazimo u ranim godinama 19. st. U vremenu Austro-ugarske monarhije sve više bujaju turistički sadržaji: hoteli, pansioni, ugostiteljski lokali, morska i termalna kupališta, niču duž cijele obale. Gradovi Portorož, Umag, Poreč, Rovinj, Pula s Brijunskim otočjem na zapadnoj obali pa do Rapca, Lovrana te 'kraljice ljepote' Opatije na istočnoj obali, razvijaju se u prave turističke gradove. Poduzetnici iz tog vremena sve više ulažu u istarski turizam. Preskočimo li razdoblja I i II svj. rata, te nedavnog Domovinskog rata, koji, srećom, Istri nije donio razaranja, ali je svakako donio stagnaciju, trend razvoja i sadržajnog obogaćivanja istarskog turizma se nastavlja.

Današnja turistička Istra obiluje mnoštvom najraznovrsnijih turističkih kapaciteta i sadržaja od onih na njenom obalnom, primorskom dijelu, do onih sve aktualnijih i traženijih u unutrašnjim ruralnim područjima. Osim već poznatog stacionarnog turizma u mnogobrojnim hotelima, apartmanskim naseljima, kampovima, privatnom smještaju, danas se u Istri sve više razvija nautički, kongresni, izletnički, lovni i ribolovni, agroturizam, kulturni, eno-gastronomski, sportsko-rekreacijski, ronilački,

konjički te ekološki turizam.⁵ Navedeni oblici turizma u rastu pogoduju razvoju fenomena destinacijskih vjenčanja.

2.5. Ponuda i potražnja turizma Istre

Kada je riječ o ponudi turizma Istre, govori se o smještajnom kapacitetu. U Istarskoj je županiji 2014. godine bilo nešto manje od 260.000 kreveta sa strukturom prikazanom u tablici 1.⁶

Tablica 1. Ukupan smještajni kapacitet u Istarskoj županiji u 2014. godini

Ukupan smještajni kapaciteti u Istarskoj županiji				
	2014.			
	Broj objekata	Broj soba	Broj kreveta	Prosječan broj kreveta
Hoteli	58	13.360	27.840	480
Turistička naselja	36	7.041	21.717	603
Kampovi	35	33.359	102.879	2.939
Privatni smještaj	14.939		107.381	
TOTAL	15.068		259.817	

Izvor: Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.: Finalni izvještaj Master plana. Turistička zajednica Istarske županije, 2015., str. 39

U periodu od 12 godina, između 2002. i 2014. godine, ukupna se smještajna struktura u Istarskoj županiji povećala za 75%. Rast je proizašao najvećim dijelom iz rasta kapaciteta privatnog smještaja i kampova koji su zajedno zaslužni za 98% ukupnog rasta, dok je ukupni udio hotela i turističkih naselja pao sa oko trećine na manje od petine ukupnih kapaciteta.

Kada je riječ o potražnji turizma Istre, govori se o dolascima i noćenjima turista. U Istri je u 2014. godini ostvareno 3,27 milijuna dolazaka i 22,27 milijuna noćenja, od čega su oko 95% turističkog prometa ostvarili strani turisti.

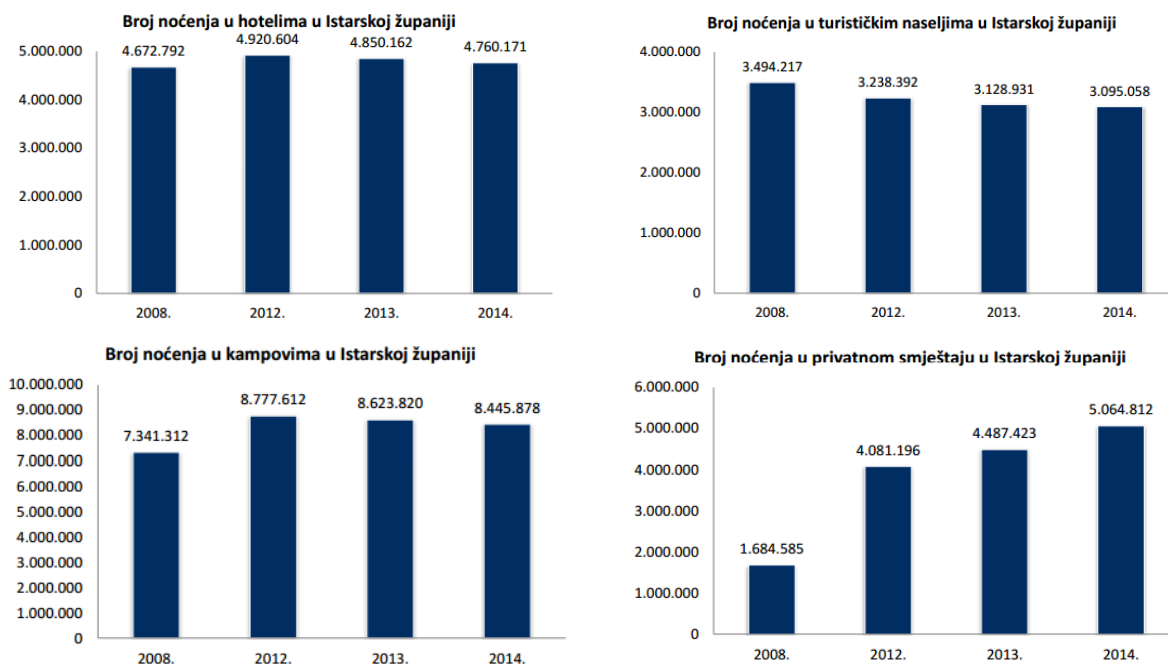
U razdoblju od 2002. do 2014. godine dolasci i noćenja rasli su po prosječnoj godišnjoj stopi od oko 2,7%, što je manje od svjetskog prosjeka rasta turističkog prometa. Rast se posebno uspoređuje u zadnjih 3 godine s godišnjom stopom rasta dolazaka od 2%, odnosno noćenja od 0,43%.

⁵ <http://historica.com/> 13.6.16. u 21:07

⁶ Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025. et. al, str. 39

Turistički promet u Istri je između 2002. i 2014. narastao za 6.101.522 noćenja, 49% porasta tih noćenja ostvareno je u privatnom smještaju, a 35% u kampovima (grafikon 1).⁷

Grafikon 1. Potražnja u hotelima, turističkim naseljima, kampovima i privatnom smještaju u Istarskoj županiji u periodu 2008. – 2014.



Izvor: Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.: Finalni izvještaj Master plana. Turistička zajednica Istarske županije, 2015., str. 42-47

Ukratko, Istra ima sve raspoložive resurse kojima može razvijati turizam posebnih interesa. Riječ je o turizmu vjenčanja, točnije, segmentu destinacijskih vjenčanja. Iako još uvijek ne postoje državni podaci o broju destinacijskih vjenčanja u Istarskoj županiji, brojni portali, blogovi, ali i službene stranice turističke zajednice Istarske županije svjedoče o pojavi novog fenomena. Destinacijska vjenčanja, u službi iskorištavanja dostupnih kapaciteta i neistraženih resursa, postala su novi hit u krugovima industrije vezane uz vjenčanja.

U nastavku ovog rada opisuje se turizam vjenčanja, kao vodeća grana turizma, čiji segment su destinacijska vjenčanja. Bračno putovanje, poznato i kao 'medeni mjesec', davno je bila odvojena tradicija za mladence. Sada, mjenjanjem tržišta želje i potrebe mladenaca sežu dalje od tradicije, pa se neminovno ceremonije i vjenčanja spajaju u jedno zajedničko turističko putovanje, ne rijetko i za cijelu obitelj i prijatelje, odnosno uzvanike.

⁷ Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025. et. al, str. 41

Pomicanje granica pojma slavlja vjenčanja i razvoja potpuno novog segmenta turizma, Istarsku županiju može učiniti iznimno atraktivnom destinacijom za turizam vjenčanja. Prije nego se dotaknemo analize destinacijskih vjenčanja u funkciji razvoja turizma posebnih interesa Istarske županije, neophodno je upoznati se sa pojmom turizma vjenčanja i fenomenom koji se uz njega veže.

3. TURIZAM VJENČANJA

Vjenčanja spadaju pod općeniti pojam 'događaj', što je 'pojava', 'događanje' ili 'iskustvo'. Detaljnije, vjenčanja su prepoznata kao planirani događaji i pripadaju domeni privatnih događaja, zajedno sa zabavama i društvenim događajima.⁸ Privatni događaji nisu za mase, organizirani su za pojedince, obitelji i društvene grupe. Općenito, događaji su poznati kao značajni motivatori turizma. Koncept turizma događaja opisan je kao razvoj destinacije i marketinške strategije u svrhu shvaćanja svog potencijala ekonomskih benefita događaja.⁹ Ovakav tip turizma nastoji olakšati komunikaciju slike destinacije, kao i povećan marketing i zajedničko brendiranje sa destinacijama. Turizam događaja obuhvaća planirane događaje, stoga su vjenčanja dio turizma događaja, kao što je prethodno rečeno da su vjenčanja prepoznata kao planirani događaji.

Turizam posebnih interesa ima rastući fokus u razumijevanju turizma. Jedna, vrlo malo istražena grana turizma posebnih interesa je specijalizirana mikro-grana turizma vjenčanja. U sve brojnijoj literaturi o oblicima turizma u Istarskoj županiji, ali i Hrvatskoj općenito, minimalno pažnje dano je turizmu vjenčanja. Ovaj rad analizom dostupnih informacija o turizmu vjenčanja, točnije, destinacijskim vjenčanjima u Istri, donosi ključne čimbenike razvoja ove novonastale grane turizma.

Kao relativno mlad oblik turizma, destinacijska vjenčanja zasad su poznata kao trend u Istarskoj županiji. Međutim, u svijetu je situacija drugačija. Ovaj dio rada zaokružuje teoriju o turizmu vjenčanja sa stvarnom pozicijom destinacijskih vjenčanja kao oblika turizma u svijetu.

3.1. Fenomen turizam vjenčanja

Danas je turizam vjenčanja rastući sektor turizma, privlačeći sve više parova da slave svoje vjenčanje na novom mjestu. Ipak, destinacijsko vjenčanje nije jedina

⁸ Getz, D.: Event management and event tourism. New York: Cognizant Communication Corporation, 2005. Getz, D.: Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism management, 2008., 29(3), str. 403-428

⁹ Getz, D.: Event management and event tourism. New York: Cognizant Communication Corporation, 2005., str. 23

komponenta turizma vjenčanja. Bračno putovanje je također prepoznato kao važan dio, a istaknuto je već desetljećima, dok su se destinacijska vjenčanja pojavila tek nedavno.

Za početak, turizam vjenčanja, također poznat i kao turizam temeljen na vjenčanjima, definira se kao međunarodno putovanje u svrhu vjenčavanja ili slavljenja vjenčanja. Ipak, takav opis je ograničavajući, obzirom da se turizmom smatra kretanje ljudi van njihovog uobičajenog okruženja u zemlje ili mjesta.¹⁰ To znači da se turizam može pojaviti u zemlji individue, dokle god putuje van svog svakodnevnog okruženja. U smislu turizma vjenčanja, domaće stanovništvo koje putuje s namjerom da se vjenča ili slavi vjenčanje smatra se jednakim dijelom turizma vjenčanja, kao i strani stanovnici koji putuju na vjenčanje. Prema definiciji, turizam vjenčanja je protok turista koji proizlazi iz destinacijskog vjenčanja koje se održava u mjestu koje je različito od mjesta u kojem mladenci i kumovi, ili samo jedan od njih, žive.¹¹ Ni ova definicija nije potpuna. Ne uključuje bračno putovanje kao dio turizma vjenčanja, a zapravo, destinacijska vjenčanja i bračno putovanje su glavne komponente turizma vjenčanja. Ipak, definicija priznaje da je turizam vjenčanja domaće ili međunarodno putovanje parova sa svrhom vjenčanja ili slavlja vjenčanja.

Bračno putovanje, ili medeni mjesec, je putovanje za mladence, na koje kreću odmah nakon ceremonije vjenčanja, da proslave svoj brak.¹² Već je ranije spomenuto da bračno putovanje nije novi koncept. Takva putovanja mladenaca imaju naročito stare korijene. Nedvojbeno, prvi tragovi takvih putovanja datiraju još iz drevne Grčke. U to vrijeme, pojam 'svadbeno putovanje' upotrebljavao se za opisivanje tradicije putovanja mladenaca oko Akropole u Ateni, u drvenoj kočiji ili višednevno putovanje

¹⁰ UNWTO: Understanding tourism: Basic glossary. Retrieved April 7, 2015.

¹¹ Del Chiappa, G. & Fortezza, F.: Wedding-based tourism development: An exploratory analysis in the context of Italy. Konferencija turističkog marketinga, 2013., Algarve str. 412

¹² Lee, C. F., Huang, H. I., & Chen, W. C.: The determinants of honeymoon destination choice – The case of Taiwan. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2010., 27(7), str. 676-693; Moira, P., Mylonopoulos, D. & Parthenis, S.: A sociological approach to wedding travel. A case study: Honeymoons in Ioannina, Greece. Miami, 2011.; Winchester, M., Winchester, T., Alvey, F. & Adams, H.: Seeking romance and a once in a life-time experience: considering attributes that attract honeymooners to destinations. Perth, 2011.

u mjesto nedaleko od njihovog doma.¹³ Ipak, bračno putovanje, kakvo danas poznajemo, pojavilo se u ranim 1820-ima i 1830-ima.¹⁴

Bračno putovanje već je puno godina popularna tradicija kod mladenaca, posebno u Zapadnom svijetu.¹⁵ Na primjer, u SAD-u ima oko 1,4 milijuna bračnih putovanja godišnje.¹⁶ Štoviše, fenomen se širi i trenutne statistike pokazuju nagli rast bračnih putovanja diljem svijeta, ali posebno u zemljama u Aziji.¹⁷

Danas, sa porastom fenomena destinacijskih vjenčanja, sve više i više turističkih agencija nudi potencijalne kombinacije za destinacijsko vjenčanje ili bračno putovanje. Destinacije koje su prepoznate kao mjesta za bračna putovanja, danas sve više prilagođavaju svoje proizvode i usluge kako bi bili konkurentni i na tržištu destinacijskih vjenčanja.¹⁸

Destinacijskim vjenčanjima smatraju se bračne ceremonije koje se slave van uobičajenog okruženja mladenaca. U usporedbi s konceptom bračnog putovanja, destinacijska vjenčanja su novi fenomen. Počeo se javljati kad su parovi shvatili da se destinacijsko vjenčanje u financijskom smislu lako može kombinirati sa bračnim putovanjem.¹⁹

Turizam destinacijskih vjenčanja podijeljen je na nekoliko tržišnih segmenata koji se razlikuju po značajkama i motivaciji. Turizam vjenčanja sastoji se od brakova sklopljenih prvi put, ponovno sklopljenih brakova, obnavljanja zavjeta, kao i ceremonija predaje i istospolnih brakova. Ponovno sklopljeni brakovi su srž tržišta za turizam vjenčanja. Parovi koji se vjenčaju po drugi ili treći put već su imali tradicionalno vjenčanje i voljni su slaviti sa manje gostiju. Brakovi koji se sklapaju prvi put obično su iskusni putnici u potrazi za neobičnom destinacijom i voljni su eksperimentirati. Ceremonije obnove zavjeta postaju sve popularnije i održavaju se u svrhu slavljenja braka još jednom, ali u drugačijoj postavi, zajedno sa djecom i

¹³ Moira et. al, 2011.

¹⁴ Daniels, M. & Loveless, C.: *Wedding planning and management*. Burlington, Elsevier Inc., 2013.

¹⁵ Lee et. al, 2010.

¹⁶ Breslow Sardone, S.: *Wedding & honeymoon facts & figures*. Statistics about engagement, wedding and honeymoon events, 2015. Dostupno na: <http://honeymoons.about.com/> 15.6.2016.

¹⁷ Lee et. al, 2010.

¹⁸ Moira et. al., 2011; Daniels & Loveless, 2013.

¹⁹ Schumann, F. R. & Amado, C.: *Japanese overseas weddings in Guam: A case study of Guam's first hotel wedding chapel*. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 2010., 3(1), str. 173-181

unučadi, dok istospolni brakovi i ceremonije predaje počinju nakon čitanja Zakona o parničnom partnerstvu i predstavljaju rastuće tržište.

Sektor destinacijskih vjenčanja sastoji se od različitih dobavljača, uključujući usluge prostora za vjenčanja i smještaja, ugostitelja, fotografa, šminkera, frizera, kao i planera vjenčanja i turističkih agencija koji pomažu oko organizacije slavlja i bračnog putovanja. Stoga, turizam vjenčanja donosi mnoge razvojne mogućnosti poslovanjima vezanim uz vjenčanja. Važan rast sektora među takvim poslovanjima može se potvrditi i uspostavljanjem godišnjeg Kongresa planera destinacijskih vjenčanja. Događaj je značajno svjež, budući da je prvi održan u Grčkoj 2014., dok je drugi održan na Mauriciusu 2015. Kongres je usmjeren prema osiguravanju platforme za upoznavanje novih partnera, kao što su pružatelji usluga za smještaj i sala za vjenčanja, dizajneri i zabavljači.²⁰ To što planeri destinacijskih vjenčanja šire svoju mrežu dobavljača pokazuje rastuću potrebu za boljom kvalitetom usluge u promatranom segmentu turizma.

Turizam vjenčanja ne obuhvaća samo međunarodna bračna putovanja i destinacijska vjenčanja, nego i domaća. Također, gosti destinacijskih vjenčanja su dio turizma vjenčanja. Parovi zajedno sa svojim gostima, nakon ceremonije vjenčanja postaju regularni turisti koji odsjedaju u hotelima, večeraju u restoranima, koriste prijevoz, posjećuju stranice i dive se krajoliku. Stoga, sektori turizma vjenčanja imaju važnu ulogu u industriji turizma, obzirom da generiraju impresivne količine novca i nastavljaju pokazivati pozitivan rast.

3.2. Rast turizma vjenčanja

Ranije je spomenuto da je turizam vjenčanja dio industrije turizma. Različiti razlozi utječu na parove da putuju i održavaju svoje ceremonije vjenčanja i prijeme van njihovog uobičajenog okruženja, kao i na to da imaju odmore nakon vjenčanja. U prethodnom dijelu je pisano o tome da turizam vjenčanja obuhvaća domaća i međunarodna putovanja, ipak, u nastavku su objašnjeni razlozi putovanja u inozemstvo.

²⁰ Destination Wedding Planners Congress: About Destination Wedding Planners Congress 2014., 2015. Dostupno na: <http://www.destinationweddingcongress.com/> 15.6.2016.

Jedan od glavnih razloga koji opravdava rastuću popularnost bračnih putovanja i turizma destinacijskih vjenčanja je količina prikladnih opcija putovanja. Putovanja zrakoplovom su prepoznata kao ključni poticaj za razvoj turizma diljem svijeta. U dosadašnjim desetljećima, postalo je prikladnije i prihvatljivije financijski putovati avionom, posebno zbog niskotarifnih zrakoplovnih kompanija. Na primjer, u 2001. niskotarifne zrakoplovne kompanije pokrivale su 5% udjela tržišta Europe, dok je u 2011. zabilježeno 26%.²¹ Stoga, putovanje je danas dostupnije nego ikad prije i ljudi imaju tendenciju iskoristiti takvu priliku.

Iako su destinacijska vjenčanja relativno nov fenomen, uspijevaju održati suštinsku poziciju u industriji turizma. Prvo i najvažnije, u usporedbi značajne razlike između troškova domaćih i destinacijskih vjenčanja, destinacijska vjenčanja su puno jeftinija, uglavnom zbog znatno manjeg broja gostiju.

Još jedna važna činjenica koja ide u prilog destinacijskim vjenčanjima ogleda se u parovima koji se žele vjenčati u jedinstvenom, egzotičnom i nezaboravnom okruženju, kao i u želji za intimnom ceremonijom vjenčanja, daleko od njihovih obitelji i prijatelja. Na primjer, u Japanu su vjenčanja bila obiteljski orijentirana slavlja, a sada su sve više ceremonije orijentirane na parove, zbog toga što parovi žele izbjeći ikakvu društvenu odgovornost. Ostali važni razlozi koji utječu na rast turizma vjenčanja su opisani u nastavku.

Parovi pokušavaju iskoristiti mogućnost kombiniranja ceremonije vjenčanja i bračnog putovanja. Današnje turističke agencije nude brojne turističke pakete napravljene za parove koji traže da se vjenčaju i imaju bračno putovanje u inozemstvu. Na primjer, neke turističke agencije nude mogućnost prilagodbe njihovog regularnog turističkog paketa za parove s namjerom da se vjenčaju. Nadalje, segment destinacijskih vjenčanja nastavlja se povećavati u usporedbi s smanjenjem religijskih ceremonija vjenčanja i pojavom novih trendova, kao što su građanski brakovi, drugi ili treći brakovi i istospolni brakovi.

Ukratko, turizam vjenčanja, kao i bilo koji drugi oblik turizma, uglavnom je unaprijeđen uslijed prihvatljivijih troškova i prikladnijeg putovanja. Stoga, segment destinacijskih vjenčanja je omiljeniji u usporedbi s tradicionalnim vjenčanjima kod

²¹ UNWTO: Global report on aviation. Responding needs of new tourism markets and destinations. Madrid, 2012.

kuće uslijed financijskih razloga i privlačne prilike za slaviti vjenčanje u egzotičnim i jedinstvenim mjestima u intimnijem okruženju, sa samo nekoliko članova obitelji i prijatelja ili bez uzvanika.

3.3. Destinacije turizma vjenčanja

Parovi, za svoje ceremonije vjenčanja i bračna putovanja, najčešće traže topla i egzotična mjesta sa kvalitetnom uslugom. Ipak, samo nekoliko destinacija sadrži potrebne atribute i izvore da ugoste turizam vjenčanja i iz njega generiraju profit.

Istraživanja pokazuju prisutnost generalnih atributa koji odlučuju o destinacijama za turizam vjenčanja. 3S faktor (*sea, sun* i *sand* – more, sunce i pijesak) smatra se jednim od najvažnijih odlučujućih faktora pri odabiru mjesta za turizam vjenčanja. Nadalje, spomenuto je da je kombinacija sunca, plaža i kvalitetne usluge visoko poželjna. Idilična i egzotična mjesta za vjenčanja, gastronomsko iskustvo, zajedno sa širokom paletom dobavljača usluga u turizmu vjenčanja su također među odlučujućim faktorima. Iako dostupnost lokacije ima važnu ulogu, ipak, nije odlučujuće među parovima, budući da su spremni potrošiti više na svoje bračno putovanje nego na regularni odmor.

Još jedan važan odlučujući faktor izbora parova je učinkovitost zakonskih procedura dostupnih u destinacijama. Parovi koji planiraju vjenčanja u inozemstvu moraju zatražiti bračnu licencu, mjesnu dozvolu i ostale potrebne dokumente. Savršen primjer za prikaz važnosti zakonske učinkovitosti su Španjolska i Francuska. Oba dvije zemlje nisu visoko istaknute u kontekstu turizma vjenčanja uslijed njihovih strogih i kompliciranih zakonskih procedura za strane parove. Španjolska i Francuska sadrže mnoge potrebne atribute kojima mogu postati omiljena destinacija turizma vjenčanja, ipak, ne uspijevaju iskoristiti takvu priliku i zasjenjene su od drugih europskih destinacija za turizam vjenčanja, koje imaju pojednostavljene zakonske procedure za mladence.

Ukratko, destinacije sa morem, suncem i pijeskom pobjednici su u uvjetima turizma vjenčanja. Takve destinacije sadrže ostale važne atribute poput egzotičnog krajolika i široke palete vjenčanih usluga, zajedno sa kvalitetnom uslugom. Otoci sa tropskom klimom dominiraju kao destinacije među parovima, a destinacije zabave, poput Las Vegasa i Disneylanda su poželjne. Štoviše, sve je više zahtjeva za grane tržišta kao

što su vjenčanja i bračna putovanja na krstarenju, kao i zimska destinacijska vjenčanja.

Iduće poglavlje ovog rada bavi se analizom pojave fenomena destinacijskih vjenčanja u Istarskoj županiji i njihovoj funkciji u razvoju turizma posebnih interesa.

3.4. Novi trend u Hrvatskoj

Pojavom turizma vjenčanja, a samim time i turizma destinacijskih vjenčanja u Hrvatskoj, tržište je u potražnji za kreativcima koji pokreću i svojim primjerom svima govore da se sve može kad se hoće. Posao planera vjenčanja upravo se svodi na to – spoj kreativnog u konkurentnom. Globalno poznat fenomen u potrazi je za ljudima koji će se maknuti od tradicije i pokazati kako egzotične stvari više nisu nedostižne i da se, uz malo organizacije i suradnje, može učiniti nešto jedinstveno i nezaboravno.

Hrvatska se nalazi na savršenom geografskom području. Okupana suncem, s blagom klimom pruža razne mogućnosti, čak i van sezone. Promjenom svijesti i poslovne kulture te svrsishodnom komunikacijom, koja nužno ne treba ovisiti isključivo marketinškoj megalomaniji, mogu se zainteresirati inozemni parovi da svoje zamisli o savršenom vjenčanju realiziraju upravo u Hrvatskoj.

Baš po pitanju komunikacije, pokrenut je razvoj prvog interaktivnog vodiča/knjige za vjenčanja u Hrvatskoj, u kojem će inozemni korisnici dobiti sve informacije o lokacijama, restoranima, vinskim cestama, fotografima i ostalim neizostavnim elementima koje je potrebno pronaći prilikom organiziranja vjenčanja. Cijela platforma će biti zaokružena atraktivnim video materijalima i fotografijama kao i idejama za uređenje interijera i eksterijera.

No, kao i u drugim sektorima, i u Hrvatskoj još uvijek prevladava konzervativna svijest o pružanju usluga ili konkretnih proizvoda inozemnim klijentima. To se, primjerice, može vidjeti kod konkretnog pregovaranja. Pojedinci koji raspolažu značajnim kapitalom ili su svoj novac zaradili u razdobljima prilagođenog socijalizma, sve novotarije smatraju bespotrebnima. Jer, ono što ne mogu naplatiti klijentima – odmah s trostrukom maržom – nije posao. Čast izuzecima, no sasvim nova generacija dolazi na scenu kojoj je potrebno raskrčiti put. Vremena „cimer fraja“ su odavno iza nas.

Kad je riječ o preprekama, tada se može spomenuti i preslikavanje američkih trendova i uporno guranje jednog holivudskog načina dizajna vjenčanja na naše prostore.

S obzirom na cjelokupnu turističku ponudu u Hrvatskoj, koja zasigurno ima prostora za proširenje, pod istom inicijativom kao i prethodno spomenuti interaktivni vodič/knjiga za vjenčanja u Hrvatskoj, smišljena je i produkcija serije video priloga koji će na slikovit način dočarati tradiciju i različite mogućnosti organiziranja i održavanja vjenčanja u Hrvatskoj.

Iskusni savjetnici za vjenčanja ističu da Dubrovnik prednjači u privlačenju inozemnih posjetitelja i mladenaca te predvode u poretku poželjnih destinacija u regionalnom okviru, no postavlja se pitanje, kako i na koji način promovirati i ostale krajeve koji svojim lokalnim, autohtonim izričajem i krajobrazom mogu privući velik broj interesenata te time doprinijeti osnaživanju konkurentnosti turističke ponude u cjelini.²²

Ovaj projekt može odgovoriti i upotpuniti postojeću ponudu u Hrvatskoj. Primjerice, uz dozu maštovitosti te u skladu s bogatom hrvatskom tradicijom prožetom autohtonom kuhinjom, vinskom ponudom ali i krajobrazom koji pruža nezamislive mogućnosti za dizajniranje vjenčanja, domaćim i stranim posjetiteljima može se ponuditi savršeno mjesto za vjenčanje.

Planovi za budućnost svakog uključenog sudionika u ovaj razvojni trend turizma destinacijskih vjenčanja u Hrvatskoj trebao bi biti prvenstveno pokrenuti investitore, potencijalne oglašivače ali i mjerodavne institucije i uvjeriti ih da se nazire svjetlo na kraju tunela. Dovoljan je sasvim malen odmak od dosadašnjeg konzervativnog stajališta da se osnaži postojeća turističko-ugostiteljska ponuda i da se Hrvatska brendira kao savršena destinacija za vjenčanja. Da bi se ideje realizirale, potrebna je suradnja svih dionika u ovom poslu. Neposredno, generirat će se nova radna mjesta, povećat će se turistička dobit neperspektivnih regija i produžit će se sezona u Hrvatskoj te dugoročno izgraditi svoju reputaciju.

²² Mlivić Budeš, E.: Hrvatska i destinacijska vjenčanja, 2015. Dostupno na: <http://profitiraj.hr/> 14.6.16. u 21:12

4. DESTINACIJSKA VJENČANJA U ISTARSKOJ ŽUPANIJI

Istra predstavlja savršenu destinaciju za izreći sudbonosno "da". Osim čarobne atmosfere srednjovjekovnih gradića, tajnovitosti skrivenih stancija, bajkovite morske lokacije, Istra nudi i glamur najboljih hotela, restorana, vinarija i ostalih mjesta za nezaboravno vjenčanje. Blaga klima, obilje sunčanih sati i istarske živopisne kulise omogućuju vjenčanja na otvorenom tijekom većeg dijela godine.

Prekrasni istarski pejzaži, vrhunski restorani i hoteli, kao i gostoljubivi domaćini, idealna su podloga za razvoj turizma vjenčanja. Da bi čarolija vjenčanja bila potpuna mnogo se toga mora odabrati, vjenčanica, dekoracija, buket, mjesto, a Istra taj prekrasni komadić zelenila uronjen u more, nudi bezbroj idiličnih lokacija za najromantičnije vjenčanje ikad upriličeno.

U proteklih je nekoliko godina Istra postala poznata po *gourmet* segmentu, koji je danas na zavidnoj razini, po *wellnessu* s bogatom i raznovrsnom ponudom i smještajnim objektima vrhunske kvalitete, a upravo su to detalji koji svakoj prigodi daju posebnu dimenziju.

Vjenčanje je jedan od trenutaka kojeg većina ljudi iskusi u svom životu, a sam čin predstavlja doživljaj koji se zauvijek pamti. Istra će pridonijeti da vjenčanje zauzme posebno mjesto u sjećanjima mladenaca i njihovih gostiju.

Nakon kratkog pregleda prethodno analiziranih značajki Istre kao destinacije turizma vjenčanja, ovaj dio rada donosi detaljniji pregled ponude ovog novootvorenog tržišta. Potrebno je pažnju usmjeriti i na utjecaj razvoja ove grane turizma posebnog interesa na ostale grane već razvijenih turizama. Promocija Istre kao destinacije za turizma vjenčanja igra važnu ulogu obzirom da je ovaj fenomen već poprimio globalne razmjere i nužno je biti dostupan i prezentiran inozemnim turistima. Odjek jeftinih avionskih karti nije novost ni u hrvatskim zrakoplovnim agencijama zbog porasta potražnje spomenutih turističkih aranžmana.

Dakle, u nastavku rada iznesena je trenutna slika Istarske županije kao destinacije za turizam vjenčanja.

4.1. Životni ciklus odabranih turističkih destinacija Istarske županije

Istarska županija je, prema broju turista i noćenja, vodeća turistička županija u Republici Hrvatskoj. Intenzivna turistifikacija, temeljena na povoljnom geografskom položaju u odnosu na emitivna turistička tržišta, atraktivnoj prirodnoj osnovi za razvoj kupališnog i drugih oblika priobalnog turizma, te antropogenim turističkim atrakcijama, započela je u šezdesetim godinama prošloga stoljeća na prostoru zapadnog, južnog i manjim dijelom istočnog istarskog priobalja. Među spomenutim turističkim područjima najveću ekspanziju ostvarile su destinacije na zapadnoj istarskoj obali, a zbog značaja Pule koja se usporedno afirmirala kao destinacija kulturnog i kupališnog turizma, sličan razvoj doživjela je i južna Istra.²³

Vrhunac turističkoga razvoja u destinacijama na zapadnoj i južnoj istarskoj obali zbio se od 1985. do 1990. godine, kada je na ovom području registriran najveći broj postelja, prihvaćeno najviše turista i ostvareno najviše noćenja. Premda se razdoblje u povijesti hrvatskog turizma od 1975. do 1991. godine, prepoznaje i imenuje kao razdoblje „Novih znakova krize“²⁴ ipak je u to doba zabilježen najintenzivniji razvoj i postignuti najveći rezultati u broju turista i noćenja²⁵. U razdoblju Domovinskog rata i poslijeratne obnove znatno se usporio, a u nekim primorskim destinacijama Hrvatske potpuno zaustavio turistički razvoj. Premda rat na istarskom priobalju nije donio znatna ljudska stradanja i materijalna razaranja turističkih objekata i infrastrukture, značajno je usporen dotadašnji intenzivan razvoj turizma.

Ponovni uzlet hrvatskoga turizma započeo je početkom novoga tisućljeća kada se istarske obalne destinacije, u bitno drukčijim okolnostima od onih prije Domovinskog rata, uključuju i afirmiraju na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Usporedbom ostvarenoga turističkog prometa nakon 2001. godine s onim od 1981. do 1990. uočeno je da vodeće istarske obalne destinacije nisu ni približno dostigle razinu turističkih posjeta i noćenja koje su imale u prijeratnom razdoblju. Promjene koje su zahvatile turizam istarskoga priobalja u posljednjih deset godina nedvojbeno su utjecale na stvaranje i oblikovanje nove etape u životnim ciklusima turističkih destinacija, što je predmet ovoga istraživanja u ovom dijelu rada.

²³ Vojnović, N.: Obilježja životnoga ciklusa odabranih turističkih destinacija istarskoga priobalja. EKON. MISAO PRAKSA DBK. GOD XXI. (2012.) BR. 2., str. 751-774, str. 752

²⁴ Vukonić, B.: Povijest hrvatskog turizma. Prometej, Zagreb, 2005.

²⁵ Bilen, M.: Turizam i prostor – Ekonomsko-geografski aspekti turističke valorizacije prostora u turizmu. Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2006.

4.2. Brendiranje destinacije kroz turizam vjenčanja

Mogućnosti brendiranja Istre, kao destinacije idealne za organizaciju vjenčanja parova iz inozemstva, i koraci vezani uz to, Turistička zajednica Istarske županije već radi. TZ Istre je, naime, prošle godine, s ciljem daljnjeg unapređenja i razvoja novog turističkog proizvoda i Istre kao destinacije za vjenčanja, objavila javni poziv zainteresiranim subjektima koji se bave organizacijom vjenčanja te okupila ponudu koja će doprinijeti prepoznatljivosti Istre u tom smislu.²⁶

Naglasak se stavlja na nužnost suradnje svih ponuditelja prigodnih usluga i proizvoda te njihovo povezivanje i umrežavanje na način koji će biti vidljiviji te pružiti veću kvalitetu usluge a time i povećati potencijal Istre kao destinacije za vjenčanja.

Pojava novog trenda je ujedno i prilika da se kroz širok spektar usluga promovira Istra u gastronomskom smislu, da se uključe domaći proizvođači i hotelijeri te da se ponudi ekskluziva/jedinstvenost/specifičnost koja bi uključivala istarsku tradiciju i običaje. Na taj bi se način stvorila najbolja reklama Istre u turističkom smislu, imajući na umu da mladenci, ali i njihovi gosti potom postaju ambasadori turizma Istre.

Potencijal razvoja ove ponude je vrlo velik te su definirani konkretni zaključci koji će poslužiti kao početna točka u razvoju Istre kao destinacije za vjenčanja. Zaključno, vrlo je važna bolja komunikacija s državnom upravom i matičarima kako bi se definirale pristupačnije tarife izlaska na teren čime bi se povećala potražnja za pojedinim atraktivnim lokacijama.

Također, dogovoreno je kako će se, u suradnji s Istarskom županijom i jedinicama lokalne samouprave, izraditi popis atraktivnih istarskih lokacija koje mogu poslužiti kao idealna kulisa za ceremoniju vjenčanja, a u cilju da se izradi njihova karta i definira jednostavan način njihova najma za prigode vjenčanja.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku²⁷, broj sklopljenih brakova u 2014. godini u cijeloj Hrvatskoj je 19 501, dok je od toga 844 brakova sklopljeno u Istri. Broj sklopljenih brakova u Istri u periodu od 2010. do 2013. je prikazan na tablici ispod (tablica 2).

²⁶ Istarski portal: Istra kao destinacija za vjenčanja, 2015. Dostupno na <http://www.istarski.hr/> 15.6.16. u 18:27

²⁷ DZS, Prvi rezultati, 2016. Dostupno na: <http://www.dzs.hr/> 14.6.2016. u 21:15

Tablica 2. Broj sklopljenih brakova u Istri 2010. – 2013.

Godina	Broj sklopljenih brakova
2010.	948
2011.	912
2012.	930
2013.	804

Izrada: Vlastita izrada autora. Prema: DZS, 2015, Prirodno kretanje stanovništva Republike Hrvatske u 2014. Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/07-01-01_01_2015.htm 15.6.2016. u 18:44)

Iako je vidljiv pad, ovim primjerom nije zabilježen vidljiv rast destinacijskih vjenčanja stranaca. Ove brojke pokazuju da prostora na ovom području obzirom da, prema istim podacima, u sklopljenim brakovima prednjače Split i Dubrovnik.

4.3. Organizacija destinacijskog vjenčanja

Za jasniju predodžbu perspektive planera destinacijskog vjenčanja, ili samih parova ukoliko sami pripremaju svoje vjenčanje, potrebno je ukratko prikazati nekoliko osnovnih pitanja i koraka kojima treba pokloniti pažnju. Unatoč besprijeornoj ponudi po pitanju lokacija u cijeloj Hrvatskoj, ni Istra nije izuzetak, planiranje bilo kakvog događaja, a posebno ovako značajnog u privatnim životima ljudi, nije jednostavna stvar.

U većini slučajeva, takva vjenčanja su malena (jer je veoma skupo odvesti 300 gostiju na egzotičnu destinaciju) i destinacijskim vjenčanjima prisustvuju samo uži članovi obitelji i najbliži prijatelji. Bez obzira na razlog, destinacijska vjenčanja su postala vrlo popularna za parove svih vrsta – od onih kojima je ovo prvo vjenčanje, onih koji obnavljaju bračne zavjete ili onih koji se udaju po drugi puta.²⁸

U nastavku slijede ključna pitanja i koraci prilikom organizacije destinacijskog vjenčanja, koji će usmjeriti perspektivu razmatranja fenomena destinacijskih vjenčanja u širinu koju takav fenomen i zaslužuje.

Bez obzira na osobnost mladenaca ili iznos budžeta, postoji idealno mjesto za svaki par. Ipak, stručnjaci za organiziranje vjenčanja savjetuju utvrđivanje budžeta prije odabiranja destinacije. Nakon definiranog budžeta može se odabrati željena

²⁸ Horvat, M.: Vjenčanje sa stilom . Dostupno na: <http://www.vjencanjesastilom.com/> 14.6.16. u 21:21

(cjenovno prihvatljiva) destinacija i broj gostiju koji će prisustvovati ceremoniji vjenčanja.

Kada je u pitanju planiranje destinacijskog vjenčanja, prvo o čemu treba razmišljati je smještaj. Potrebno je uvjeriti se da je osiguran najbolji mogući smještaj za mladence i njihove goste. Izuzetno korisno je učiniti rezervaciju i više mjeseci prije vjenčanja kako se u zadnji trenutak ne bi bilo prisiljeno pristajati na kompromise ili se naći u situaciji da nedostaje smještaj ili krevet za člana obitelji.

Kada se govori o organiziranom hotelskom ili apartmanskom smještaju, većina ponuda ima snižene cijene s obzirom na količinu rezervacije. Putovanje i organizacija destinacijskog vjenčanja ima svoje prednosti, ali i zahtjeva ogromnu količinu planiranja unaprijed kako za mladence, tako i za njihove goste.

Putovnice, godišnji odmori, avionske karte, samo su neke od stavki za koje se prilikom organiziranja destinacijskog vjenčanja posebno treba pobrinuti i to uključujući sve sudionike istog. Jedna od kreativnih i vrlo korisnih ideja mogu biti i unaprijed pripremljene kartice sa korisnim informacijama za goste kao što su broj hotela, broj leta i informacijske službe koje bi im u nekom trenutku mogle zatrebati.

Ljepota destinacijskih vjenčanja je u tome što nakon vjenčanja mladenci mogu odmah imati i medeni mjesec bez dodatnih troškova. Kada su već u nekom mjestu, korisno je još malo i uživati u lokalnom krajoliku.

Romantičan zalazak sunca na egzotičnim pješčanim plažama karipskih otoka se vrlo brzo može pretvoriti u uragan s namjerom da uništi sve što se nalazi na njegovom putu, uključujući i vjenčanje. Stoga, nužno je informirati se o sezonskim prilikama i neprilikama, a ako se radi o datumu u sezoni uragana, svakako je neophodno uplatiti i putno osiguranje. Više se isplati odgoditi putovanje na nekoliko tjedana nego da netko nastrada. Predviđanje vremena i vremenske prognoze nisu u potpunosti pouzdani stoga je nužno osigurati se na najbolji mogući način.

Svaka zemlja ima svoje zahtjeve i pravila za stupanje dvoje ljudi u pravni brak, od svjedoka, licenci, vađenja krvi, dokaza o cijepljenju i zahtjevima za prebivalište. U odnosu na druge zemlje, Hrvatska ima prihvatljive zakone i zahtjeve. Potrebno je kvalitetno istražiti što sve je potrebno prikupiti od dokumentacije kako ne bi bilo nepovratnih, i nepotrebnih, financijskih gubitaka.

I, na kraju, kvalificirani i renomirani organizatori destinacijskih vjenčanja svakako mogu pomoći u svim aspektima i detaljima oko organizacije destinacijskog vjenčanja i bračnog putovanja. Organizatori, ili planeri destinacijskih vjenčanja imaju resurse i iskustvo da taj posao obave brže i lakše od prosječne mladenke. Oni su svakako upoznati sa svim zakonitostima i odredbama kao i procesu dobivanja dozvole za ovaj događaj i pobrinut će se da svi troškovi ne prelaze dopušteni budžet.

4.4. Rastući trend u Istri

Da se radi o rastućem trendu, potvrđuje i činjenica da je Županijska komora Pula inicirala i organizirala okrugli stol „Istra kao destinacija za vjenčanja“, koji se je održao u sklopu 22. izložbe hrane i pića "Histria 2015", u Domu hrvatskih branitelja, u veljači ove godine u Puli. Okrugli stol okupio je predstavnike HGK ŽK Pula, Turističke zajednice Istarske županije, Zajednice obiteljskog turizma Istarske županije pri HGK, Grada Pule, Instituta za poljoprivredu i turizam Poreč, Valamar Riviere d.d. i SposaNewsa.

Cilj okruglog stola bio je okupiti zainteresirane u djelokrugu organiziranja vjenčanja, agencije, proizvođače prigodnih proizvoda te novinare i otvoriti raspravu oko mogućnosti uključivanja u sve izraženije trendove organizacije vjenčanja na posebnim atraktivnim lokacijama s naglaskom na činjenicu da je dio tržišta vjenčanja zanimljiv i strancima kao gostima u turističkom smislu.

Održanim okruglim stolom istaknuta je važnost orijentacije prema segmentu organizacije vjenčanja za strance kojima je potrebno ponuditi cjelokupnu i kvalitetnu uslugu, ali i olakšati određene postojeće administrativne barijere.²⁹

Na istom je mjestu prethodni vikend održan Istarski festival vjenčanja Sposa news, čiji su se organizatori i izlagači predstavili na izložbi Histria te bili aktivni sudionici okruglog stola.

Također, ove godine je Županijska komora bila pokrovitelj Istarskog festivala vjenčanja SposaNews u Puli, organiziran je skupni nastup članica na Sajmu vjenčanja u Zagrebu kao i radionica vjenčanja u Istri, a u suradnji s Gradom Pula

²⁹ Istarski portal: Istra kao destinacija za vjenčanja, 2015. Dostupno na <http://www.istarski.hr/> 15.6.16. u 17:51

pokrenuta je inicijativa za izradu karte lokacija za vjenčanja u Puli. To su samo neke od aktivnosti Istre vezane uz temu.

Profili tvrtki članica ŽK Pula koje su uključene u aktivnosti organizacije vjenčanja vrlo su različiti. Pritom se ne radi samo o agencijama za organizaciju vjenčanja i pratećim uslugama koje su povezane s vjenčanjima, tu su i hoteli, kampovi i drugih oblici smještaja, proizvođači tradicionalnih proizvoda i suvenira, brodari i mnogi drugi.³⁰

Još jedan od znakova aktivne reakcije na pojavljivanje novog trenda destinacijskih vjenčanja je to da je Turistička zajednica Istarske županije izradila internetsku stranicu koja uključuje ponudu svih koji se bave organizacijom vjenčanja u Istri. Turistička zajednica Istarske županije sudjelovala je i na skupu planera vjenčanja u Firenzi krajem travnja. Vidljivo je da dovoljno kvalitetna ponuda u segmentu organizacije vjenčanja, može omogućiti i dovođenje kupaca iz "wedding biznisa" u Istru.

Prije nekoliko godina, Villa Polesini (slika 3), započela je s organizacijom vjenčanja prije nekoliko godina, a sada je najvažnija svadbena lokacija u sustavu porečke hotelske kuće Valamar Riviere.

Slika 3. Villa Polesini, Poreč



Izvor: <http://www.villa-polesini.com/hr/info.html> 15.6.2016. u 18:06

Obnovljena Villa Polesini u Poreču predstavlja elegantno i ekskluzivno mjesto za organizaciju otmjenih vjenčanja, poslovnih sastanaka i svečanih domjenaka. Izgrađen na rivi za plemićku obitelj Polesini, ovaj dragulj iz 19. stoljeća daje dašak profinjenosti svakom važnom događaju. Na vrtnoj koktel zabavi može smjestiti do

³⁰ B.B.: Istra postala zanimljiva destinacija za vjenčanja, 2016. Dostupno na: <http://www.glasistre.hr/> 14.6.16. u 21:27

300 ljudi, a prekrasno dvorište okrenuto prema moru pruža nevjerojatnu kulisu, naročito u vrijeme zalaska sunca kada horizont gori u narančastoj i crvenoj boji.

U prilog rastu Istre kao turističke destinacije za vjenčanja, ide i lista top putovanja za parove na portalu Next Avenue, namijenjenom aktivnim ljudima zlatnog doba. Na toj listi, Istra je proglašena idealnom destinacijom za drugi medeni mjesec kao jedno od osam najromantičnijih mjesta na svijetu.

5. ISTAKNUTE LOKACIJE DESTINACIJSKIH VJENČANJA U ISTRI

Najčešće je more najvažniji razlog za destinacijska vjenčanja. Istra je u tom pogledu savršeno mjesto, bilo da se radi o ceremoniji, bilo službeno ili simbolično, može biti organizirano na samoj obali mora, na plaži a čak i na moru.³¹ Za zaljubljenike u duboko more, Istra nudi i nezaboravna podvodna vjenčanja.

Najpogodniji gradovi u Istri za destinacijska vjenčanja su Pula, Poreč (slika 4) i Rovinj (slika 5), zato što imaju turistička naselja za svačiji ukus, a poznati hotelijeri smješteni u njima su Arenaturist, Valamar, Maistra. Svaki od ovih prekrasnih gradova su dragulji Istarskog poluotoka i imaju sve potrebne zadovoljene uvjete za savršeno vjenčanje. Mnoštvo restorana sa predivnim pogledima, ugodan smještaj, odličnu uslugu i odličan izbor mjesta za ceremonije koje se održavaju uz sam rub mora.

Slika 4. Grad Poreč



Izvor: Grad Poreč. Dostupno na: <http://www.porec.hr/prva.aspx?stranica=3042&pid=14> 15.6.2016. u 19:56

Zbog svog izvanrednog geografskog položaja, Poreč je danas jedan od najjačih turističkih centara u Hrvatskoj.³² Može se reći da je od 70-tih godina Poreč metropola hrvatskog turizma. Grad prelijepih kulturno-povijesnih spomenika, primjerne hortikulture uređenosti i čistoće, svakovrsnog smještaja i bogate ugostiteljsko-turističke ponude, posebno sportsko-rekreacijske, najčešća je meta europskih turističkih putnika u Hrvatsku.

³¹ Wedding in Croatia: Best Places for a wedding in Croatia. Dostupno na: <http://croatian-wedding.com/> 15.6.16. u 19:43

³² <http://www.porec.hr/> 15.6.16. u 19:58

Slika 5. Grad Rovinj – romantični Mediteran



Izvor: Rovinj – Turistički vodič. Dostupno na:

<http://www.tzgrovinj.hr/documents/multimedia/guides/Vodic%20TZ%20Rovinj%202015%20hrv%20web.pdf>

Na predivnoj obali Istre, tik ispod Limskog kanala nalazi se najromantičnije mjesto na Mediteranu.³³ Grad Rovinj pravo je odredište za one koji žude za sentimentalnom atmosferom vremena koja su nepovratno prošla. Na Mediteranu se to može pronaći ovdje, u gradu koji je svoj romantični život započeo na otoku čiji je skučeni prostor uvjetovao gradnju zbijenih kuća, uskih ulica i malenih trgova, još i danas nedirnutih modernim urbanizmom. S morske strane grad je zaštićen visokom sjenovitom obalom i zidovima kuća izgrađenim na liticama, a prema kopnu čvrstim bedemima. Gradom dominira barokna crkva Sv. Eufemije, sa čijeg 60 metara visokog tornja puca pogled na sivo-crvene krovove i dimnjake, ulice i trgove, luku i pristanište s brodovima i barkama, marinu s jahtama. Ta jedinstvena starogradska jezgra, 67 km duga obala, 2.289 ha zaštićenih zelenih površina i uređena park šuma, 22 otoka, otočića i hridi, čini ovaj grad jedinstvenim.

Izrastao na svojoj bogatoj ribarskoj tradiciji Rovinj je postao prepoznatljiv po jedinstvenoj brodici batani i pjesmama bitinadama. Njegovu su ljepotu posebno cijenili umjetnici koji su na ovom mjestu slikali najljepše motive i izlagali ih na Grisiji - ulici umjetnika. To je mjesto koje pruža nebrojene mogućnosti - šetnje prekrasnom

³³ Rovinj – Turistički vodič, Turistička zajednica Rovinj. Dostupno na: <http://www.tzgrovinj.hr/documents/multimedia/guides/Vodic%20TZ%20Rovinj%202015%20hrv%20web.pdf>

prirodom, bavljenje sportskim i rekreacijskim aktivnostima, jedrenjem, ronjenjem, climbingom, biciklističkim vožnjama, zatim otkrivanje skrivenih ljepota, kulturnih starina, arheoloških nalazišta, kulinarskih specijaliteta, a sve to povezano boravkom u visokokvalitetnim hotelima, turističkim naseljima i kampovima koji pružaju brojne mogućnosti za ugodan odmor, uživanje u blagodatima wellnesa, poslovne susrete i sportske aktivnosti. Romantičan i tajanstven, ali isto tako i pun mogućnosti za nezaboravni provod, Rovinj postaje i ostaje grad u kojeg se poželiš vratiti.

Istra također privlači mladence koji sanjaju o vjenčanju na zidinama staog dvorca. Mali gradovi unutrašnje Istre, poput već spomenutog Motovuna, Oprtlja, Gračišća, Bala, Huma će gostoljubivo dočekati svakog posjetioca, i impresionirati ih svojom antičkom povijesti. Svi ovi gradovi smješteni su u brdima i nude zapanjujuće poglede na zelene planine ili nepregledne vinograde.

Ako se radi o manjoj grupi koja preferira osamljenost, možda je najbolja solucija moderna kamena vila s bazenom, tradicionalne istarske gradnje i stila, koja je opremljena sa svime što je potrebno za jedno vjenčanje ovakvog tipa. Skrivena u borovim šumama, zamotana u sparni osjećaj hrvatskog ljeta, vila bi mogla biti najbolje mjesto za provesti bračno putovanje.

Gdje god da se ceremonija vjenčanja održava, slavlje će jednostavno biti usklađeno s bogatim kulturnim i turističkim programima ili izdvojenom rekreacijom, brodskim putovanjima ili putovanjima po unutrašnjosti, kušanjem vina, posjećivanjem farmi. Sve to Istru čini jedinstvenim mjestom za vjenčanja, bračna putovanja i odmor.

U ovom dijelu rada dane su lokacije destinacijskih vjenčanja koje su se istaknule prilikom istraživanja za potrebe pisanja ovog rada.

Za drugi medeni mjesec ljudi veću pažnju pridaju destinaciji, imaju više vremena i novaca pa stoga mogu krenuti na svoje putovanje iz snova. Od srednjovjekovnih gradića na brežuljcima do obala prozirnog tirkiznog mora, Istra je lako dostupna putnicima, ali slobodna od masovnih gužvi.³⁴ Kao preporuke u ovom segmentu sklapanja braka, našli su se Grožnjan (slika 4), Motovun (slika 5). Svježa riba,

³⁴ Službeni turistički portal Istre: Next Avenue: Istra je najromantičnije mjesto na svijetu, 2012. Dostupno na: <http://www.istra.hr/> 15.6.16. u 19:05

maslinovo ulje i tartufi su tradicionalni istarski proizvodi za koje se kaže da se dostojno mogu mjeriti s talijanskim proizvodima.

Uz Istru, najromantičnijim destinacijama, ljudi zlatne dobi, za sklapanje drugih ili trećih brakova, obnavljanje zavjeta ili ponovljenih medenih mjeseca, smatraju Keniju, Borneo, Cancun, sjeverozapadnu Indiju, luksuzno karipsko odredište Turks i Caicos te Antartiku.

Slika 6. Grožnjan, Istarska županija



Izvor: Turistička zajednica općine Grožnjan. Dostupno na: <http://www.tz-groznjan.hr/index.php/en/mjesta/groznjan> 15.6.2016. u 19:09

Godine 1993. Grožnjan ponovno postaje općinsko središte čime se Grožnjanštini pružila jedinstvena prilika da iskoristi i oplemeni svoje resurse i to naročito u poljoprivredi i seoskom turizmu te ostalim oblicima suvremenog turističkog trenda- ekološki, kulturni i izletnički turizam.³⁵ Ovo područje postalo je poznato po uzgoju stoke, proizvodnji sira, meda, uzgoju cvijeća, gljiva, voća i povrća te kvalitetnih vina, prvenstveno refoška, malvazije i pinota. Otvaranjem agroturističkih objekata svim posjetiteljima pružila se prilika da mogu uživati u ukusnim gastronomskim specijalitetima ovog kraja: domaći sir, pršut, fuži, njoki, pečenje ispod peke, tartufi, šparoge, gljive.. . .

Zadnjih godina privučen je znatan dio privatnog kapitala koji je uložen u obnovu i restauraciju ruševnih zgrada, tako da Grožnjanština sve više dobiva izgled obnovljenog, obrađenog i njegovanog područja. Velike investicije izvršene su na području krupne komunalne infrastrukture (izgrađeni su vodovodi, asfaltirane ceste,

³⁵ <http://www.groznjan-grisignana.hr/> 15.6.16. u 19:23

pojačana električna mreža za mnoga naselja, postavljena javna rasvjeta i drugo).
Određeni broj građana, uglavnom mlađih posvetilo se raznim obrtima i malom
poduzetništvu.

Slika 7. Motovun, općina Motovun



Izvor: Turistička zajednica općine Motovun. Dostupno na: <http://www.tz-motovun.hr/> 15.6.2016. 19:14

Zbog vrijednosti i atraktivnosti srednjovjekovnih utvrda te povoljnih klimatskih uvjeta Motovun sve više postaje turistički atraktivno odredište.³⁶ Kraj udružuje osobit način života ali i izobilje mogućnosti i aktivnosti za lijep i sadržajan odmor. Zavidljujući i jedinstveni krajobrazi u ekološki čistom okruženju potiču na povratak zdravlju i vlastitoj ugodi. Ovo je pravi raj za zaljubljenike u prirodu i pustolovine.

³⁶ <http://www.tz-motovun.hr/> 15.6.16. u 19:28

6. ZAKLJUČAK

Istra svojim ponudama i mogućnostima visoko konkurrira na tržištu destinacijskih vjenčanja za inozemne goste. Popularni trend probudio je interes mnogobrojnih sudionika u organiziranju i održavanju vjenčanja. Za kvalitetnu i jedinstvenu ponudu neophodno je udruživanje i kvalitetna komunikacija svih ponuđača kako bi predstojeći ubrzani razvoj, kao i mogući potencijal dosad zanemarenih područja Istre, bio moguć.

U skladu s time pokrenute su brojne inicijative u Istarskoj županiji kojima se apelira na uključivanje što više ponuđača kako bi Istra, i Hrvatska u cjelini, stvorila i održala cijenjenu reputaciju.

Izuzetne lokacije istarskog poluotoka, pitoreskni srednjovjekovni kameni gradići na brežuljcima poput Motovuna ili Huma, ribarski gradići uz samo more poput Fažane, srednjovjekovni dvorci poput Kaštela Grimani u Savičenti, futuristička zvjezdarnica u prekrasnoj djevičanskoj prirodi Tićana, raskošne istarske stancije i moderne vile, priznati istarski hoteli, nacionalni park u arhipelagu Brijuna, uređene, ili divlje plaže, impresivna kamena zdanja austrougarskih utvrda, jedinstvena Arena u Puli, svjetionici koji obasjavaju pučinu, sve je to Istra koja postaje sve više prepoznata, kako u domaćim, tako i u inozemnim krugovima.

Pokazalo se da vjenčanja predstavljaju značajnu i besplatnu promociju destinacije, a mnogi gosti koji su bili sudionici vjenčanja vraćaju se u destinaciju i organiziraju vlastito vjenčanje. Zaključuje se i kako je nužna suradnja svih ponuditelja usluga i proizvoda i njihovo umrežavanje kako bi mogli pružiti što kvalitetniju uslugu i time utjecati na prepoznatljivost Hrvatske, odnosno Istre kao destinacije.

LITERATURA

Knjige

1. Bilen, M.: Turizam i prostor – Ekonomsko-geografski aspekti turističke valorizacije prostora u turizmu. Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2006.
2. Daniels, M. & Loveless, C.: Wedding planning and management. Burlington, Elsevier Inc., 2013.
3. Getz, D.: Event management and event tourism. New York: Cognizant Communication Corporation, 2005.
4. Vukonić, B.: Povijest hrvatskog turizma. Prometej, Zagreb, 2005.

Službena literatura, članci, statistike

5. Breslow Sardone, S.: Wedding & honeymoon facts & figures. Statistics about engagement, wedding and honeymoon events, 2015. Dostupno na: <http://honeymoons.about.com/cs/eurogen1/a/weddingstat.html> 15.6.2016.
6. Del Chiappa, G. & Fortezza, F.: Wedding-based tourism development: An exploratory analysis in the context of Italy. Konferencija turističkog marketinga, 2013., Algarve
7. Destination Wedding Planners Congress: About Destination Wedding Planners Congress 2014., 2015. Dostupno na: <http://www.destinationweddingcongress.com/about.html> 15.6.2016.
8. DZS, Prvi rezultati, 2016. Dostupno na: http://www.dzs.hr/Hrv/system/first_results.htm 14.6.2016.
9. Getz, D.: Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism management, 2008., 29(3), 403-428
10. Lee, C. F., Huang, H. I., & Chen, W. C.: The determinants of honeymoon destination choice – The case of Taiwan. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2010., 27(7), str. 676-693
11. Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.: Finalni izvještaj Master plana. Turistička zajednica Istarske županije, 2015.
12. Moira, P., Mylonopoulos, D. & Parthenis, S.: A sociological approach to wedding travel. A case study: Honeymoons in Ioannina, Greece. Miami, 2011.

13. Rovinj – Turistički vodič, Turistička zajednica Rovinj. Dostupno na: <http://www.tzgrovinj.hr/documents/multimedia/guides/Vodic%20TZ%20Rovinj%202015%20hrv%20web.pdf>
14. Schumann, F. R. & Amado, C.: Japanese overseas weddings in Guam: A case study of Guam's first hotel wedding chapel. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 2010., 3(1), str. 173-181
15. UNWTO: Global report on aviation. Responding needs of new tourism markets and destinations. Madrid, 2012.
16. UNWTO: Understanding tourism: Basic glossary. Retrieved April 7, 2015.
17. Vojnović, N.: Obilježja životnoga ciklusa odabranih turističkih destinacija istarskoga priobalja. *EKON. MISAO PRAKSA DBK. GOD XXI. (2012.) BR. 2.*, str. 751-774
18. Winchester, M., Winchester, T., Alvey, F. & Adams, H.: Seeking romance and a once in a life-time experience: considering attributes that attract honeymooners to destinations. Perth, 2011.

Internet stranice

19. B.B.: Istra postala zanimljiva destinacija za vjenčanja, 2016. (Dostupno na: http://www.glasistre.hr/vijesti/pula_istra/istra-postala-zanimljiva-destinacija-za-vjencanja-521690 14.6.2016.
20. Grožnjan. Dostupno na: <http://www.groznjan-grisignana.hr/index.php/hr/groznjan> 15.6.2016.
21. Histrica: Otkrij Istru. Dostupno na: <http://historica.com/hr/g/povijest/> 13.6.2016.
22. Horvat, M.: Vjenčanje sa stilom . Dostupno na: <http://www.vjencanjesastilom.com/Blog/Blog/destinacijsko-vjenanje.html> 14.6.2016.
23. Istarski portal: Istra kao destinacija za vjenčanja, 2015. (Dostupno na <http://www.istarski.hr/node/16955> 15.6.2016.
24. Istarski portal: Istra kao destinacija za vjenčanja, 2015. (Dostupno na <http://www.istarski.hr/node/16955> 15.6.2016.
25. Mlivić Budeš, E.: Hrvatska i destinacijska vjenčanja, 2015. Dostupno na: <http://profitiraj.hr/inspricija-ponedjeljkom-hrvatska-i-destinacijska-vjencanja/> 14.6.2016.

26. Motovun. Dostupno na: <http://www.tz-motovun.hr/aktivnosti> 15.6.2016.
27. Poreč. Dostupno na: <http://www.porec.hr/prva.aspx?stranica=3042&pid=14> 15.6.2016.
28. Službeni turistički portal Istre: Next Avenue: Istra je najromantičnije mjesto na svijetu, 2012. Dostupno na: http://www.istra.hr/hr/pr/Istra-TOP/350-ch-0?&l_over=1 15.6.2016
29. Wedding in Croatia: Best Places for a wedding in Croatia. Dostupno na: <http://croatian-wedding.com/eng/luchshie-mesta-dlya-svadbi-v-horvatii.html> 15.6.2016.

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Slika 1. Istarski poluotok	3
Slika 2. Arena, Pula	7
Slika 3. Villa Polesini, Poreč	25
Slika 4. Grad Poreč	27
Slika 5. Grad Rovinj – romantični Mediteran.....	28
Slika 6. Grožnjan, Istarska županija	30
Slika 7. Motovun, općina Motovun	31
Tablica 1. Ukupan smještajni kapacitet u Istarskoj županiji u 2014. godini	8
Tablica 2. Broj sklopljenih brakova u Istri 2010. – 2013.	22
Grafikon 1. Potražnja u hotelima, turističkim naseljima, kampovima i privatnom smještaju u Istarskoj županiji u periodu 2008. – 2014.	9

SAŽETAK

Destinacijska vjenčanja, poznata kao novi fenomen u turizmu, probudila su turističke djelatnike Istre da oplemene atraktivne i neiskorištene resurse Istarske županije. S tim u vidu, provedeno je istraživanje utjecaja koji pojava ovog novog fenomena ima na razvoj turizma posebnih interesa Istarske županije.

U radu se koristi strateški dokument za razvoj turizma u Istri, poznat kao Master plan, za stvaranje perspektive o konkretnim planovima razvoja Istarske županije u vidu turizma. Kroz analizu spomenutog dokumenta, pokušava se predočiti aktualna situacija među turističkim djelatnicima Istre. Najvažnije, ovim dokumentom se predviđa repozicioniranje i restrukturiranje Istre kao turističke destinacije. Fenomen turizma vjenčanja može biti promatran kao jedna od mogućih inicijativa za pokretanje ovog razvoja turizma u Istri.

Prepoznat od strane inozemnih gostiju, novi trend destinacijskih vjenčanja obrađena je tema u stranim izvorima, stoga se za istraživanje koriste strane literature koje se bave proučavanjem novonastalog fenomena.

Razvoj Istre je izuzetno složen i delikatan proces organiziranog postavljanja slike o samoj destinaciji u svijesti potrošača, a koji se, prije svega, temelji na naslijeđenom i novo ostvarenom identitetu. Istra se nalazi u preobražaju ka prepoznatljivoj, konkurentnoj i kvalitetnoj *lifestyle* destinacijom.

Ključne riječi: razvoj turizma Istre, turizam vjenčanja, destinacijska vjenčanja, diverzifikacija

SUMMARY

Destination weddings, well known as a new phenomenon in the tourism industry, have woken up the Istria's tourism professionals to enrich attractive and untapped resources of Istria County. With that in mind, a research was conducted and the topic was an impact that the emergence of this new phenomenon has on the development of tourism of special interests Istria County.

In the thesis a strategic document for the development of Istria's tourism, known as the Master Plan, was used mostly for the creation of perspectives on specific development plans Istria in the form of tourism. The aim of analysis of this document, was to present the current situation among travel professionals of Istria. Most importantly, this document provides future perspective for repositioning and restructuring of Istria as a tourist destination. The phenomenon of wedding tourism can be seen as one of the possible initiatives for development of this new tourism sphere in Istria.

Big contribution for the thesis's topic was foreign sources because international literature is dealing with the study of emergent phenomena for more than a decade and in our country wedding tourism is still at the beginning of its development.

Development of Istria is extremely complex and delicate process and the hardest part is about the decision in what kind of tourism will Istria specialize and who do we want to attract. Setting up an organized picture of the destination in the minds of consumers is a very complex task which is primarily based on the inherited and acquired a new identity. Istria is now in the transformation towards identifiable, competitive and quality lifestyle destination.

Keywords: development of Istrian tourism, wedding tourism, destination weddings, diversification