

# Eno-gastronomski turizam

---

**Tešić, Alisa**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*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:137:115122>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-14**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
«Dr. Mijo Mirković»

**ALISA TEŠIĆ**

**ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM**

Diplomski rad

Pula, rujan 2023.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli  
Fakultet ekonomije i turizma  
«Dr. Mijo Mirković»

**ALISA TEŠIĆ**

## **ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM**

Diplomski rad

**JMBAG:**

**0303057539, redoviti student**

**Studijski smjer: Turizam i razvoj**

**Predmet: Selektivni turizam**

**Znanstveno područje:**

**Znanstveno polje:**

**Znanstvena grana:**

**Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša  
Vitasović**

Pula, rujan 2023.



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani \_\_\_\_\_, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije 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

---

U Puli, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ godine



## IZJAVA

### o korištenju autorskog djela

Ja, \_\_\_\_\_ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile  
u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad  
pod nazivom

\_\_\_\_\_ 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.

U Puli, \_\_\_\_\_ (datum)

Potpis

\_\_\_\_\_

## Sadržaj

Uvod .....	1
1. Povijest i počeci turizma .....	3
1.1. Selektivni turizam .....	5
2. Gastronomski turizam.....	8
2.1. Razvitak kulinarstva u Hrvatskoj i svijetu .....	9
2.2. Profil gastro turista.....	11
2.3. Gastronomski turistički doživljaj i motivacija turista .....	13
2.3.1. Vrste gastronomskog turističkog doživljaja .....	14
3. Moderna tehnologija i globalni trendovi .....	16
4. Europski primjeri gastronomskih destinacija.....	18
4.1. Chianti – najpoznatija vinska regija Toskane.....	19
4.2. Ulični festival hrane u Melbourneu.....	21
4.3. Oktoberfest – Munchenski festival piva .....	22
5. Nematerijalna baština u Republici Hrvatskoj .....	25
5.1. Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-voj listi .....	25
5.2. Hrvatska kuhinja.....	26
6. Povijest istarskog ugostiteljstva.....	28
7. Istarska kuhinja .....	29
7.1. Konoba .....	31
8. Eno gastro manifestacije u Istri .....	32
9. Vinski turizam .....	37
9.1. Europske države vina .....	38
9.2. Profil eno turista.....	40
10. Vinoteli u svijetu i Hrvatskoj .....	41
10.1. Meneghetti wine hotel & winery.....	41
10.2. Roxanich winery & design hotel .....	42
10.3. Hotel Marques de Riscal, Rioja Španjolska.....	44
10.4. Hotel Winebox Valparaiso Čile .....	46
11. Hrvatske vinogradarske regije, podregije i vinogorja .....	47
11.1. Primorska regija .....	48
11.2. Sorte vina Istarskog poluotoka .....	49
11.3. Vinske ceste .....	52
11.4. Vinski podrumi i vinarije u Istri.....	53

12. Maslinarstvo.....	55
12.1. Kuća istarskog maslinovog ulja.....	57
13. Tartufarstvo.....	58
13.1. Zigante tartufi .....	58
Zaključak.....	61
Literatura i izvori .....	62
Sažetak.....	63
Summary .....	64

## Uvod

Eno gastronomija predstavlja umjetnost spajanja hrane i vina te istraživanje raznolikih okusa i mirisa. U Hrvatskoj, ali i svijetu, eno gastronomija ima bogatu povijest i predstavlja važan dio kulturne baštine. Ova jedinstvena kombinacija gastronomije i vinskih tradicija privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. Hrvatska je poznata po svojim vrhunskim vinogradima, od kojih neki datiraju još iz antičkih vremena. Ova vinska regija nudi raznolika vina, uključujući bijela, crvena i pjenušava vina, koja se odlikuju karakterističnim okusima i visokom kvalitetom. Uz vrhunska vina, Hrvatska je također bogata raznovrsnom gastronomskom ponudom. Obala Jadranskog mora pruža izvrsne svježe plodove mora, dok unutrašnjost zemlje obiluje tradicionalnim jelima pripremljenima od svježih, lokalno uzgojenih sastojaka. Istarska eno gastronomija obuhvaća prekrasne maslinike, gdje se proizvode maslinova ulja. Ovo ulje je ključni sastojak mnogih tradicionalnih jela i pruža jedinstvenu aromu i okus. Istarska kuhinja je poznata po tartufima i autohtonim sirevima poput istarskog kaštela. Posjetitelji mogu uživati u jelima poput "fuži s tartufima" i "pljukanci s divljim šparogama" koja su tipična za regiju. Osim toga, istarske konobe i restorani nude širok izbor tradicionalnih jela koja se pripremaju s ljubavlju i pažnjom prema lokalnim sastojcima. Istra je mjesto gdje se gastronomija i ljepota prirode susreću, pružajući nevjerojatno iskustvo za sva osjetila.

Cilj ovog rada je proučiti i predstaviti eno-gastronomsku ponudu Istarske županije te istaknuti nove trendove u razvoju selektivnih oblika turističke ponude. Također, žele se naglasiti pozitivne društveno-gospodarske utjecaje razvoja eno-gastronomskog turizma. Prilikom izrade istraživanja korištena je raznolika strana i hrvatska literatura, uključujući knjige, časopise, članke i web stranice.

Istraživanje je podijeljeno u deset poglavlja. Prva četiri poglavlja bave se pojmom turizma i posebnim oblicima turizma. U ovim poglavljima definirani su pojmovi, prikazan je povijesni razvoj turizma i različite vrste selektivnog turizma. Nadalje, detaljnije će se opisati profil gastronomskog turista, objasniti što je gastronomski turistički doživljaj i predstaviti različite vrste doživljaja u gastronomiji. Također, istražena je važnost suvremene tehnologije i praćenje trendova u gastronomiji.



U petom poglavlju korišteni su primjeri iz prakse kako bi se istaknule uspješne eno-gastro turističke destinacije. Šesto i sedmo poglavlje fokusiraju se na nematerijalnu kulturnu baštinu u Republici Hrvatskoj, uključujući i objekte s UNESCO-ove liste. Osmo poglavlje istražuje hrvatsku kuhinju, početke istarske ugostiteljske industrije, izgled istarskih konoba i najpoznatije gastronomske manifestacije u Istri.

Deveto poglavlje posvećeno je vinskom turizmu u Europi i Hrvatskoj, povijesti istarskog vinogradarstva, vinskim rutama te najpoznatijim vinarijama i vinotekama u Istri i svijetu. Posljednje deseto poglavlje istražuje maslinarstvo i tartufarstvo na najvećem hrvatskom poluotoku, uz navođenje uspješnih primjera iz prakse.

Na kraju istraživanja izvedeni su zaključci i navedena korištena literatura.

## 1. Povijest i počeci turizma

Dvadeseto stoljeće je obilježeno kao razdoblje najveće pokretljivosti društva, s ljudima povremeno i kratkotrajno napuštajući svoje stalno boravište radi zabave, odmora i rekreacije. Gospodarski razvoj i demokratizacija tržišta u drugoj polovici 20. stoljeća omogućili su masovna turistička putovanja koja uključuju sve veći broj ljudi iz svih društvenih slojeva, te su se ostvarivala na svim dijelovima svijeta. Pojmovi turizma i turista pojavili su se u ranom 19. stoljeću, a vrlo brzo su postali široko prihvaćeni. Turizam se može definirati na različite načine, ovisno o aspektu koji se naglašava, kao što su motivacija, vrijeme, prostor, gospodarstvo, društvo ili neki drugi aspekt. Prema definiciji Svjetske turističke organizacije (WTO) iz 1963., turizam obuhvaća aktivnosti koje ljudi poduzimaju tijekom putovanja i boravka izvan svog stalnog boravišta tijekom neprekidnog razdoblja (više od 24 sata) do jedne godine radi zabave, posla i sl.<sup>1</sup> Tijekom naglog rasta turizma, istraživači su počeli razlikovati turizam kao narodni, socijalni i masovni turizam. Masovni turizam se razlikuje od narodnog turizma po kvantitativnim i kvalitativnim obilježjima, dok socijalni turizam obuhvaća sudionike s ograničenim financijskim sredstvima. Razvoj turizma i promjene u turističkim ciljevima i ponudi brzo su napredovali, pa su već u prvih desetljeća intenzivnog rasta, 50-ih i 60-ih godina, primijećene različite pojave unutar cjelokupnog turizma. Turistički stručnjaci su počeli dijeliti te pojave na sektore ili oblike koji se razlikuju prema nekim ključnim obilježjima. Kaspar je među prvima podijelio turizam na različite oblike prema motivaciji i uzrocima i vanjskim učincima. Prema predviđanjima, turizam na kraju 20. stoljeća bilježi veći rast od ukupnog svjetskog gospodarstva i predstavlja jednu od najboljih mogućnosti za stvaranje prihoda i zapošljavanja u svim zemljama, bez obzira na njihovu razinu razvijenosti. Turizam budućnosti mora biti sposoban stvarati proizvode prilagođene sve kompleksnijim i raznolikijim potrebama potrošača. Segmentacijom tržišta postiže se dublje razumijevanje tržišta i preciznije određivanje potreba i želja korisnika, što omogućuje stvaranje konkurentnijih proizvoda i učinkovitu komunikaciju i distribuciju. Novi turisti se značajno razlikuju od turista u "starom" turizmu. Novi turisti su obrazovaniji, neovisniji, sportski orijentirani, zdraviji, zadovoljniji i vjerniji destinacijama. Oni su iskusniji, svjesniji kvalitete i vrijednosti, žele komunikaciju i osobnu pažnju tijekom odmora, traže veći izbor, više zabave i avanture, autentičnost i raznolikost. Za nove turiste putovanje predstavlja način života, zbog čega teže većoj

---

<sup>1</sup> B. Rabotić, *Selektivni oblici turizma*, Beograd, Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013, str. 9

zaradi i traže više slobodnog vremena. U Europi se bilježi porast selektivnih oblika turizma poput ekološkog, ruralnog, sportsko-rekreativnog i kulturnog turizma, koji se često izjednačuju s posjetom gradovima kao vrhuncima povijesno-kulturne baštine, te "event turizma" koji uključuje razne manifestacije poput kulturnih događaja, sportskih natjecanja, kongresa itd. S povećanjem svijesti o ekologiji, afirmira se "novi turizam" koji teži individualnosti, autentičnom iskustvu, kontaktu s lokalnom kulturom i domaćinima te uživanju u izvornom okruženju. U skladu s tim, razvijaju se selektivni oblici turizma s ciljem smanjenja ekoloških šteta i maksimiziranja gospodarskih učinaka. Selektivni turistički oblici predstavljaju najnoviji trend suvremenog turizma i revitalizaciju turističkih obilježja iz početaka turističke ere, uključujući pojave iz predturističkog razdoblja. Novo tisućljeće donosi punu afirmaciju selektivnih (alternativnih) oblika "mekog turizma" kako u teoriji tako i u praksi. To je rezultat intenzivnih promjena u tehnološkom, gospodarskom i društvenom okruženju, te promjena na tržištu potražnje uz pojavu sve kompleksnijih paketa motiva za putovanje. Osim glavnih motiva poput kupanja, odmora i snijega, pojavljuju se novi paketi motiva za putovanje koji uključuju kulturu, sport, ekologiju, intenzivno uživanje u prirodi, doživljaje, senzualnost, emocije, rekreaciju i zdravlje. Postoje sve veće promjene u potrebama potencijalnih turista s rastom životnog standarda, pri čemu turisti imaju više novca, ali manje slobodnog vremena. Novac i vrijeme postaju dva ključna preduvjeta za sudjelovanje u turističkim tokovima. Tržište se sve više segmentira prema podskupinama koje su definirane životnim stilom, osobnim sklonostima, potrebama i životnim okolnostima. Sve to potiče interes za različite oblike i vrste turizma na svim razinama turističke potražnje. To prirodno prati i sektor turističke ponude kroz brojne inovacije u smještajnim i sadržajnim elementima širokog spektra turističkih proizvoda. Pojavljuju se tri temeljne nove orijentacije koje koriste prostorne i antropogene resurse kako bi promovirale cjelogodišnji turizam:

- Diversifikacija ponude na različite destinacije
- Iskorištavanje svih potencijalnih cjelogodišnjih resursa i sadržaja
- Intenzivni razvoj selektivnih (posebnih) oblika turizma

## 1.1. Selektivni turizam

Takvi oblici turizma predstavljaju suprotnost negativnostima koje je donio masovni turizam, a cilj im je potpunije zadovoljavanje posebnih želja i potreba suvremenih turista. Možemo ih nazvati i svojevrsnim povratkom korijenima odnosno počecima turizma u sklopu poznate tzv. predturističke, pa i turističke epohe, a očituju se kroz sljedeće:

- Zdravstvena obilježja (termalni izvori i lječilišta na Mediteranu)
- Kulturološka obilježja (putopisci, povjesničari, geografi staroga vijeka...)
- Nautička obilježja (putovanja prekooceanskim brodovima)
- Auto-moto obilježja (turing i automobilski klubovi, biciklistički klubovi)
- Odmor u prirodi i ruralnim područjima (vraćanje prirodi, impresionistički i romantičarski umjetnici...)
- Sportsko-pustolovna obilježja (olimpijske igre i njihovo oživljavanje, baloniranje, osvajanje svjetskih vrhova i podmorja)

Važna karakteristika selektivnih turističkih vrsta očituje se u poticanju gospodarskog razvoja destinacija, posebno malih gospodarstava. One zahtijevaju veću pažnju državne i lokalne administracije, posebno u zemljama u tranziciji, budući da se veći dio nacionalne ekonomije temelji na malim i srednjim poduzećima.

C. Kaspar je naveo klasifikaciju oblika turizma koja je među prvima podijelila turizam prema više različitih kriterija na mnoge oblike unutar dvije osnovne podjele prema motivaciji i vanjskim učincima.

Podjela prema motivaciji:

- Rekreativni turizam (rekreativni turizam na bližim ili udaljenijim destinacijama, zdravstveni turizam)
- Kulturni turizam (kulturni svjetovni turizam, udruženički i saveznički turizam)
- Sportski turizam (aktivni i pasivni sportski turizam)
- Komercijalni turizam (poslovni i kongresni turizam, turizam sajmova i izložbi)
- Politički turizam (diplomatski turizam, turizam političkih manifestacija)

Podjela prema uzrocima i vanjskim učincima:

- Prema podrijetlu (nacionalni turizam, međunarodni turizam)

- Trajanju boravka (turizam kratkog boravka, tranzitni turizam ili turizam preko graničnih prijelaza, rekreativni turizam na bližim odredištima, turizam duljeg boravka, turizam tijekom godišnjih odmora)
- Sezonom (ljetni turizam, zimski turizam)
- Broju sudionika (turizam mladih, turizam starijih osoba)
- Vrstama prijevoza (željeznički turizam, automobilski turizam, zračni turizam, pomorski, riječni i jezerski turizam)
- Vrstama smještaja (hotelski turizam, parahotelski turizam, robinzonski turizam, turizam sekundarnog domicila, kampiranje)
- Utjecaju na platnu bilancu (aktivni turizam - inkomigradevinski turizam, pasivni turizam, emitivni turizam)
- Načinu plaćanja (socijalni turizam, turizam štednje i kredita)
- Sociološkim kategorijama (ekskluzivni i luksuzni turizam, tradicionalni turizam, turizam mladih, socijalni turizam).<sup>2</sup>

Ovi oblici turizma obično preferiraju sudjelovanje manjih skupina i imućnijih pojedinaca koji posjeduju široko obrazovanje, a odlikuju ih kontrolirano ponašanje usklađeno s društvenim normama i lokalnom kulturom. To je dugotrajan proces prelaska turizma na višu razinu razvoja s naglaskom na raznolikost ponude i potražnje te sve veću kvalitetu. Budućnost turizma leži u cjelovitom uvažavanju želja suvremenog turista da vidi i doživi svoje potrebe za druženjem, sadržajnijim i raznolikijim odmorima s više putovanja i odredišta tijekom godine. Razumljivo je da svaki selektivni oblik turizma ima svoju osnovnu motivaciju koja se razlikuje od drugih oblika i usmjerava potražnju prema toj specifičnoj ponudi. Međutim, suvremeni turist rijetko se uključuje u turistička putovanja zbog samo jedne motivacije; u jednoj fizičkoj osobi i njihovom mentalnom sklopu istovremeno je prisutno više motiva koji trebaju biti zadovoljeni raznovrsnim sadržajima turističke ponude i odredišta temeljenim na prirodnim i antropogenim resursima.

Proširenje turističke sezone omogućuje razvoj selektivnih oblika turizma koji nisu strogo vezani uz sezonske aktivnosti. Svi selektivni oblici turizma posebno su usmjereni na zadovoljenje "drugog" i "trećeg" paketa usluga, odnosno izvanpansionskih usluga koje uključuju zabavne, sportsko-rekreacijske i kulturne usluge te sadržaje vezane uz turističke atrakcije, manifestacije, festivale i slično.

---

<sup>2</sup> Ibidem, str. 14 i 15

Turizam se postupno transformira iz "tvrde" u "meku" verziju, što se očituje kroz sljedeće promjene u turističkoj ponudi i potražnji:

- Povećanje slobodnog vremena rezultira većom učestalošću putovanja.
- Dolazi do porasta broja, raznolikosti i važnosti različitih aktivnosti turista.
- Suvremenu turističku ponudu karakteriziraju sve više mali i srednje veliki obiteljski objekti.
- Zbog sve veće ekološke svijesti turista, posebna pažnja posvećuje se zaštiti okoliša, pa su u prednosti ekološki objekti i relativno netaknute destinacije.
- Veliki gradovi i turistička odredišta s bogatim prirodnim i kulturnim sadržajima sve su traženiji zbog problema o kojima se sve više upozorava u medijima (opasnost od izlaganja suncu, zagađenje mora).

## 2. Gastronomski turizam

Turizam hrane može se definirati na isti način kao i već afirmirani vinski turizam, to jest kao posjet proizvođačima hrane, festivalima hrane, restoranima i specifičnim lokacijama gdje je kušanje i doživljaj hrane te prehrambenih proizvoda primarni motivirajući faktor za putovanje.<sup>3</sup> Još jedna definicija gastronomskog i vinskog ili eno-gastronomskog turizma podrazumijeva posjet destinaciji čiji je glavni cilj zadovoljiti potrebu za nacionalnom ili regionalnom gastronomijom. To uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremi jela, kupovinu proizvoda povezanih s hranom te pohađanje tečajeva kuhanja. Važnost gastronomije pri odabiru odredišta varira. U nekim slučajevima, gastronomija je samo dio privlačnosti određenog mjesta, dok je drugdje glavni motiv putovanja. Kada je gastronomija glavni motiv putovanja i utječe na ponašanje turista, može se govoriti o gurmanskom ili kulinarskom turizmu.

Gastronomski turizam donosi brojne koristi za regiju koja prima turiste, uključujući:

- Povećanu potražnju za proizvodima povezanim s hranom
- Stvaranje radnih mjesta i prihoda
- Izgradnju posebnog brenda destinacije
- Jačanje veze između turista i odredišta
- Pružanje marketinških informacija proizvođačima i dobavljačima hrane (dobivanje izravnog uvida u preferencije potrošača)
- Obrazovne mogućnosti za posjetitelje i lokalno stanovništvo
- Regionalnu i lokalnu distribuciju potrošnje
- Zaštitu intelektualnog vlasništva.

Posljednjih godina, zaštita intelektualnog vlasništva postaje sve važnija na globalnom tržištu kako bi se očuvala upotreba određenih marki hrane i pića (poput "Champagne" u Francuskoj ili "Tokaji" vina u Mađarskoj). Važno je da zainteresirani proizvođači pravovremeno reagiraju kako bi spriječili da netko drugi zaštiti isti ili sličan proizvod kao vlastiti brend.

Gastronomija i turizam hrane su sastavni dio svakodnevnog života i putovanja. Odnos turista prema lokalnoj hrani može varirati, pri čemu se turisti mogu podijeliti u dvije grupe: ljubitelje novih okusa (neophylic) i one koji su oprezniji prema novoj

---

<sup>3</sup> T. Pančić Kombol, *Selektivni turizam*, Matulji, TMCP Sagena, 2000., str. 339

hrani (neophobic). Kulturološko-geografske varijable, demografske karakteristike i socijalni status pojedinca utječu na gastronomsko ponašanje turista. Istraživanja su pokazala da dob i obiteljska situacija također utječu na izbor hrane i potrošnju tijekom putovanja. Na primjer, bračni parovi koji putuju bez djece više su motivirani za posjet lokalnim restoranima iz zadovoljstva i uživanja.

Različiti motivi potiču gastronomske turiste, uključujući:

- Briga ili želja za uživanjem u hrani i piću, posebno u teškim vremenima
- Potreba za izražavanjem različitosti, bogatstva i individualnosti kroz specifičnu hranu i piće
- Radoznalost i želja za otkrivanjem novih okusa i obogaćivanjem osobnog znanja
- Potreba za osjećajem povezanosti s korijenima i posjetom lokalnim regijama
- Želja za senzornim zadovoljstvima i eksperimentiranjem, što hrana i piće lako omogućavaju.

Postoji tipologija gastronomskih turista, koja uključuje gurmane koji posjećuju ekskluzivne restorane ili vinarije, gastronomske/kulinarske turiste koji su zainteresirani za kulturu i prostor gdje se hrana i vino proizvode, te turiste koji su zainteresirani za specifične kuhinje širom svijeta i u određenoj regiji.

Hrana je važan dio lokalne kulture koju turisti doživljavaju kroz kulinarsko, ali također ima značajan utjecaj na turistički brend i može potaknuti agrikulturni i ekonomski razvoj. Interes za hranom i vinom postao je važan dio suvremenih životnih stilova. Geografski položaj utječe na proizvodnju specifične hrane i vina, što znači da su obje kategorije povezane s mjestom podrijetla.

## **2.1. Razvitak kulinarske u Hrvatskoj i svijetu**

S razvojem kulture i civilizacije mijenjao se način pripreme hrane i pića, dobivajući nove suvremene oblike. Sve više sirovina podvrgavano je kulinarsko-tehničkom procesu, a broj pripremljenih jela u kuhinjama se povećavao tijekom vremena. Dokumenti svjedoče da su civilizirani narodi već tisućama godina imali razvijenu kulinarsku tradiciju. Posebno se ističu Perzijanci, Kinezi, Egipćani, Grci i Rimljani. Već u 6. stoljeću pr. Kr., Perzijanci su spominjali kuhanje kao zanimanje, a kuharstvo su razvili



u pravo umijeće.<sup>4</sup> Grci, rimski liječnici i prirodoslovci često su istraživali hranu, njezinu kvalitetu, pripremu i učinke. Kasnije su mnogi pisci i putopisci zabilježili mnoštvo recepata za pripremu jela u različitim kulturama. Tako je kuharstvo steklo opću važnost i postalo potreba kulturnog čovječanstva. Kroz stoljeća, razvojem kuharstva više se ne govori o samom kuharstvu, već o kulinarskom umijeću, gastronomiji. Nacionalne kuhinje predstavljaju oblik kulturnog turizma, odnosno turizma nasljeđa. One nastaju i razvijaju se ovisno o uvjetima okoliša, vrsti tla, društvenim običajima, religijskim uvjetima i drugim faktorima, odražavajući kulturne norme i vrijednosti, borbu s prirodom, geografsku lokaciju, povijesne utjecaje, tradiciju i razne oblike nasljeđa. Neki tvrde da veza između nacionalnih kuhinja i turizma ovisi o tome koliko ta kuhinja predstavlja dio socijalne kulture, a time i nacionalnog identiteta. Pod utjecajem stranih civilizacija na našim prostorima, uz tradicionalno lokalno gastronomsko umijeće, prihvatili smo i specifičnosti kulinarstva naših susjeda na cijelom hrvatskom nacionalnom području. Zapadni dio Hrvatske preuzeo je svoje kulinarsko umijeće od Italije i Austrije, kao rezultat stoljetnog utjecaja zapadnoeuropske kulture i civilizacije. Dok zapadna Hrvatska usvaja bečku kuhinju, Dalmacija i Istra prihvaćaju talijansku. Nadalje, Slavonija i sjeveroistočni dio Hrvatske usvajaju karakteristike bečke i istočnjačke kuhinje te načine pripreme jela prema mađarskim uzorcima. Naše gastronomsko umijeće, uz očuvanje autohtonih lokalnih izvora hrane, također se oslanja na tri svjetski priznate kuhinje od kojih smo preuzeli samo najbolje. Naši kuhari unose lokalne posebnosti i vlastitu tradiciju u mnoga jela, što postaje gastronomski adut u hrvatskoj turističkoj ponudi. Dobra kuhinja istovremeno je i dobra promocija turizma, što možemo vidjeti iz primjera gastronomskih velesila poput Italije i Francuske. Stoga je važan zadatak suvremenog turizma izgradnja i modernizacija ugostiteljskih objekata te poboljšanje gastronomske ponude unutar razvijenog turističkog proizvoda Hrvatske. Potrebno je fascinirati turiste našom prehranom i najboljim gastronomskim specijalitetima koji su karakteristični za određene regije. Na taj način opravdavamo bogatu tradiciju naših predaka i izvrsnih domaćih majstora gastronomije koji su priznati i cijenjeni diljem svijeta. Svako područje u Hrvatskoj ima svoju specifičnu tradiciju i eno-gastronomske navike koje zaslužuju pažnju, istraživanje i njegovanje. Važno je podići standarde i poboljšati kvalitetu prateći svjetske standarde u vezi s zdravom prehranom i kvalitetnom uslugom. Preduvjet za uspješno tržišno natjecanje je briga o

---

<sup>4</sup> Ibidem, str. 337

tradicionalnoj gastronomskoj kulturi hrvatskih regija, koja je vrijedna detaljnog istraživanja, počevši od sjevera do juga Hrvatske:

Specijaliteti Srijema: tradicionalno dimljeni proizvodi od svinjskog mesa, sirevi, divljač, perad, vrhunska vina, kolači... Pića: voćne rakije vrhunske kvalitete i srijemska vina koja su priznata i na kraljevskim stolovima (Iločko vinogorje).

Slavonija i okolica: jela i prerađevine od svinjskog mesa (slavonski kulen), gulaš i paprikaš, divljač, specijaliteti s roštilja, kolači, autohtona vina i rakije.

Hrvatsko zagorje: suhomesnati proizvodi, mliječne prerađevine, divljač, pureće meso, kolači (štrukli) te lokalna kisela vina.

Zagreb: internacionalna jela, stara "purgerska" kuhinja, specijaliteti iz Samobora, fašnička jela i slastice, divljač uz zagorska stolna vina.

Istarska kuhinja: prevladavaju mediteranska talijanska jela, autohtona jela od tartufa, istarski pršut, jela od kestinja, morske ribe i plodova mora te maslinovo ulje uz istarska vina.

Dalmatinska kuhinja: jedna od najzdravijih kuhinja u kojoj prevladavaju riblji specijaliteti, dalmatinska paštica, janjetina na ražnju i ispod peke, povrće na maslinovom ulju i druge delicije, dok su autohtona vina i biljne rakije, najčešće s otoka, svjetske kvalitete.

Dalmatinsko zaleđe: nudi vrhunske proizvode (dalmatinski pršut), janjetinu na ražnju, jela ispod peke, soparnik i druge specijalitete.

## **2.2. Profil gastro turista**

Gastronomski turizam je vrsta turizma koja privlači turiste s većim prihodima, što rezultira visokim prihodima. Na primjer, eno-gastro turisti u Italiji 2010. godine dnevno su trošili oko 200 eura, dok je prosječna turistička potrošnja iznosila 55 eura. Od svog nastanka na turističkom tržištu, gastronomski turizam bilježi eksponencijalni rast svake godine. Još jedan primjer je gastronomija u Španjolskoj, koja je postala prepoznatljiv brend španjolskog turizma. Samo u 2013. godini, gastronomija je privukla 7,4 milijuna međunarodnih turista u Španjolsku. Prosječna potrošnja turista na hranu tijekom posjeta destinaciji bila je 1200 eura. Španjolska gastronomija se ističe svojom jedinstvenošću u odnosu na konkurentske destinacije na turističkom tržištu, što pridonosi konkurentske prednosti. Prema recenzijama korisnika na TripAdvisoru, španjolska hrana je, nakon talijanske, druga najomiljenija hrana među stanovnicima

Europe. Španjolska hrana sinonim je za mediteransku prehranu koja se sastoji od lokalno dobivenih i kvalitetnih namirnica, te stvara posebnu atmosferu uživanja u hrani uz izvrsna vina.

Gastro turisti posjećuju određena područja prvenstveno kako bi degustirali specifičnu hranu i piće koja su karakteristična za to područje. Današnji potrošači su educiraniji i zahtjevniji, prate nove trendove te očekuju da i vlasnici ugostiteljskih objekata prate te trendove i obogate svoje jelovnike jelima koja prate gastronomske trendove.

Razvoj gastronomije donosi brojne prednosti:

- Stvaranje kvalitetnog i traženog turističkog proizvoda koji obogaćuje ukupnu turističku ponudu.
- Razvoj turizma u unutrašnjosti i izvan glavne turističke sezone, posebno u proljeće i jesen.
- Razvoj ruralnih područja, poticanje poduzetništva, zapošljavanja i samozapošljavanja.
- Očuvanje autentičnog ambijenta, kulture i tradicije.
- Unapređenje jedinstvenog imidža destinacije na međunarodnoj razini.
- Povećanje potrošnje po turistu, promocija domaćih proizvoda.
- Prednosti za vinare i poljoprivrednike.

Ciljni segment gastro destinacija su domaći i inozemni gosti svih dobnih skupina srednje do visoke platežne moći, te iskusni putnici.

Prema istraživanju Thomas ljeta 2010., motivi dolaska u Hrvatsku za goste iz inozemstva u najvećoj mjeri su bili pasivni odmor i opuštanje (75%), a zatim zabava, putovanja radi stjecanja novih iskustava te gastronomija (u 22% slučajeva). Gastronomija je bila važan motiv dolaska za goste iz Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije, Nizozemske, Danske i Austrije, kao i za goste Dubrovačko-neretvanske i Istarske županije.

Hrvatska ima velike mogućnosti za razvoj selektivnih oblika turizma, a jedan od njih je gastronomski turizam. Unatoč dovoljnom broju ugostiteljskih objekata, suradnja između ugostiteljske i turističke industrije nije dovoljna za intenzivniji razvoj ovog oblika selektivnog turizma. Razvojem gastronomije povećala bi se potrošnja gostiju, otvorila nova radna mjesta te obogatila ukupna turistička ponuda destinacije. Umjesto zatvorenih ugostiteljskih objekata tijekom mrtve sezone, gastronomski turizam donosi objekte koji su otvoreni tijekom cijele godine.

### 2.3. Gastronomski turistički doživljaj i motivacija turista

Jedna od uloga industrije zabave, ugostiteljstva i rekreacije, kao i turizma općenito, je stvaranje osjećaja iskustva koje pojedinci smatraju važnim za doživljaj tijekom odmora. Jasno je da trebamo doživjeti zadovoljstvo kao sastavni dio odmora, a objedovanje u ugostiteljskim objektima često čini ugodan dio tog iskustva koji nam ostaje u sjećanju. Kako gastronomija postaje sve važnija, određene regije i gradovi postaju poznate kao odredišta uživanja u hrani. Neke destinacije su postale "gurmanske" destinacije, poput Singapurskog festivala hrane, toskanskih kulinarskih škola, Lyona u Francuskoj (poznatog po vrhunskim kuharima), Melbournskog uličnog festivala hrane, minhenskog Oktoberfesta i drugih. Restorani i gastronomija moraju pratiti potrošačke trendove i tražiti nova i različita gastronomska iskustva kako bi bili konkurentni. Hrana koja je popularna nije ništa novo, to se može vidjeti iz povijesti. Veza između gastronomije i turističke destinacije je simbiotička, jer destinacija pruža hranu, recepte i cjelokupni kontekst i kulturnu pozadinu, što čini gastronomiju idealnim pokretačem turističke potrošnje. Stoga se može tvrditi da gastronomija spada u iskustveni dio odmora, koji je na višoj razini važnosti. Gastronomska ponuda destinacije ima i simboličku, socijalnu i zabavnu ulogu, osim zadovoljavanja fizioloških potreba posjetitelja. Koncept konzumiranja hrane je poznat primjer turističkog doživljaja. Za mnoge je hrana samo rutinska aktivnost koja se prilikom putovanja samo prenosi na drugu lokaciju. Međutim, postoje turisti koji traže iskustva izvan uobičajenog. Traženje novog, što je jedan od motiva za putovanje, odnosi se i na hranu karakterističnu za regiju koju posjećuju. Novo iskustvo s hranom može se odnositi na nove sastojke i okuse koje turist nije probao prije, ali i na novi način pripreme i posluživanja hrane koja mu je inače poznata. Također, specifične situacije mogu biti dio izvanrednog doživljaja, poput večere u dobrom restoranu s prijateljima i nezaboravne zabave. Najbolji primjer takvih doživljaja je gastronomski turizam koji istovremeno djeluje kao motivacija za putovanje (push faktor) i privlačnost (pull faktor). Prema Bonifaceu, specifična motivacija gastronomskih i vinskih turista potaknuta je sljedećim razlozima:

- Zabrinutost ili želja (zabrinutost za bezbjednost industrijske ili globalizirane hrane i pića, potreba za bijegom i utjehom, želja da se proslavi nešto hranom i pićem)

- Potreba za pokazivanjem različitosti, bogatstva i individualizma (hrana i piće su „zajednički jezik“ koji se može koristiti i u svakodnevnici i na godišnjem odmoru)
- Radoznalost i želja za znanjem i otkrićem (potreba da se drugima pokaže obrazovanost i superiornost)
- Potreba za osjećajem „tla pod nogama“ u procesu globalizacije (usmjerenost prema vlastitim korijenima i posjeta selu, želja da se vidi odakle potječe određena hrana)
- Želja za čulnim i taktilnim zadovoljstvima, kao i za iskustvom, što hrana i piće svakako omogućavaju.<sup>5</sup>

### 2.3.1. Vrste gastronomskog turističkog doživljaja

Ističu se različite vrste gastronomskih doživljaja: rekreativni, iskusni, eksperimentalni i egzistencijalni.

Rekreativni turisti, koji najčešće putuju u paket-aranžmanima, nisu previše otvoreni za nepoznate stvari, pa u gastronomiji preferiraju već poznate okuse. Oni se odlučuju za kvalitetnu hranu koju već poznaju ili je konzumiraju u većim količinama nego kod kuće. Iskusni turisti su zainteresirani za lokalnu kuhinju. Često posjećuju lokalne tržnice kako bi vidjeli i kupili nepoznato voće, povrće ili začine. Rado se raspituju o nazivima jela i s znatiželjom promatraju pripremu hrane na uličnim štandovima. Iako su otvoreni prema novim iskustvima, suzdržani su od konzumacije lokalne hrane, birajući je samo u "provjerenim" restoranima.

Manja skupina turista pripada eksperimentalnoj ili egzistencijalnoj grupi te traže autentična iskustva. Posjećuju lokalne restorane i redovito konzumiraju lokalnu hranu, bilo zbog doživljaja stvarnog života u destinaciji ili jer je to njihov izbor i kod kuće. Lokalna hrana može postati njihov trajni izbor, posebno ako time izražavaju svoj pogled na svijet (primjerice, osobe koje su se preobratile na hinduizam mogu usvojiti vegetarijansku kuhinju). Sveukupno gledano, proizvodi gastronomskog turizma temelje se na okusima i karakteristikama koje se postižu putem željenog načina razmišljanja i iskustva. Kroz objedovanje na turističkoj destinaciji, kupujemo željene emocije i oslobađamo se brige o tome kako ih najbolje ostvariti i zadovoljiti. Stoga, za turiste, objedovanje može biti izuzetno zadovoljstvo jer omogućuje ostvarenje njihovih maštarija. Gastronomija je nerazdvojno povezana s destinacijom i njenim imidžom na

---

<sup>5</sup> Ibidem, str. 151

mnogo razina, a svi aspekti te veze još nisu u potpunosti istraženi. Također, gastronomija i gastronomski doživljaj su snažna marketinška sredstva za stvaranje jedinstvenosti destinacije. Međutim, važno je da taj doživljaj nije samo utemeljen na kulturi i tradiciji destinacije, već da prikaže značajnu povezanost i jasnoću između višedimenzionalnosti destinacijske gastronomije i ad hoc doživljaja i odnosa koji mogu postojati unutar te višedimenzionalnosti namijenjene turistima. Neki turisti odabiru destinaciju upravo zbog njenog gastronomskog iskustva ili mijenjaju plan putovanja zbog ponude hrane u određenoj turističkoj destinaciji.

U gastronomskom turističkom doživljaju važnu ulogu igra i osoblje restorana ili bara koje omogućuje izražavanje osobnosti i neposredniji kontakt s gostima. Završni element koji zaokružuje doživljaj je posluženo vino i uloga sommeliera. Pojam "sommelier" dolazi iz francuskog jezika i znači "osoba koja služi vino". Njegova uloga je kompleksnija od uloge konobara jer uključuje nabavku vina, skladištenje u vinoteci, razvoj vinske karte i obuku osoblja restorana. On pruža savjete o odabiru odgovarajućeg vina uz preporučeno jelo kako bi se užitek bio potpun.

### **3. Moderna tehnologija i globalni trendovi**

Napredak u području kemije i biologije ubrzao je procese prerade hrane. Otkrivaju se brojni konzervansi koji sprječavaju kvarenje hrane pri konzerviranju u limenkama, koriste se aditivi, kontaminanti, emulgatori i umjetne arome koje se više ne dobivaju iz prirodnih izvora već u laboratorijima. U industrijskoj proizvodnji hrane koriste se mikroorganizmi, enzimi i bakterije s reprogramiranim genetskim svojstvima. Biotehnologija udaljava proizvodnju hrane od osnovnih sirovina poput brašna, šećera i mlijeka, s ciljem razdvajanja tih sastojaka na njihove komponente poput ugljikohidrata, masti i proteina. Jedna moguća posljedica ovih tehnologija je mogućnost da se poljoprivreda u budućnosti djelomično zamijeni industrijom.

Urbanizacija je smanjila slobodno vrijeme koje je dostupno za pripremu hrane, što je potaknulo proizvodnju gotove hrane i popularizaciju brze hrane i snack barova. Iako hrana "za van" nije ništa novo i nije isključivo "doprinosa moderne civilizacije", današnje navike brze hrane, osim što se udaljavaju od tradicije, potencijalno su opasne po zdravlje i nisu uvijek prihvaćene kulturološki, posebno u zemljama s mediteranskim kulturnim krugom.

Brza urbanizacija i rast stanovništva donekle su prekinuli prenošenje tradicije na nove generacije, ali kultura prehrane i dalje je važan dio identiteta i svijesti o sebi. Jedan način da se ta tradicija nastavi prenositi je uključivanje u turističke tokove. Velike količine hrane više nisu sinonim za privlačnu ugostiteljsku ponudu. Sada hrana mora biti lagana, ukusna, raznolika i vizualno privlačna. Uz gastronomska očekivanja mijenja se i tehnologija u kuhinji. Unatoč promjenama zahtjeva, važnost hrane nije ništa manja nego prije - ljudi su spremni izdvojiti više novca i putovati satima zbog kvalitete hrane, vrhunske usluge i ambijenta. Praćenje trendova i promjena u načinu usluživanja sve zahtjevnijih gostiju ključno je za uspješno poslovanje na konkurentnom tržištu. Suvremena gastronomija ne može bez moderne tehnologije i opreme koja omogućuje poboljšanu kvalitetu jela, manje gubitke, zadovoljavanje HACCP normi, ekonomičnost pripreme i fleksibilnost u posluživanju.

Posljednjih godina došlo je do velikih promjena u kuharskoj tehnologiji diljem svijeta, ne samo u suvremenoj tehničkoj opremi, već i u organizaciji radnih i pomoćnih odjela te racionalizaciji rada osoblja. Povećana svijest o utjecaju hrane na zdravlje,

personaliziranoj prehrani, zaštiti autentičnosti namirnica, konzumiranju ekološki uzgojenih proizvoda i održivosti utječe na formiranje ugostiteljske ponude. Ugostiteljski objekti se prilagođavaju trendovima kao što su veličina porcija, sastav i prehrambena vrijednost hrane, dok gosti sve više žele isprobati kozmopolitske okuse.

Ponuda visokokvalitetnih domaćih poljoprivrednih proizvoda putem turizma pridonosi poboljšanju cjelokupnog turističkog proizvoda zemlje i povećava konkurentnost na svjetskom tržištu. Ekološki proizvodi se mogu plasirati putem turizma i ugostiteljstva te pružiti sigurnost ekološkim proizvođačima, što potvrđuje međuovisnost poljoprivrede i turizma. Hrvatska ima pozitivan imidž zemlje s očuvanom prirodom i ekosustavom, što pruža priliku za uključivanje ekoloških proizvoda u turističku ponudu. Planiranje turizma u skladu s načelima održivog razvoja, uključujući ekološku, socijalnu, ekonomsku i kulturnu održivost, ključno je za pozicioniranje ekološke proizvodnje hrane unutar turizma.

Ekološki proizvedena hrana ima najveći potencijal za integraciju u ruralni turizam. Globalni trendovi utječu na oblikovanje ugostiteljske ponude, s naglaskom na načine pripreme i konzumacije hrane. Nutricionistički trendovi u ugostiteljstvu sve više su oblikovani promjenama u prehrambenim navikama i načinu života suvremenih potrošača. Gosti sve više obraćaju pažnju na veličinu porcija, sastav i prehrambenu vrijednost hrane koju konzumiraju izvan kuće, a istovremeno žele isprobati raznolike i globalno inspirirane okuse.



#### **4. Europski primjeri gastronomskih destinacija**

Europske destinacije eno-gastronomije nude nevjerojatna iskustva za ljubitelje hrane i vina diljem kontinenta. Od Francuske do Italije, Španjolske, Portugala i mnogih drugih zemalja, ove regije privlače posjetitelje visokog ukusa i estetike.

Jedna od najprestižnijih eno-gastronomskih destinacija u Europi je Francuska, posebice regija Bordeaux. Poznata po svojim vrhunskim vinima, Bordeaux oduševljava posjetitelje sofisticiranim okusima i izvanrednom kvalitetom. Također, Provansa je regija koja privlači gurmane svojim aromatičnim uljima, svježim sirom i mediteranskim jelima.

Italija, zemlja bogate gastronomije, nudi raznolike eno-gastronomске rute. Toskana je posebno poznata po svojim čuvenim crvenim vinima Chianti i raskošnoj kuhinji koja uključuje ribu, šparoge i tartufe. Talijanska kuhinja je općenito poznata po svom izobilju okusa i visokoj kvaliteti namirnica.

Španjolska je zemlja koja se ističe svojom raznolikom eno-gastronomskom ponudom. Katalonija, s Barcelonom kao epicentrom, nudi nevjerojatne tapas barove i restorane s raznolikim jelima. Također, regija Penedès je poznata po proizvodnji vrhunskih pjenušaca Cava.

Portugal je poznat po svom portu, slatkom desertnom vinu koje je postalo simbol zemlje. Porto je iznimna destinacija za ljubitelje vina, ali također nudi i plodove mora te tradicionalna jela poput bacalhaua. Portugalska gastronomija oduševljava posjetitelje svojom autentičnošću i bogatstvom okusa.

Grčka je destinacija koja nudi jedinstveno eno-gastronomsko iskustvo. Otok Santorini je poznat po svojim bijelim vinima i svježim ribljim jelima, dok je otok Kreta domaćin izvrsnih maslinovih ulja, svježih salata i tradicionalnih jela poput moussake.

Belgija je zemlja koja se ističe svojom slatkim eno-gastronomskom ponudom. Čuvena belgijska čokolada, wafli i pomfrit privlače posjetitelje diljem svijeta. Također, pivske pivnice s bogatom selekcijom specijalnih piva su nezaobilazno iskustvo za ljubitelje gastronomije.

Austrija je zemlja koja nudi bogatu eno-gastronomsku scenu. Beč je poznat po svojim tradicionalnim kavanama i slasticama poput sachertorte, dok je regija Štajerska

poznata po svojim bijelim vinima i tradicionalnim jelima poput štrudli i kranjske kobasice.

Ove europske eno-gastronomske destinacije privlače posjetitelje svojom autentičnom kulturom, visokokvalitetnim namirnicama i gastronomskim naslijeđem. Putovanje kroz ove regije omogućuje ljubiteljima hrane i vina da istraže raznolike okuse, otkriju lokalne specijalitete i uživaju u jedinstvenom doživljaju eno-gastronomije.

Zaključujemo da je eno-gastronomija neizostavan dio putovanja i istraživanja Europe. Od vrhunskih vina do tradicionalnih jela, ove destinacije nude bogatstvo okusa i mirisa koji će zadovoljiti i najzahtjevnije gurmane. Bez obzira na odabir destinacije, ljubitelji eno-gastronomije će zasigurno biti oduševljeni raznolikošću i kvalitetom ponude koju Europa pruža.

#### **4.1. Chianti – najpoznatija vinska regija Toskane**

Blagi brežuljci Chiantija, poznate toskanske vinske regije, smješteni su u središtu Italije između Firenze, Siene i Arezza. Chianti je prekrasno brežuljkasto područje koje se proteže na oko 20 km. Njegova najviša točka je Monte San Michele na nadmorskoj visini od 893 metra, a okružuju ga pet rijeka: Pesa, Greve, Ombrone, Staggia i Arbia. Pod pojmom "Chianti" podrazumijevamo područje unutar tri općine: San Casciano i Tavarnelle (Val di Pesa), Greve i Barberino Val D'Elsa, kao i sijenska područja Castelnuovo Berardenga i Poggibonsi. Vina proizvedena samo u tim općinama mogu nositi naziv "Chianti Classico" i certificirana su poznatim simbolom crnog pijetla.

Manje ceste koje povezuju sela s većim gradovima potiču turiste da otkriju i posjete razna toskanska blaga. Svjetski poznati vinogradi Chiantija vidljivi su čak i prije nego što prijeđete granicu lokalne uprave Greve u Chiantiji, ali tek na trgu trokutastog oblika s kamenim pločnikom moguće je zaista osjetiti atmosferu ovog grada. Zahvaljujući svojoj povoljnoj lokaciji, Greve je lako dostupan glavnim cestama, javnim prijevozom i prekrasnim spomenicima Firenze. Stoga je Greve izvrsno područje za iznajmljivanje vila ili apartmana s doručkom.

Castellina, s dugom poviješću koja seže još od brončanog doba, aktivno sudjeluje u proizvodnji vina i maslinovog ulja. Njegova izvanredna lokacija između moćnog grada Firenze i horizonta Siene nudi savršenu bazu za putnike koji prvi put posjećuju Toskanu i žele istražiti mnoge znamenitosti tog područja. Ovdje se mogu posjetiti

srednjovjekovni dvorac il Caggio i uživati u prekrasnim pogledima na vinograde i maslinike.

Radda je prekrasan srednjovjekovni gradić okružen velikim obrambenim zidinama. Nalazi se na brdu između dolina Arbia i Pesa. Slikoviti panoramski pogledi, atmosfera malog grada, bogat kalendar kulturnih događanja i prirodni okusi zemlje čine Raddu jedinstvenom destinacijom. Ovdje možete posjetiti i crkvu San Niccolò koja datira iz 13. stoljeća i otkriti bogatu povijest ovog mjesta.

Grad Gaiole još je jedan važan grad u regiji Chianti Classico. Osim savršenih okusa vina i maslinovog ulja, glavna atrakcija ovog grada su prekrasni dvorci i župne crkve. Gaiole je dom najveće vinarije u regiji Chianti Classico - dvorca Brolio. To je mjesto gdje je barun Bettino Ricasoli 1872. godine stvorio formulu za Chianti. Moguće je uživati u sjajnim vinima koja odražavaju različite karakteristike tla, sunca i kiše.

Prilikom posjete Chiantiju, gotovo je nemoguće ne spomenuti i maslinovo ulje uz vino. Na cijelom području nalaze se muzeji koji prikazuju proces proizvodnje vina. Enoteke i restorani obiluju jelovnicima s posebnim specijalitetima, odabranim vrhunskim jelima koja ističu male proizvode velikih okusima. Također, lokalni festivali hrane omogućuju da kušate autentična jela tog kraja.

Između niskih podnožja, šarenih polja žitarica i suncokreta, brižljivo njegovanih redova vinove loze i maslina, možete pronaći brojne male i velike vinarije, vinske podruma te imati priliku kušati njihove proizvode. Posjet vinariji pruža vam priliku da naučite o povijesti proizvodnje svake boce, od trenutka rezidbe i berbe do fermentacije i starenja. Regija Chianti otvorena je tijekom cijele godine, a svako godišnje doba pruža nezaboravne trenutke pri obilasku povijesnih vinskih podruma, hektara vinograda te završava s degustacijom. Također, moguće je kupiti ili poslati vino kao suvenir ili poklon.

Obilazak Chiantija može se organizirati putem vođenih tura ili ga možete istraživati samostalno pješice, biciklom, javnim prijevozom ili s vlastitim privatnim vozačem.



Slika 1. Chianti regija, <https://www.palateclub.com/chianti/>

#### **4.2. Ulični festival hrane u Melbourneu**

Brza i pristupačna hrana koju možete kupiti na ulici ili u malim dućanima i konzumirati "s nogu" postala je pravi gastronomski fenomen, s uživanjem u njoj proširilo se i obogaćeno iskustvo na festivalima hrane diljem svijeta. Ova vrsta prehrane, koja često ima globalne utjecaje, iznimno je popularna i privlači ljubitelje raznovrsnih kulinarskih delicija.

Na svakom prodajnom mjestu jasno je istaknuto je li hrana košer, vegetarijanska ili veganska, te se navodi i prisutnost ili odsutnost određenih sastojaka poput mlijeka, mliječnih proizvoda, soje, orašastih plodova, glutena ili školjki. Putovanje kroz svjetske okuse moguće je doživjeti na međunarodnim festivalima street fooda diljem svijeta, a jedan od njih je posebno istaknuti festival u Melbourneu, koji se održava u ožujku. Ovaj festival slavi bogatstvo australskog kontinenta i pruža priliku za istraživanje i kušanje pedesetak nacionalnih kuhinja na jednom mjestu.

Festival u Melbourneu funkcionira poput restorana, za kojeg je potrebna rezervacija za ručak ili večeru, s impresivnim izborom od preko 50 jela. Svaka seansa traje između 4 i 5 sati, pružajući posjetiteljima obilje vremena za uživanje u širokom spektru izvrsne hrane i pića. Osim raznolike restoranske ponude, festival se također može pohvaliti brojnim drugim atraktivnim sadržajima koji doprinose cjelokupnom doživljaju posjetitelja.

Na štandovima se nude razne kuhinje, a jedna od najpoznatijih je španjolska kuhinja koja osvaja svojom raznolikošću boja, okusa i tekstura. Posebnost španjolske kuhinje je koncept tapasa, malih porcija jela koje se dijele među posjetiteljima. Osim toga, posjetitelji mogu uživati u paleti sireva i pratećim vinima, koje se prezentiraju na praktičnoj dasci koju je moguće konzumirati dok se krećete po festivalu. Također, festival nudi mogućnost sudjelovanja u majstorskim tečajevima i degustacijama vina s renomiranim stručnjacima.

Osim gastronomskog užitka, festival u Melbourneu pruža i raznolikost dodatnih sadržaja. Posjetitelji mogu sudjelovati u izradi vlastitog gina, prisustvovati uživo demonstracijama kuhanja ili se upustiti u kušanje japanskog specijaliteta - Sakea. Ovaj festival predstavlja izvanredno iskustvo koje zadovoljava sva osjetila, pružajući ne samo nevjerojatne okuse, već i obogaćujući edukativne i zabavne aktivnosti za posjetitelje svih dobnih skupina.



Slika 2. Ulični festival hrane u Melbourneu, <https://www.theurbanlist.com/melbourne/urbanlist/street-eatz-2021>

### 4.3. Oktoberfest – Munchenski festival piva

Nijemci su od davnina poznati kao velike pivopije i istinski gurmani, ali i kao vrhunski proizvođači piva visoke kvalitete. Stoga ne čudi što se festival posvećen ovoj tematici

i takvih razmjera upravo održava u Bavarskoj, jednoj od najrazvijenijih njemačkih regija s bogatom pivarskom tradicijom. Oktoberfest, koji seže sve do davne 1810. godine, ima svoje korijene u proslavi vjenčanja kralja Ludwiga I. Bavarskog i princeze Therese von Sachsen-Hildburghausen. Kroz povijest, samo su epidemija kolere te dva svjetska rata i dvije pandemije prekinule kontinuitet ovog festivala. No, unatoč tim izazovima, očekuje se da će broj posjetitelja i dalje rasti te da će idućih godina Oktoberfest privući više od 7 milijuna ljudi.

Svečano otvorenje festivala predstavlja poseban događaj. Točno u 12:00 sati subotom, u šatoru Schottenhammel, gradonačelnik Münchena otvara prvu bačvu piva uz riječi "O'zapft is!" (Otvoreno je!). Taj trenutak označava službeni početak Oktoberfesta. Posjetitelji s nestrpljenjem iščekuju ovaj trenutak, pokušavajući procijeniti koliko će puta gradonačelnik morati udariti čekićem kako bi pivo teklo. Tu se često održavaju i klađenja. Osim piva, posjetitelji mogu uživati i u raznovrsnoj gastronomskoj ponudi, uključujući sočne bavarske kobasice koje su prava poslastica za nepce. Posebno je impresivna vještina bavarskih konobarica koje s lakoćom balansiraju desetak litarskih krigli piva istovremeno.

Oktoberfest je također prilika da se uživa u posebnom pivu koje se proizvodi samo za ovu prigodu. Pivovare u Münchenu stvaraju Wiesn pivo, koje ima veći postotak alkohola i često doseže 6 do 7%. Uzbudljivo je i saznati da su na prošlim izdanjima festivala poslužene goleme količine pića i hrane. Primjerice, 2004. godine popijeno je nevjerojatnih 5,5 milijuna litara piva, 35 tisuća litara vina, 20 tisuća boca šampanjca, 200 tisuća šalica kave i čaja te čak 700 tisuća boca vode i limunade. Posluženo je i impresivnih 200 tisuća pari kobasica, 500 tisuća pilića, 50 tisuća kilograma ribe te 89 pečenih volova.

Oktoberfest predstavlja neizostavno odredište za sve ljubitelje piva, hrane i dobre zabave. Pruža nevjerojatno bogato iskustvo okusa, mirisa i autentične bavarske kulture.





Slika 3. Oktoberfest u Munchenu, <https://www.istockphoto.com/de/foto/oktoberfest-in-m%C3%BCnchen-deutschland-gm639916882-115617939>

## **5. Nematerijalna baština u Republici Hrvatskoj**

Kulturno naslijeđe, bilo materijalno ili nematerijalno, predstavlja zajedničko bogatstvo čovječanstva u svim svojim oblicima i jedinstvenosti. Zaštita kulturnog naslijeđa je ključni faktor u prepoznavanju, definiranju i afirmaciji kulturnog identiteta. Ministarstvo kulture i medija provodi razne mehanizme i mjere kako bi zaštitilo kulturno naslijeđe i osiguralo njegovu održivost putem identifikacije, dokumentacije, istraživanja, zaštite, korištenja, održavanja i promocije njegovih vrijednosti. Ministarstvo kulture i medija razvrstava kulturno naslijeđe u nepokretno, pokretno, nematerijalno i arheološko kulturno naslijeđe. Zakonom su definirane vrste kulturnih dobara, obveze i prava vlasnika, upravljanje zaštitom kulturnog dobra, mjere zaštite i očuvanja, provedba aktivnosti vezanih uz zaštitu i očuvanje, financiranje te ostala pitanja koja se odnose na zaštitu i očuvanje kulturnih dobara.

Prema Zakonu, nematerijalno kulturno naslijeđe obuhvaća:

- Jezik, dijalekt i toponimiju te usmenu književnost svih vrsta.
- Folklorno stvaralaštvo u području glazbe, plesa, predaja, igara, obreda, običaja i drugih tradicionalnih pučkih vrijednosti.
- Tradicijska umijeća i obrte.

Prema UNESCO-ovoj Konvenciji o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, nematerijalna baština obuhvaća izraze, umijeća, znanja, predstave, instrumente, predmete i kulturne prostore koje društva, skupine i ponekad pojedinci prepoznaju kao dio vlastitog kulturnog naslijeđa. Nematerijalna baština okružuje nas svakodnevno, no često je nismo svjesni niti je dovoljno cijenimo. S obzirom na njezinu važnost kao dijela nacionalnog identiteta, važno je upoznati se s njom i nastojati je očuvati.

### **5.1. Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-voj listi**

Hrvatska obiluje raznolikim kulturnim i prirodnim blagom, a neki od njih već su upisani na UNESCO-ove liste. Od 1979. godine, kada su prva hrvatska kulturna dobra uvrštena na UNESCO-ov popis, Hrvatska je ukupno upisala 27 nepokretnih i nematerijalnih kulturnih dobara. Na UNESCO-ov Reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine čovječanstva upisani su sljedeći elementi:

- Čipkarstvo u Hrvatskoj
- Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog Primorja



- Festa sv. Vlaha, zaštitnika Dubrovnika
- Godišnji proljetni ophod Kraljice ili Ljelje iz Gorjana
- Godišnji pokladni ophod zvončara s područja Kastavštine
- Procesija Za križen na otoku Hvaru
- Umijeće izrade drevnih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja
- Sinjska alka, viteški turnir u Sinju
- Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske
- Bećarac – vokalno-instrumentalni napjev s područja Slavonije, Baranje i Srijema
- Nijemo kolo s područja Dalmatinske Zagore
- Klapsko pjevanje
- Mediteranska prehrana na hrvatskom Jadranu, obali, otocima i dijelom zaleđa
- Međimurska popevka, tradicijski napjev Međimurja
- Umijeće gradnje suhozida
- Umijeće sokolarenja.

Važan aspekt kulturne baštine Istre je tradicionalna istarska gastronomija, koja svjedoči utjecaju brojnih naroda i kultura na kulinarsku tradiciju ovog područja. Mletačka kultura se smatra najznačajnijim utjecajem, ali tu su i tragovi austrijske vladavine te drugih kultura čija su se umijeća Istrani tijekom povijesti prihvatili i njegovali.

## **5.2. Hrvatska kuhinja**

Iako je prehrana kultura dinamičan proces u kojem neki elementi traju, neki se mijenjaju i preuzimaju iz drugih sredina, autentičnim i turistima zanimljivim jelima mogla bi se nazvati ona jela pripremljena od namirnica koje se uzgajaju na našem tlu već stoljećima, poput repe, blitve, boba i slanutka. Također, jela od mlijeka i mesa životinja koje od davnina opstaju na određenim hrvatskim područjima kao što su istarsko govedo, turopoljska svinja, crna slavonska svinja, zagorski puran i razna divljač. Domaći ljudi od davnina koriste i samoniklo bilje u pripremi jela, a danas ga turisti mogu upoznati i sakupiti uz vodiča. Postoje velike razlike u sklonosti prema određenoj hrani

među populacijom koja se drži mediteranske, srednjoeuropske, balkanske-orijentalne ili slavonsko-podunavske tradicijske prehrane. Te suvremene transformacije nisu preuzete sa stranih stolova, već su živa kultura koja jednostavno oblikuje današnju tradicijsku kulturu. Kada se opisuju jela, preporučuje se koristiti izraz "udomaćena" ili "baštinjena" jela, a ne "autohtona", "izvorna", "etnička" ili "nacionalna" jela. Hrvatske krajeve tijekom povijesti obilježile su brojne migracije stanovništva.

Razvedena jadranska obala ima nekoliko vrsta kuhinja. Istarska mediteranska kuhinja ima dosta utjecaja kontinentalnih kuhinja koji se osjete u Rijeci i Zadru, jer su duže vremena bili pod vlašću Habsburgovaca, dok je južnije i na otocima jači romanski utjecaj. Istra u novije vrijeme koristi tartufe, gljive iz motovunske šume, u mnogim umacima uz tjesteninu, ali ih također, kao što se radi sa parmezanom, posipa po tijestu ili dodaje u jaja uz malo sira. Najjednostavniji umak, paradajz umak, predstavlja test kulinarske vještine Dalmatkinke, Istranke i otočanki. Uz obalu se svake godine mogu sresti brzi sakupljači divljih šparoga.

Istarski tip mediteranskog gulaša (žgvacet) jednako je popularan kao i pašticaada, svečano jelo od junećeg mesa u Dalmaciji. Danas se kao i u antičko vrijeme pripremaju odojak, kozlić ili janje na roštilju za posebne prigode, peku se kokoši, puretina i teletina ispod peke, posebno tijekom turističke sezone i ljetnih praznika. Cijenjen je bakalar, riba koja se uvozi i često se koristi u jelovniku na Jadranu.

Istarski pršut, sličan onome koji su sušili Rimljani, je traženi specijalitet. Poznate su i istarske livadske kobasice i žminjski zarebnjak. Stara istarska okrepa je popularna juha tzv. supa: kuhano vino začinjeno paprom, šećerom i maslinovim uljem uz krišku prepečenog kruha.

## 6. Povijest istarskog ugostiteljstva

Prije 130 godina i više, Istarska županija imala je samo nekoliko provincijskih gostionica za domaće stanovništvo jer stranih posjetitelja gotovo nije bilo. Danas, ista regija, kroz raznovrsnu ponudu ugostiteljskih objekata, uspješno ugosti više od 4 milijuna posjetitelja godišnje i višestruko je proglašena jednom od najpoželjnijih gourmet destinacija.<sup>6</sup> Istarska gastronomska scena trenutno se nalazi na vrhu svjetske gastronomske turističke scene. Obiteljska gospodarstva pretvorena su u male domaćinske jedinice poznate kao agroturizam ili seljački turizam. Na takvim mjestima možete najbolje uživati u pravoj autohtonoj gastronomiji. Istrijani gotovo svakodnevno dokazuju svoju urođenu strast prema gastronomiji i enologiji. Održava se niz proslava, susreta, festivala, natjecanja i tematskih dana posvećenih raznim gastronomskim ikonama. Istra je također dom mnogih svjetskih gastronomskih priznanja. Ovdje je nedavno pronađen najveći bijeli tartuf na svijetu, a također se proizvode najbolja maslinova ulja na svijetu...

Početak organiziranije ugostiteljske djelatnosti u Istri tog vremena dogodio se u Puli. Postavljanje kamena temeljca pulskog Arsenala (1856.) i proglašenje Pule glavnim ratnom lukom Habsburške Monarhije (1876.) smatra se početkom gospodarskog, kulturnog i demografskog preporoda grada. Pula doživljava svoje zlatno doba. Već 1881. godine, Pula je imala dva hotela: Riboli i Pavanello, deset kavana i čak osam restorana: Al Monte Zaro, Al Teatro, Al Angelo, Apollo, Giardinetto, Nuovo Ristorante, Werker i Bierhalle.

Početak 20. stoljeća, s gotovo 50 tisuća stanovnika, Pula poprima kozmopolitske obrise. Uz najveću ratnu luku Monarhije, razvija se i trgovački dio luke, a istarsko vino i ulje iz Pule otpremaju se u Beč, Ljubljanu i Prag.

---

<sup>6</sup> A. Palkov, *Turizam u Istri od davnina do danas*, str. 305

## 7. Istarska kuhinja

Većinu seoskih prehrambenih navika krajem 19. do sredine 20. stoljeća obilježava jednostavnost i skromnost. Osnovni razlog za to je nedostatak materijalnih sredstava koji je rezultat ratova i nesigurnih političkih odnosa u Istri. Danas svaki geografski poseban dio Istre nastoji naglasiti svoje gurmanske blagodati koje ova mala regija zaista nudi. Istarski stanovnici svoju raznolikost u prehrani mogu najviše zahvaliti blagoj mediteranskoj klimi. Istra je podijeljena 45. paralelom, što rezultira jasnim godišnjim dobima, idealnim za poljoprivredu. Tijekom povijesti su se miješali različiti narodi, koji su svoje specifičnosti ugrađivali u prehrambene navike svojih potomaka. Te navike su potom asimilirane i postale prehrambeno nasljeđe današnje Istre. Glavna obilježja tradicionalne istarske kuhinje 20. stoljeća, na koju se etnolozi i turistički djelatnici danas pozivaju, su priprema jela u siromaštvu i oskudici. Vještina pretvaranja ničega u koliko-toliko ukusna i hranjiva jela je bila ponos istarskih žena toga vremena.<sup>7</sup> Kada govorimo o suvremenoj istarskoj kuhinji, onda govorimo o spoju triju kuhinja: romanske, germanske i slavenske. Iz germanske kulture preuzeti su nazivi jela kao što su *cuguluf*, *smarn*, *strudel*, dok su jela poput *presniza*, *gubana* i *parpagnachi* preuzeta od Slavena. Bogatstvo suvremene istarske prehrane je rezultat dugogodišnje vladavine Mletačke Republike i Austro-Ugarske. Na sjevernom dijelu Istre se primjećuje utjecaj Austro-Ugarske u pripremi namirnica poput *knedli* i *kiselog kupusa*. U tom području se konzumiraju sušeno i dimljeno meso, *krafne* od krumpira i *okruglice* od kruha, dok je na jugu prisutan utjecaj Mletačke Republike s punjenim *tijestom* i *umacima*. Na jugu Istre se konzumiraju *njoki*, *tjestenina* i *divljač*. Riba se konzumira ne samo na obali, već i u unutrašnjosti.

Većina prehrambenih namirnica do sredine 20. stoljeća bila je samoniklo bilje ili proizvodi iz vlastitog uzgoja, a raznolikost istarske tradicionalne kuhinje bila je oblikovana različitom konfiguracijom tla i klimatskim uvjetima. Razvoj masovnog turizma u drugoj polovici 20. stoljeća donio je dodatne izvore prihoda stanovništvu Istre i promijenio njihov način života, posebno onima koji su živjeli uz more. Domaće stanovništvo brzo se prilagodilo novoj situaciji susreta s gostima i njihovim kulturama, uključujući i gastronomiju. Gosti su željeli posebnu ponudu hrane, a ne samo

---

<sup>7</sup> I. Orlić, *Istra kroz tri generacije*, izdanja etnografskog muzeja Istre, Pazin, 2013., str.177

svakodnevnu hranu, što je rezultiralo popularizacijom tradicionalnih istarskih jela među turistima. Danas je turistička prehrambena slika Istre potpuno drugačija, s naglaskom na povratak izvornim i lokalnim jelima, što je u skladu s globalnim trendom.

Festivalski događaji igraju važnu ulogu u turističkoj ponudi Istre, pa se primjećuje porast raznih gastronomskih festivala povezanih s hranom. Svako mjesto ima svog zaštitnika, a lokalno stanovništvo istinski slavi lokalne praznike. Pripreme za te događaje traju gotovo cijelu godinu, a tijekom nekoliko dana slavlja organiziraju se sportski turniri, koncerti, plesovi te se konzumiraju razna jela i pića. Osim vjerskih blagdana, Istra sada ima i turističke festivale koji se temelje na tradicionalnoj hrani.<sup>8</sup>Kulinarske manifestacije tijekom ljetnih mjeseci predstavljaju važan dio turističke ponude Istre, iako se primjećuje tendencija obogaćivanja turističkog sadržaja i zimi. Postoji veliki interes za tradicionalnu istarsku gastronomsku ponudu, što je vidljivo na turističkim sajmovima diljem svijeta, kao i na regionalnim kulinarskim natjecanjima.

Turističke zajednice Istarske županije, gradova, općina i mjesta u Istri potvrđuju važnost tradicionalne kuhinje kao sastavnog dijela turističke ponude kroz sponzorstva i programske aktivnosti. Specijalitete se promoviraju putem gastronomskih vodiča i jelovnika restorana, gostiona i konoba, a prilagođeni su geografskom položaju namirnica. Svako mjesto ima svoje specijalitete, kao što su riba i školjke u Savudriji i Umagu, tjestenina s tartufima i šparogama ili gljivama te palenta s divljači u Bujama, ili ostrige na ledu i tjestenina sa sezonskim umacima u Poreču. Rovinj je poznat po ribljim specijalitetima, Svetvinčenat po maneštri, domaćoj tjestenini sa šparogama i gljivama, ombolu, kobasicama i gulašu od divljači. Balama nudi divljač, domaću tjesteninu sa šparogama i sezonsku ribu, a Vodnjan puževe na vodnjanski način. Pomer je poznat po raviolima s morskim plodovima, a Livade tijekom cijele godine nudi specijalitete s tartufima. Ostali gradovi također imaju raznoliku ponudu tradicionalnih jela.

Može se zaključiti da je turistička ponuda Istre dobro uravnotežena i da zadovoljava turističke potrebe za posebnim, drugačijim i tradicionalnim jelima.

---

<sup>8</sup> Ibidem, str. 184

## 7.1. Konoba

Manja soba mogla je primiti deset do petnaest osoba, a ulazilo se kroz masivna drvena vrata s kvakom od kovanog željeza. Sa desne strane nalazilo se ognjište pokriveno napom, a na donjem rubu nape bila je tkanina s crvenim kockastim uzorkom i obavezne bukalete, zemljane posude, vrčevi... Na ognjištu je uvijek gorio plamen, a bilo je i žara za roštilj. Umjesto stolova, koristile su se prazne bačve, a tu je bila i stara vitrina za držanje tanjura, dok su drvene klupe zamjenjivale stolice. S lijeve strane ognjišta stajao je banak, klupa s poklopcem rezervirana za domaćina. Prvo su posluživali orahe, lješnjake i bademe kao dobrodošlicu, a potom Istarska supa, koja se završavala na ognjištu pred gostom, spektakularnim umakanjem zagorjelog kruha u zašećerenu, popaprenu i nauljenu teranu. Supa bi kružila od "usta do usta", a nije bilo rijetko da se kao znak bliskosti ponudi i društvu za susjednom bačvom. U prvim istarskim konobama, gastro ponuda se sastojala isključivo od proizvoda iz kolinja, odnosno svinjetine kako se kaže u Istri. Njihovo pravo vrijeme bilo je zima i trajalo je sve do početka šparoga, fritaja i gljiva. Prve konobe nisu bile opremljene kuhinjskim pomagalicama - osim pršuta i sira, jelo se ono što se moglo pripremiti na ognjištu, a pila se iz bukalete. U drugoj fazi, negdje sredinom sedamdesetih godina, kada je štednjak "ušao" u konobu, ponuda se proširila maneštrama, fužima, kiselim kupusom i njokima. Jela, uglavnom bazirana na mesu, služe se tijekom cijele godine, a ne samo zimi. Osamdesetih godina, na velikom ognjištu pečene su cijele ribe, lignje, škampi i jakobove kapice. Uvodi se i novitet ribe pod čripnjom ili pekom. Red krumpira, na njih narezan i začinjen brancin ili orada, nehaljno se stavljaju nekoliko škampi, maslinovo ulje, mirišljave trave i poklopac na kojem dolazi žar. Nakon otprilike četrdeset minuta, okreće se riba i krumpir, ubacuju se dvije šake zatvorenih školjaka, čaša malvazije i ponovno se pokriva žarom. La campana, kako su to jelo nazivali Talijani, zvono (zapravo poklopac) postaje pravi hit. Tržište traži i ribu i meso. Konobe se prilagođavaju.

## 8. Eno gastro manifestacije u Istri

Dani otvorenih vrata agroturizma Istre su manifestacija koja igra važnu ulogu u promociji tradicionalne istarske gastronomije, posebno među domaćim gostima, te ima veliki utjecaj na eno-gastronomsku turističku promociju svih dijelova Istre. Tijekom svakog vikenda u studenom, određeni broj agroturizama u središnjoj Istri nudi menije pripremljene od namirnica s vlastitih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, kao i razne druge doživljaje poput nastupa, razgledavanja seoskih domaćinstava i domaćih životinja, sve po promotivnim cijenama.

Istarski festival pašte se već 6 godina održava u Žminju, točnije kod Kaštela, kao manifestacija posvećena tradicionalnoj istarskoj tjestenini. U okruženju iza crkve Sv. Mihovila, posebno uređenoj kuhinji, posjetitelji mogu kušati razne menije temeljene na tradicionalnoj istarskoj tjestenini po posebnim cijenama. U sklopu festivala, posjetitelji mogu kupiti razne suvenire i autohtone proizvode te sudjelovati u radionicama izrade tradicionalne istarske tjestenine. Tijekom cijelog tjedna, lokalni restorani i konobe također nude posebne menije s prigodnim cijenama posvećene upravo tradicionalnoj tjestenini. Cilj manifestacije je očuvanje i valorizacija vještine izrade autohtone istarske tjestenine koja je raznolika i prepoznatljiva te ju približiti široj publici.

Dani meda su manifestacija koja se održava u Pazinu od 2016. godine. Tijekom nekoliko dana, manifestacija promovira i izlaže razne proizvode od meda i različite vrste meda od brojnih proizvođača. Cilj je povezati medare iz svih dijelova Istre i promovirati pčelarstvo, proizvode od meda i razne medne delicije. Novost je da tijekom gotovo cijelog ožujka, razni obiteljska poljoprivredna gospodarstva u središnjoj Istri također nude menije s pčelinjim proizvodima kao dio raznih manifestacija.

Kraffest je tradicionalna manifestacija koja se već 18 godina održava u Kršanu, kao oblik valorizacije lokalnog simbola autohtone istarske gastronomije - krafna. Tijekom travnja, domaćice s tog područja pripremaju oko 500 kg raznih vrsta krafne, kako slatkih tako i slanah, koje se mogu kušati na samom festivalu 1. svibnja. Na festivalu se nude slatki, slani, kuhani i flambirani krafni, kao i druga hrana po pristupačnim cijenama, a posjetitelji mogu sudjelovati i u radionicama izrade krafni.

Dani tartufa u Istri su događaj koji se održava u Livadama, blizu Motovuna, tijekom listopada, kada je vrhunac sezone bijelog tartufa. Cilj ovog događaja je promovirati ovu delikatesu iz porodice gljiva, koja danas nije samo autohtona istarska gljiva s područja između Pazina, Buja i Buzeta, već je i gastronomska poslastica koja se nalazi na jelovnicima prestižnih svjetskih restorana. Bijeli tartuf je najskuplji i najcjenjeniji tartuf, a najveći broj tartufa nalazi se u dolini Mirne i Motovunskoj šumi. Tijekom tog razdoblja, održava se niz događanja posvećenih promociji tartufa, poput Tuber(food)festa u Livadama. Na festivalu se organizira izložba tartufa, kulinarski show, licitacija tartufa, demonstracija traženja tartufa te sajam poljoprivrednih proizvoda. U Motovunu se održava Festival terana i tartufa (TeTa), dok se u Livadama obilježavaju Dani Zigante tartufa tijekom vikenda od rujna do studenog. U Buzetu se tartufi slave kroz manifestaciju Subotina po starinski, gdje se priprema fritaja s jajima i tartufima. U Sovinjaku se tradicionalno održava pučka fešta Bela nedeja početkom listopada, s fokusom na autohtone proizvode s naglaskom na tartufe. U studenom se u Buzetu održava Sajam tartufa, koji uključuje izložbu i sajam tartufa te drugih domaćih autohtonih proizvoda.

Internacionalni sajam pršuta (ISAP) se održava u Tinjanu od 2006. godine, trećeg vikenda u listopadu, te privlači više od 25.000 posjetitelja svake godine. Na sajmu posjetitelji imaju priliku kušati pršute različitih lokalnih, regionalnih i inozemnih proizvođača, a najboljima se dodjeljuju plakete i priznanja prema ocjenama stručne komisije. Ovaj sajam ima veliki utjecaj na prepoznatljivost Općine Tinjan i ruralne Istre te promovira tradiciju i istarski pršut kao jedan od najpoznatijih simbola istarske gastronomije. Osim degustacije i kupnje pršuta iz raznih dijelova svijeta, posjetitelji imaju priliku kupiti razne autohtone proizvode i suvenire te uživati u bogatom zabavnom programu.

Kobasica u EU je manifestacija koja se održava u Svetom Petru u Šumi, centralnoj Istri. Posjetitelji imaju priliku kušati i kupiti kobasice i druge suhomesnate proizvode, kao i maslinovo ulje, sir, vino, autohtone slastice i druge proizvode. Stručnjaci ocjenjuju kobasice iz cijele Hrvatske, a u sklopu manifestacije se održavaju predavanja, izložbe te prikazuje priprema jela s kobasicama na bekvu, čime se održava stara tradicija autohtone izrade istarske kobasice. Prošle godine je svečano otvorena Hiža od klobasic u Svetom Petru u Šumi, prva hrvatska kuća od kobasica, s ciljem promocije



istarskih kobasica i očuvanja tradicije. Ideja je preseliti sajam S kobasicom u EU u ovaj prostor i organizirati mnoge druge manifestacije posvećene promociji i očuvanju tradicionalne istarske gastronomije.

Festival istarskih maneštri se održava u lipnju već dugi niz godina. Na ovom festivalu nekoliko ekipa natječe se u pripremi tradicionalnih istarskih maneštri, s ciljem da savršeno pogode autohtoni okus, miris i kombinaciju začina, namirnica i gustoće. Najbolje ocijenjenim ekipama dodjeljuju se nagrade.

Festival sira u Savičenti se održava u rujnu, u sklopu izbora za Naj kozu, već devet godina. Na festivalu sudjeluju najbolji istarski sirari koji izlažu svoje proizvode. Posebnost ovog festivala je što stručnjaci s Agronomskog fakulteta u Zagrebu ocjenjuju sireve i ostale mliječne proizvode, a nagrađeni sirari dobivaju diplome.

Dani gljiva u Brtonigli su gastronomski događaj posvećen ovom jesenskom šumskom delikatesu, gdje posjetitelji mogu uživati u raznim juhama od gljiva i jelima pripremljenim na različite načine. Također se održava izložba jestivih i nejestivih gljiva te se nude i drugi autohtoni istarski specijaliteti. Ova manifestacija je jedna od najvećih jesenskih događanja u sjeverozapadnoj Istri. Prvi dan možete sudjelovati u natjecanju u branju gljiva i pronalaženju najveće i najljepše gljive, a sljedećeg dana se priprema kotlić s jelima od gljiva i posjetitelji mogu uživati u degustaciji. Izložba gljiva i kupnja, kao i prodaja ostalih autohtonih proizvoda, dostupni su tijekom cijelog vikenda.

Fešta od fruti se održava u Kaldiru (Općina Motovun) kao dio Kaldirskog placa te predstavlja vrhunac tog događanja. Kaldir je poznat po proizvodnji 70% voća na istarskom tržištu. Tijekom godine imaju vlastite tržnice na raznim lokacijama diljem Istre, a nedjeljom od svibnja do rujna prodaju svoje sezonsko voće i voćne prerađevine poput domaćih marmelada i voćnih sokova na Kaldirskom placu. Posljednji vikend u rujnu se održava Fešta od fruti, gdje se također može kupiti voće i prerađevine, ali se organizira i zabavni program. Tijekom manifestacije kuha se marmelada od voća, nude se voćni kolači i slastice. Ova manifestacija je primjer inicijative ljudi u suradnji s lokalnom vlašću i turističkom zajednicom te privlači turiste koji kupuju domaće proizvode. Na raspolaganju su razne vrste voća karakterističnog za taj kraj, poput breskvi, krušaka, jabuka, trešanja, smokvi i šljiva. Manifestacija se održava već 11 godina, ali je nažalost bila otkazana 2020. zbog pandemije koronavirusa.

Festival palente se održava u Poreču kao dio proslave sveca zaštitnika Sv. Maura već 20 godina. Tijekom proslave na Trgu slobode, građanima se besplatno dijele porcije palente. Oko 500 porcija palente s bakalarom i maslinovim uljem podijeli se od same marende pa do večere. Ova palenta nije skromna kao što su je jeli naši preci, već je prilagođena turizmu i suvremenom načinu života. Ipak, ova manifestacija čuva tradiciju kao što je palenta bila redoviti obrok skromnih istarskih seljaka.

Fešta od pedoči se održava u Vabrigi, u uvali Santa Marina blizu Vabriga, tijekom dvodnevnog događaja. Osim što se nude pedoče pripremljene na različite načine, održava se i plivački mini maraton između polja za uzgoj školjaka, poznatih kao "pedočeri". Odrasli plivaju stazu dugu 2 kilometra, dok djeca plivaju stazu duljine 300 metara. Pedoče se vade iz uzgajališta udaljenog samo 10-ak metara od obale, a zatim se pripremaju na tradicionalne načine za posjetitelje.

Šparugafest se održava u Novigradu, gdje vrhunski kuhari pripremaju šparoge na različite tradicionalne načine za goste. Ova manifestacija traje jedan dan i pruža mogućnost kupnje raznih autohtonih proizvoda i suvenira. Tijekom manifestacije, jela s ovom samoniklom biljkom koja je tradicionalno prisutna u istarskoj prehrani mogu se kušati i u lokalnim restoranima koji su partneri događanja.

Vino je također neizostavan dio istarske gastronomije, a najpoznatije sorte su teran, malvazija, muškat, merlot i cabernet sauvignon. Promocija istarskih vina ima veliki značaj za Istru, a istarski vinari sve su bolje pozicionirani na europskom vinskom tržištu. Istra se sve više prepoznaje kao odredište za ljubitelje vina. Istarska vina zaokružuju cjelokupnu priču o tradicionalnoj istarskoj gastronomiji. Istra je poznata i po "vinskim cestama" te brojnim vinskim podrumima koji su uređeni za degustacije vina. Turistima se omogućuje degustacija vina u ugodnom autohtonom okruženju, često uz mogućnost degustacije i drugih autohtonih proizvoda poput pršuta i sira. Neke od manifestacija koje promoviraju vino su Fešta mladega vina u Savičenti koja se održava krajem listopada već 40-ak godina, Smotra vina u Gračišću koja se tradicionalno održava na Uskrsni ponedjeljak te Wine Day, kada su otvorena vrata vinarija u Istri i posjetitelji mogu organizirano dolaziti na degustacije vina renomiranih istarskih vinara.

Aminess Wine & Gourmet Nights, Novigrad je gastronomski događaj s ciljem promicanja gourmet vrijednosti Istre među domaćom i stranom publikom. Glavni cilj je omogućiti vrhunsku kuhinju renomiranih inozemnih i hrvatskih chefova svima koji žele iskusiti novo i drugačije gastronomsko iskustvo. Od proljeća do jeseni, ova događanja promoviraju lokalne specijalitete i autentične okuse iz drugih zemalja. U protekle dvije godine, više od tisuću posjetitelja svjedoči rastućem gourmet segmentu u Aminessu te pridonosi prepoznatljivosti Istre kao gourmet odredišta.

Istria Wine&Talk je zanimljiva manifestacija koja se održava u svibnju. Sudionici imaju priliku sudjelovati u šetnji duž označene rute dugu 10 kilometara i uživati u degustaciji vrhunskih istarskih vina na više stajališta. Sudionici dobivaju degustacijsku čašu i mapu rute te imaju priliku degustirati vina lokalnih proizvođača i kušati razna jela i slastice lokalnih proizvođača.

Vinistra je najvažnija hrvatska izložba vina i vinarske opreme koja je 2018. proslavila 25. godišnjicu. U proteklih četvrt stoljeća, ova manifestacija je postala najvažniji vinski događaj u regiji, a posjeti je više od deset tisuća ljudi. Vinistra promovira vrhunska vina, ali i druge istarske autohtone poljoprivredne proizvode poput rakije, maslinova ulja, meda, sira i pršuta. Osim izložbe, posjetitelji mogu sudjelovati u ciljanim degustacijama, predavanjima, kulinarskim događanjima i pripremi hrane uživo. Ova manifestacija živahno obogaćuje Poreč tijekom tri dana, privlačeći ljubitelje vina, stručnjake i svjetske vinske kritičare.

Dani mladog maslinovog ulja - Giornate dell'olio d'oliva novello su tradicionalna manifestacija koja se održava već 15 godina. Cilj je promovirati i natjecati se među poznatim maslinarima iz regije i inozemstva te promovirati maslinarstvo i eno-gastronomsku ponudu Vodnjanštine. Manifestacija traje tri dana i uključuje izložbu, degustaciju maslinovog ulja, predavanja, cooking show, vođene degustacije i druge zanimljive sadržaje.

Maslinarstvo u Istri sve više dobiva na važnosti, označavajući ceste maslinovog ulja i uređujući prostorije za degustaciju. Kuća istarskog maslinovog ulja u Puli omogućava turistima degustaciju ulja raznih proizvođača iz cijele Istre. Posjetitelji mogu naučiti o sortama maslinovog ulja, proizvodnji ulja, povijesti istarskog maslinarstva te uživati u

degustaciji ulja i tradicionalnoj istarskoj hrani. Maslinovo ulje postalo je zaštitni znak i brend Istre, popularan suvenir koji turisti rado odnose kući, a sve veća potražnja potiče i veću proizvodnju, osiguravajući mjesto maslinarstvu u budućnosti Istre.

## 9. Vinski turizam

Nekada su ratovi i primirja bili objavljivani uz vino, dok danas slavimo rođenja, obilježavamo uspjehe i svečane trenutke uz ovu božansku kapljicu. No vino nije samo piće radosti, već i pratilac u posljednjem ispraćaju.

Vino je složeno piće koje sadrži preko 600 kemijskih spojeva. Većina tih sastojaka prisutna je u malim količinama, ali doprinosi ukusu, mirisu i aromi vina. Tijekom stoljeća, ljudi su na različite načine obrađivali vino, što je rezultiralo time da jedni vide vino kao alkoholno piće, dok je drugima ono vrsta hrane. Postoje različite podjele vina, poput podjele prema boji (bijelo, ružičasto i crveno), prema sadržaju šećera (suho, polusuho, poluslatko i slatko), prema kvaliteti (stolno, stolno s geografskim porijeklom, kvalitetno s geografskim porijeklom i vrhunsko s geografskim porijeklom).<sup>9</sup> Stari narodi poput Egipćana, Feničana, Grka i Rimljana konzumirali su snažna i puna vina s visokim sadržajem alkohola, koja su razblaživali dodavanjem vode. Tijekom tzv. Grand Tour putovanja, posjet vinogradima postao je obavezan dio putovanja, iako je interes za prirodu bio relativno manji. No tek sredinom 19. stoljeća vino je postalo poseban motiv za putovanje. Zahvaljujući željeznici kao novom masovnom prijevoznom sredstvu, udaljena područja postala su dostupnija. Osim toga, socijalne promjene dovele su do stvaranja srednje klase koja je, oponašajući životni stil aristokratske elite, počela zahtijevati konzumaciju visokokvalitetnih vina. Konačno, objavljivanjem Classification of the Wines of the Gironde, po prvi put je priznata javna identifikacija vina i vinogradskih područja. Ova službena klasifikacija vina iz Bordeauxa izrađena je na zahtjev trgovaca vina za Parišku izložbu 1855. godine. Klasifikacija je, osim što je pridonijela kvaliteti i prepoznatljivosti vina iz određenih regija, iskorištena i u marketinške svrhe pojedinih područja.

Vinski turizam se definira kao posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i događajima u kojima je degustacija vina glavni motivacija. Turizam se temelji na

---

<sup>9</sup> B. Rabotić, op.cit., str.156

posebnom interesu povezanom s vinom, a turisti su motivirani ili odredištem (vinskom regijom) ili aktivnošću (degustacija vina). Vinski turizam ima veliku važnost za vinare i vinarije jer im omogućuje direktnu prodaju vlastitih proizvoda. Budući da su vinogradi i većina vinarija smješteni u ruralnim područjima, vinski turizam se često smatra i dijelom ruralnog turizma. Granica između ove dvije vrste turističkih aktivnosti je gotovo nemoguće odrediti jer se često isprepliću. Pojedine vinarije privlače turiste svojim šarmantnim i opuštajućim okruženjem, dok se vinski turisti mogu odlučiti i za posjete urbanoj okolini (vinskim festivalima, vinskim podrumima, izložbama i sl.).

Vinski turizam može biti:

- Kulturno autentičan, što uključuje način života povezan s vinom i jelom, uz festivalske događaje i posjete vinskiim selima.
- Romantičan, temeljen na činjenici da vino, hrana i privlačno okruženje potiču romantiku.
- Edukativan, jer turisti žele naučiti više o vinu i kulturi.

Vinski turizam pruža potpuno senzorno iskustvo: okus (vina, lokalne kuhinje i svježeg grožđa), miris (zemlje, grožđa, svježeg seoskog zraka, fermentacije u vinarijama, mirisa podruma, kuhinje u restoranima i seoskim smještajima, mirisa lišća i tla u vinogradima, travnjaka i cvijeća), dodir (praktično iskustvo proizvodnje vina, boce i čaše, kuhanje s vinom, berba grožđa), vid (vinogradi i plavo nebo, jedinstvena lokalna arhitektura, ljudi koji uživaju u radu, tradicionalni festivali, boja vina), sluh (punjenje vina u boce, točenje vina u čaše, vesela glazba, zvuk vinske opreme).

### **9.1. Europske države vina**

Vinski turizam u Europi je razvijen kroz specifične vinske rute i staze. Prve su se pojavile u Njemačkoj („weinstrasse“) krajem 20. stoljeća s ciljem poticanja turista da uživaju u proizvodima regije kroz koju putuju. Od 60-ih godina, interes za vinom (i hranom) je rastao, djelomično zahvaljujući kulinarskim emisijama na radiju i televiziji. Mađarska je bila prva među istočnoeuropskim zemljama koja je uspostavila vinske rute, a početni projekt bio je u Baranji.

Vinski put je turistički itinerer koji povezuje više vinogradskih imanja i vinarija u određenoj regiji. Većina ruta prolazi kroz službeno definirane vinogradske regije koje često imaju prepoznatljiv brend. To su vizualno privlačna područja koja obuhvaćaju prirodne i kulturne atrakcije poput vinograda, dvoraca, manastira itd., kao i objekte kao

što su vinarije i podrumi. Rute su označene odgovarajućom signalizacijom kako bi usmjeravale turiste prema određenim mjestima, vinogradarima i vinarijama. Također se promoviraju putem brošura koje pružaju informacije o specifičnoj vinskoj regiji, rutama, proizvođačima vina, lokalnim atrakcijama i sl.

Mađarska, Moldavija i Portugal bili su pioniri u uspostavljanju vinskih ruta s ciljem razvoja kulturnog i ruralnog turizma. Europsko vijeće za vinske rute sa sjedištem u Bordeauxu pružilo je podršku u razvoju mnogih europskih ruta. Vijeće obuhvaća više od 60 vinogradskih regija i bavi se evidencijom postojećih ruta, razvojem standardizirane signalizacije i simbola, definiranjem standarda i uvjeta za certifikaciju ruta, razvojem novih ruta te marketingom vinskog turizma kroz izradu brošura i prezentacija.

Italija ima vrlo razvijen vinski turizam. Talijanske vinarije godišnje posjeti više od tri milijuna turista, a prihodi se procjenjuju na preko dvije milijarde eura. "Pokret za vinski turizam" (MTV, Movimento Turismo del Vino), osnovan 1993. godine, radi na razvoju i promociji vinskog turističkog proizvoda, kao i vinskih ruta.

U Francuskoj su posebno karakteristični vinski muzeji koji se osnivaju uz financijsku podršku proizvođača vina. Ti muzeji posjetiteljima pružaju uvid u povijest i karakteristike vinogradske regije, izbor lokalnih vina, proces proizvodnje i druge informacije.

Pjenušavo vino, poznato kao šampanjac, dobilo je ime po regiji Champagne na sjeveroistoku Francuske. Champagne je privlačna regija s bogatom prirodom i kulturnim atrakcijama. U toj regiji djeluje nekoliko velikih kompanija koje proizvode vina poznata u cijelom svijetu, a gotovo 15.000 vinogradara prodaje grožđe tim kompanijama ili malim lokalnim proizvođačima.

Tradicionalne europske destinacije vinskog turizma poput Francuske, Italije, Španjolske, Njemačke i Portugala suočavaju se s povećanom konkurencijom od drugih europskih zemalja poput Slovenije i Hrvatske, ali i izvan Europe, kao što su SAD, Južna Afrika, Australija, Čile i Novi Zeland. Napa Valley u Kaliforniji postao je poznati centar vinskog turizma, a i vinska područja u Kanadi privlače sve više posjetitelja.

Posjet vinskim turističkim atrakcijama potiče se različitim motivima. Najčešći motiv je želja za edukacijom i učenjem o vinima. Posjete često uključuju kombinaciju vinskog i gastronomskog iskustva. Također se organiziraju izleti koji uključuju posjete vinarijama uz obilazak prirodnih i kulturnih atrakcija, što se naziva usputnim vinskim turizmom.

Rute koje obuhvaćaju raznolike atrakcije poput slikovitih sela, crkvi, dvoraca, arheoloških spomenika i sl. pružaju mogućnost raznolikog turističkog doživljaja

## **9.2. Profil eno turista**

Neki autori pokušavaju odrediti generički profil vinskog turista samo na osnovu informacija iz vinarija. Takvi podaci nisu rezultat istraživanja, već utisaka i percepcija samih vinara. Stoga, neki vinari grupiraju svoje posjetitelje u "slučajne" (5-30%), koji samo žele isprobati vino, "s sofisticirane potrošače vina" (5% i više), koji iskazuju želju da saznaju više o vinima, dok većinu ostalih svrstavaju u srednju kategoriju (oni nemaju posebna znanja, ali su zainteresirani za učenje i uživanje u vinu). Drugi istraživač je, putem razgovora s ponuđačima vinskog turizma, identificirao tri kategorije potrošača: "ljubitelje vina", "osobe zainteresirane za vino" i "znatiželjne turiste". Također postoji podjela na "formalne vinske turiste", "turiste s interesom za vino" i "obične turiste". Važno je napomenuti da se ponašanje vinskih turista razlikuje ovisno o kulturi kojoj pripadaju. Nažalost, postoje malo istraživanja o kulturnim razlikama među vinskim turistima te o njihovom utjecaju na doživljaj i ponašanje.

Vinski turistički doživljaj često je kombinacija gastronomskog iskustva i uživanja u samom ambijentu. Primjerice, u analizi vinskog turističkog doživljaja u Novom Zelandu, istraživači su došli do zanimljivih zaključaka očekivanja posjetitelja na temelju njihova spola. Ženama je najvažnija bila atmosfera u vinariji, i imale su veća očekivanja u pogledu stvaranja ugodnog okruženja. S druge strane, muškarci su istaknuli očekivanja vezana uz kvalitetu samih vina, što im je bilo najvažnije tijekom posjete. Kvaliteta hrane bila je jednako bitna i za žene i za muškarce. Može se zaključiti da žene traže kompleksniji doživljaj koji uključuje atmosferu i kvalitetu hrane i vina, dok su muškarci više usredotočeni na kvalitetu samih vinskih proizvoda.

U posljednjih nekoliko desetljeća, vino je postalo mnogo više od običnog pića, odražavajući vrijednosti i značenja koja nadmašuju njegovu funkcionalnu prirodu. Vino pruža senzorno zadovoljstvo, ali također posjeduje i simboličku i psihološku vrijednost koja utječe na način njegove potrošnje.

## 10. Vinoteli u svijetu i Hrvatskoj

Pojam vinotel označava vinske hotele, odnosno smještajne objekte s temom vina koji svoju ponudu proizvoda i usluga temelje na prezentiranju lokalne vinske kulture poput degustacija, raznih tretmana na bazi vina i drugo. Karakterizira ih ponuda visokokvalitetnih doživljaja i uređenje koje podsjeća na vinsku baštinu.<sup>10</sup>

Vinski hoteli mogu biti smješteni u obnovljenim ruralnim zgradama koje su se prije koristile za druge namjene, a pri uređenju se koriste prirodni materijali poput kamena i drva kako bi se stvorila snažna veza s teritorijem. S druge strane, vinski hoteli mogu biti suvremenog, minimalističkog dizajna, nerijetko u kombinaciji s visokotehnološkim (*high tech*) rješenjima. Osim toga postoje i neobični vinski hoteli poput vinskih bačava i luksuznih šatora smještenih među vinogradima.<sup>11</sup>

Vinski hoteli nude vlastite vinske podrume, kolekcije vina koje su sastavili ponajbolji svjetski sommelieri, slavne kuhare koji pripremaju luksuzna jela sljubljena s pravim izborom vina. U slučaju kada hoteli nisu smješteni u neposrednoj blizini vinarija, uobičajeno je održavanje vinskih manifestacija i događanja u samom hotelu.<sup>12</sup>

### 10.1. Meneghetti wine hotel & winery

Uživanje u izuzetnom smještaju u prekrasnoj istarskoj vili izgrađenoj od bijelog kamena, što nagovještuje opušten boravak na selu okružen pjesmom cvrčaka, mirnom ljepotom vinove loze i maslina, nježnim dodirima morskog povjetarca te očaravajućom mediteranskom atmosferom je zagantirano. Wine Hotel nudi samo nekoliko gostinskih soba, omogućavajući tako potpunu privatnost u ovom rajskom okruženju. Vlasnici hotela i vinarije Meneghetti Wine imaju filozofiju stvaranja mirnog mjesta u skladu s prirodom. Jedan od naglasaka je na lokalnoj i organskoj hrani. Meneghetti surađuje s dobavljačima koji im osiguravaju svježe organsko povrće, domaću tjesteninu, nagrađivane sireve iz lokalne mljekare Latus, jogurt te naravno istarske tartufe - izvanrednu deliciju. Kuhari kroz rekonstrukciju i reinterpretaciju tradicionalnih recepata ovog područja pretvaraju ove namirnice u vrhunsku istarsku

---

<sup>10</sup> Garibaldi, R., I wine hotel (website), 2020., <https://www.robertagaribaldi.it/wine-hotel/>

<sup>11</sup> loc. cit.

<sup>12</sup> Ibidem cit.



kuhinju. Svako jelo savršeno se nadopunjuje s njihovim izborom vina iz vlastite ponude te jednim od četiri vrste maslinovih ulja koje proizvode na imanju.

Aktivnosti koje ovaj vinotel nudi uključuju vođene obilaske maslinika i vinograda, kušanje svježeg maslinovog ulja te večeru uz odabir najboljih Meneghetti vina. Također, tu je mogućnost sudjelovanja u lovu na tartufe s lokalnim vodičima, a po povratku iz šume možete kušati svježe "ulovljene" tartufe u jednom od restorana.

Stručnjaci za wellness u Meneghetti Wine Hotelu & Winery stvorili su iskustva inspirirana duhom Mediterana, crpeći blagodati terapije lokalnim biljem. Posebno prepoznatljivi tretmani koje nude posjetiteljima uključuju vinoterapiju i terapiju maslinovim uljem izrađenim od vlastitih proizvoda. Sastojci poput grožđa i maslina hrane, hidratiziraju i pomlađuju kožu, ostavljajući je mekom i elastičnom. Također, na raspolaganju su i druge aktivnosti poput planinarenja, brdskog biciklizma, biciklizma, jahanja konja, obilaska povijesnog centra, piknika u vinogradu i još mnogo toga.



Slika 4. Meneghetti hotel, <https://sofiaadventures.com/croatian-wineries/croatia-istria-meneghetti-winery/>

## 10.2. Roxanich winery & design hotel

Roxanich je vinarija koja njeguje umjetnički pristup, stvarajući rijetka, dugo odležana, vrhunska i prirodna vina koja predstavljaju naslijeđe drevne venecijanske zemlje. Vinogradi Roxanicha obuhvaćaju povijesno cijenjene lokalitete koji su već stoljećima

prepoznati kao "najbolji položaji" za vinogradarstvo: Mondellebotte (Bačva), Bussure i Valle. Nalaze se na blizini morske obale, ali su smješteni na visini od 200 metara iznad razine mora, što omogućuje željenu toplinsku oscilaciju.

Vinski podrum Roxanicha smješten je u brdu neposredno ispod hotela. Svaka od četiri razine posvećena je određenom dijelu procesa proizvodnje vina - vinifikaciji i maceraciji, dozrijevanju i arhiviranju. Vrhunac posjeta događa se u dvorani za degustaciju, gdje posjetitelji mogu uroniti u cjelokupno iskustvo Roxanich vina.

Degustacija vina uključuje vođeni obilazak peterokatne vinarije Roxanich, s pratnjom stručnog sommeliera. Cjelokupno iskustvo traje oko 90 minuta, tijekom kojih se posjetitelji upoznaju s obiteljskom tradicijom, procesom proizvodnje vina, terminologijom i procesom starenja, kao i filozofijom koja stoji iza poštenog i prirodnog vinarstva. Nakon obilaska slijedi kušanje pet odabranih etiketa vina Roxanich uz pratnju domaćeg sira skute, mladog sira, sira Veli Jože, istarske kobasice, istarskog pršuta, zdjele kiselog povrća, grisina i vode. Osim degustacije vina i obilaska vinskog podruma, na popisu aktivnosti nalazi se i lov na tartufe. Nedaleko od vinarije i hotela smještena je Motovunska šuma, poznata po tartufima. Lov na tartufe pruža edukativni tečaj o ovoj poznatoj podzemnoj gljivi, uključujući pronalaženje, vađenje i pripremu za jelo. Lov vode profesionalni uzgajivači tartufa uz pomoć obučениh pasa. Osim toga, gosti mogu istražiti prekrasne krajolike središnje Istre uz vožnju preuređenim Land Rover Defenderom, posjetiti muzej u Livadama, kušati domaći med i upoznati jednog od najboljih proizvođača ekstra djevičanskog maslinovog ulja u Istri. Uz pratnju vodiča, posjetitelji će otkriti bogatu povijest skrivenih dragulja motovunskog kraja i uživati u ukusnom pikniku prije zalaska sunca na obroncima doline rijeke Mirne. Ostale aktivnosti koje gosti mogu rezervirati uključuju privatnu turu gliserom, organizaciju vjenčanja, degustaciju Roxanich vina u kombinaciji sa svježim kamenicama, degustaciju kozjeg sira uz dodatni tečaj o kozama i kozarstvu, vođenje koza na ispašu u obližnja polja, mužnju koza, obilazak male privatne sirane i kušanje raznih proizvoda od domaćeg kozjeg mlijeka. Za one željne sportskih aktivnosti, dostupno je cjelodnevno iskustvo bicikliranja s prijateljima ili obitelji.

Roxanich Winery & Design Hotel nudi eklektičan smještaj s 32 izvrsno dizajnirane sobe i apartmana. Kuhinja restorana u sklopu hotela temelji se na gastronomskoj baštini Istre s dodatkom suvremenog stila - koriste se lokalno uzgojeni organski sastojci i pristupa se suvremenom bistro konceptu. Svježi sezonski proizvodi nabavljaju se od

lokalnih farmera, uzgajivača i proizvođača. Tjestenina "fatta in casa e a mano" ručno se izrađuje u kući u tradicionalnim i internacionalnim oblicima, a meso je domaćeg podrijetla, dok se riba iz Jadrana koristi u jelima.



Slika 5. Roxanich hotel i vinarija, <https://www.kayak.com/Motovun-Hotels-Wine-Heritage-Hotel-Roxanich.4595142.ksp>

### **10.3. Hotel Marques de Riscal, Rioja Španjolska**

Ovaj zapanjujući dvorac iz 21. stoljeća, poznat kao Hotel Marques de Riscal, predstavlja istinsko remek-djelo arhitekta Franka Gehryja. Nalazi se u pitoresknom "gradu vina", smještenom u regiji La Rioja u Španjolskoj. Hotel s 5 zvjezdica pruža posjetiteljima nevjerojatno iskustvo koje će zadovoljiti sva njihova osjetila.

Jedinstvenost ovog hotela očituje se ne samo u arhitektonskom dizajnu, već i u cjelokupnom doživljaju koji pruža. S 61 jedinstveno uređenom sobom i apartmanom, gosti će biti očarani izvanrednim dizajnerskim detaljima i spektakularnim pogledom na okolni krajolik. Njihove prozore mogu okupirati srednjovjekovni grad Elciego ili impresivna arhitektura same zgrade

Jedan od vrhunaca boravka u ovom hotelu je gastronomsko iskustvo u restoranu 1860 Tradición. Uz lokalnu kuhinju, koja se temelji na bogatoj baštini regije La Rioja, gosti mogu uživati u izvanrednim jelima koja se savršeno slažu s vrhunskim vinima vinarije Marqués de Riscal. Svaki obrok postaje prava poslastica za nepce.



Nakon što su uživali u gastronomskim delicijama, gosti se mogu prepustiti blagodatima Vinotherapie® SPA Caudalie. Ovaj luksuzni spa centar nudi opuštajuće tretmane koji koriste moć grožđa i vina kako bi osvježili i obnovili tijelo i duh. To je pravi raj za ljubitelje wellnessa i ljepote.

Marqués de Riscal također je poznat po svojoj bogatoj povijesti u proizvodnji vina. Vinarija je osnovana davne 1858. godine, a njezini prostrani vinogradi obuhvaćaju prekrasne pejzaže regije La Rioja. Gosti imaju priliku istražiti moderne vinogradarske objekte, upoznati se s procesom proizvodnje vina i degustirati izvanredna vina koja se čuvaju u impresivnom podrumu. Ova vinogradarska "katedrala" čuva vrijedne berbe još iz 1862. godine, dok se u podrumu nalazi čak osam milijuna boca vina.

Za ljubitelje povijesti i prirode, ovaj hotel nudi jedinstvenu blizinu hodočasničke rute Santiaga, koja predstavlja stoljeća europske povijesti. Gosti mogu istražiti ovo povijesno putovanje i diviti se prekrasnim krajolicima vinograda koji okružuju hotel. Tu je i mogućnost vožnje biciklom ili šetnje uz najdužu španjolsku rijeku, Ebro, koja pruža spektakularne pejzaže i trenutke mira i opuštanja.

U hotelu Marques de Riscal svaki gost doživljava nevjerojatnu harmoniju umjetnosti, povijesti, prirode i luksuza. Ovo je mjesto koje će zauvijek ostati urezano u pamćenje kao jedinstveno iskustvo za sva osjetila.



Slika 6. Hotel Marques de Riscal u Španjolskoj, <https://www.marquesderiscal.com/>

#### **10.4. Hotel Winebox Valparaiso Čile**

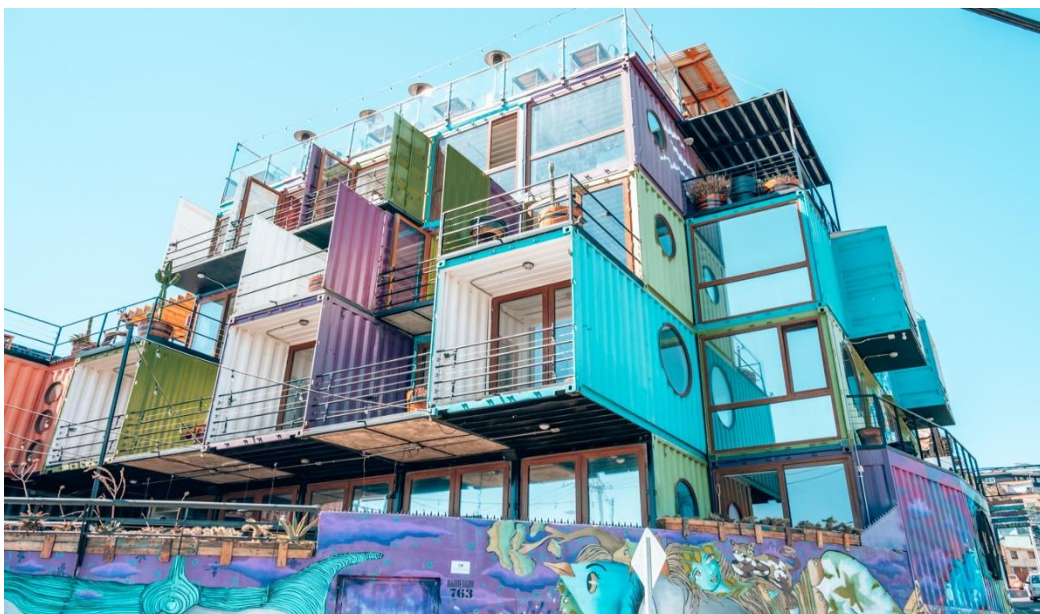
Wine Box Hotel je revolucionaran projekt koji je postao simbol održivog turizma u Čileu. Smješten u živopisnom gradu Valparaisu, hotel je izgrađen od 25 recikliranih transportnih kontejnera koji su pretvoreni u moderno dizajnirane sobe i prostrane zajedničke prostorije. Svaki kontejner je pažljivo prilagođen i opremljen kako bi pružio udobnost i luksuz svojim gostima.

Napredna arhitektura hotela Wine Box potiče ekološku svijest i odgovorno upravljanje resursima. Kontejneri su preuređeni uz minimalnu potrošnju energije, a ugradnja solarnih panela osigurava obnovljiv izvor energije za pokrivanje dijela potreba hotela. Osim toga, sustav za prikupljanje kišnice koristi se za navodnjavanje okolnih vrtova i biljaka, pridonoseći očuvanju prirodnog okoliša.

Hotel Wine Box također promiče lokalnu kulturu i umjetnost. U svakoj sobi nalazi se jedinstveni mural koji je djelo lokalnih umjetnika, stvarajući jedinstveno iskustvo boravka za goste. Posjetitelji mogu istraživati obližnje ulice Valparaisa i diviti se prekrasnim muralima koji krase grad, a hotel redovito organizira vođene ture umjetničkim četvrtima kako bi gosti mogli doživjeti bogatstvo ulične umjetnosti.

Naravno, gastronomija je važan dio iskustva u Wine Box Hotelu. Restoran hotela, poznat po svojoj inovativnoj kuhinji, koristi svježe lokalne sastojke koji dolaze iz obližnjih organskih farmi i ribarskih zajednica. Gosti mogu uživati u ukusnim jelima koja su pažljivo pripremljena kako bi se istaknuli bogati okusi čileanske kuhinje.

Hotel također nudi jedinstvenu priliku za goste da sudjeluju u vinskom iskustvu. Vinarija koja se nalazi u sklopu hotela proizvodi vrhunska vina od autohtonih sorti grožđa uzgajanih u obližnjem vinogradu. Gosti mogu sudjelovati u vođenoj degustaciji vina i naučiti o procesu proizvodnje, od berbe grožđa do stvaranja vrhunskih vinskih etiketa. Wine Box Hotel postao je međunarodno priznat simbol održivog turizma i primjer drugima kako se može stvarati luksuzan smještaj s minimalnim utjecajem na okoliš. Gosti koji posjete ovaj hotel ne samo da će doživjeti jedinstveno okruženje i uživati u vrhunskoj usluzi, već će i doprinijeti očuvanju prirode i podržati lokalnu zajednicu.



Slika 6. Winebox hotel u Valparaisu, Čile, <https://suitcaseandheels.com/winebox-hotel-valparaiso-chile/>

## 11. Hrvatske vinogradarske regije, podregije i vinogorja

Hrvatska se ističe kao rijetka zemlja s iznimno bogatom i raznolikom vinskom scenom. Njezina vinarska ponuda obuhvaća širok spektar vina visoke kvalitete s zaštićenim zemljopisnim podrijetlom te različitim kategorijama i tipovima kojima se ističu boja, ljupkost i precizno izbalansirani sastojci. Ova harmonija okusa i arome proizlazi iz skladnog spoja prirode i umijeća vinogradara, a podrumari tu paletu nadalje razvijaju, njegujući svaki detalj.

Hrvatska se dijeli na dvije glavne vinogradske regije: Kontinentalnu Hrvatsku i Primorsku Hrvatsku. Svaka regija se dalje sastoji od različitih podregija i vinogorja, kojih ima ukupno 12 podregija i čak 66 vinogorja. Svaka od tih vinogradarskih područja obiluje mnogobrojnim vinogradskim položajima, koji pružaju različite mikroklime i tla idealna za uzgoj različitih sorti grožđa.

Kontinentalni dio Hrvatske karakterizira srednjoeuropska ili panonska klima. Ovo područje nudi povoljne uvjete za uzgoj sorti grožđa kao što su Graševina, Frankovka, Portugizac i Traminac. Uz kontinentalnu klimu, tla ovog područja također imaju važnu ulogu u formiranju karakterističnih vina.

Primorski krajevi Hrvatske, s druge strane, uživaju u blagodatima sredozemne klime. Ovo područje obuhvaća obale Jadranskog mora te otoci kao što su Krk, Hvar i Korčula. Svojom blizinom mora, sunčanim danima i toplim noćima, primorski krajevi pružaju idealne uvjete za uzgoj sorti grožđa poput Malvazije, Plavca Mali, Pošipa i Terana. Ova vina odražavaju karakteristične morske i mediteranske arome te osvajaju svojom svježinom i elegancijom.

S obzirom na mnoge čimbenike kao što su klima, reljef, geološka svojstva tla i ostali faktori, koji utječu na uzgoj grožđa i proizvodnju vina, Hrvatska se ponosi svojom iznimnom raznolikošću. Ta raznolikost omogućuje ljubiteljima vina da istraže široki spektar okusa i da uživaju u autentičnim vinima koja odražavaju bogatu baštinu i vinsku tradiciju ovog prekrasnog mediteranskog kraja.

### **11.1. Primorska regija**

Prostire se duž čitave jadranske obale, od Istre do južne Dalmacije. Umjerena mediteranska klima i planinski lanac sa sjevera oblikuju jedinstveni krajolik s mnogo sunčanih padina, čarobnim prirodnim blagodatima i, iako oskudnom, vrlo pogodnom zemljom za uzgoj vinove loze, posebno za proizvodnju crnih vina. Ova regija proizvodi tri četvrtine hrvatskih crnih vina, ali također se ovdje stvaraju izvrsna bijela vina, uglavnom autohtonih sorti, s karakteristikama koje su jedinstvene samo za ta područja. Regija je podijeljena na pet podregija: Istru, Hrvatsko primorje, Sjevernu Dalmaciju, Dalmatinsku zagoru, Srednju i Južnu Dalmaciju.<sup>13</sup> U tim podregijama obuhvaćeno je 31 vinogorje, gdje prevladava sorta vinove loze plavac mali koja daje izvrsna crna vina, posebno na južnom dijelu Dalmacije, dok se u središnjem dijelu (poznate primoštenske terase) uzgaja babiće, vrhunski crni vinski brendovi Hrvatske, poput dingača i postupa iz sorte plavac mali. U ovoj regiji uzgajaju se i autohtone crne sorte poput plavine crne, vranca crnog, drnekuše crne, terana crnog u Istri, refoška crnog, hrvaticice crne, te niza autohtonih sorti na manjim površinama, ali s posebnim svojstvima vina koje se ne može pronaći nigdje drugdje. Najbolja bijela vina dolaze s jadranskih otoka i iz Istre, gdje se nalaze malvazija bijela, žlahtina bijela (otok Krk), pošip bijeli i grk bijeli na otoku Korčuli, vugava ili bugava bijela na otoku Visu,

---

<sup>13</sup> Lj. Gašparec – Skočić, J. Bolić, *Hrvatska vina i vinske ceste*, Golden marketing, Zagreb, 2016., str. 19 i 20

maraština bijela (rukatac), bogdanuša bijela, cetinka bijela... U blizini Dubrovnika uzgaja se autohtona dubrovačka malvazija bijela, a na području Istre poznate su domaće ili udomaćene sorte za crna vina: cabernet sauvignon crni, teran crni, merlot crni, borgonja crna... Ova regija obiluje autohtonim sortama vinove loze, stoga proizvodi specifična vina snažna i bogata aromama, ali i nježnija bijela vina.

## **11.2. Sorte vina Istarskog poluotoka**

Istra je najveći poluotok u Hrvatskoj i najzapadnija vinogradarska podregija. Posjeduje izvanredan geografski položaj, bogatstvo autohtonih sorti, povoljnu klimu i vrlo specifična tla, što omogućuje proizvodnju posebnih i raznolikih vina visoke kvalitete. Istra je zanimljiva i raznolika s povijesnog i geopolitičkog aspekta – trenutno je podijeljena između tri države, a tijekom bogate povijesti bila je u kontaktu s mnogim narodima i na raskrižju različitih kultura. To je imalo velik utjecaj na multikulturalnost i otvorenost njezinih građana danas, kao i na razvoj vinogradarstva i vinarstva, tradicionalno važnih grana istarskog gospodarstva.

Povijest proizvodnje vina u Istri seže u antičko doba. Grčki kolonisti donijeli su prve loze, kao i kulturu uzgoja i proizvodnje vina nekoliko stoljeća prije Krista. Rimljani se smatraju najzaslužnijima za razvoj vinogradarstva, s posebnim cijenjenjem istarskih vina, ali su vinovu lozu i vino prihvatili i svi kasniji narodi. Danas je Istra jedno od najvažnijih hrvatskih vinogradarskih područja, gdje vino nije samo poljoprivredni proizvod, već važan dio ukupne turističke ponude. Organiziraju se eno-gastronomske manifestacije, otvaraju se vinske ceste, a mnogi vinari otvaraju vrata svojih podruma gostima.

Raznoliki okolišni uvjeti (klima, reljef i sastav tla) na poluotoku ključni su čimbenici visoke kvalitete i posebnosti istarskih vina, te su osnovni razlog podjele Istre na tri vinogorja – zapadno, centralno i istočno. Većina vinograda smještena je na blagim padinama koje se spuštaju do morske obale na zapadnom dijelu poluotoka, dok je istočni dio strmiji i ima manje vinograda. Osim raznolikosti klime i reljefa, najveća i najpoznatija razlika je u sastavu tla. Istra se općenito dijeli na crvena (crvenica, terra rossa) i bijela tla (flišna tla, terra bianca).

Osim velikog broja sorti vinove loze u Istri, to je područje gdje se uspješno uzgajaju i kontinentalne i mediteranske sorte. Tijekom cijele povijesti, pa i danas, istarsko



vinogradarstvo karakteriziraju dvije autohtone sorte – istarska malvazija bijela i crni teran. One su temelj ponude i najčešće su prva asocijacija na istarska vina.

Istarska malvazija je vodeća bijela sorta, dominira u svim vinogorjima. Pripada velikoj skupini malvazija, različitih sorti koje se mogu pronaći diljem Mediterana. Imaju zajedničko ime koje se često dovodi u vezu s Grčkom. Međutim, istraživanja su pokazala da je ova malvazija jedinstvena, autohtona sorta specifična za Istru. U Istri se stoljećima uzgaja malvazija, ali nakon Drugog svjetskog rata doživljava nagli uspon zbog povećane potražnje za bijelim vinima. Ova sorta je vrlo zahvalna u proizvodnji i prilagodljiva na različita tla i klimatske uvjete. Malvazija istarska je vrlo svestrana sorta - koristi se za proizvodnju svih vrsta vina, od pjenušaca do slatkih desertnih vina, i može se pronaći u svim kvalitetnim kategorijama. Istarske malvazije oduvijek su bile cijenjene, ali danas imaju još veću reputaciju nego prije nekoliko desetljeća, posebno zbog primjene modernije opreme i tehnoloških dostignuća. Vina od ove sorte svrstavaju se među najbolja bijela vina Hrvatske i Mediterana. Tipična sortna aroma malvazije istarske je diskretni miris bagremovog cvijeta, koji znalci i ljubitelji traže u tim vinima. Okus je svjež, uravnotežen, voćan, ali s mediteranskim punoćom, obično srednjeg alkohola. Zrele malvazije imaju puniji okus, s manje svježih cvjetnih aroma, a javljaju se složeniji voćni mirisi i okusi poput lješnjaka i badema. Kada dozrijevaju u drvenim bačvama, pojavljuju se i druge senzorne note, što čini vina ove sorte pravim bogatstvom mirisa i okusa.

Nakon malvazije, teran je najvažnija sorta u Istri, a njegova vina spadaju među najkvalitetnija crna vina Hrvatske i čine važan dio ponude vina. Teran je vodeća crna sorta s vrlo specifičnim karakteristikama. Najbolji terani proizvode se u centralnoj Istri, u okolini Motovuna, i u dobrim godinama te uz primjerenu tehnologiju, ta vina spadaju među najbolja crna vina u Hrvatskoj. Imaju bogate mirise koji su voćni - mnogi će prepoznati razne vrste jagodastog i bobičastog voća, posebno maline, kupine, borovnice i crveni ribizl. No, glavna karakteristika terana je visoka ukupna kiselost, što je neuobičajeno za crna vina. Unatoč intenzivnoj boji i visokom sadržaju polifenola, vina nisu jako taninska, a nakon najmanje godinu dana dozrijevanja postaju uravnoteženija i pitkija. Dozrijevanje se provodi u većim, neutralnim hrastovim bačvama kako bi se sačuvala voćnost i karakteristike sorte. Zbog tih karakteristika, teran je vrlo popularan i cijenjen te se odlično slaže s istarskom gastronomijom.

Chardonnay, bijeli pinot i sivi pinot su dobro poznate svjetske sorte koje daju izvrsne rezultate u Istri. Specifična klima povoljno utječe na njihova svojstva, pa su ta vina

obično puna, srednje jakog tijela, ali prepoznatljivo aromatična i uravnotežena. Slična svojstva pokazuje i bijeli sauvignon, čiji se miris u istarskim uvjetima puno snažnije očituje. Za razliku od hladnijih kontinentalnih područja, gdje su sauvignoni lagani s intenzivnim cvjetnim aromama, istarska vina ove sorte su punija, a miris im je složeniji. Posebno mjesto u sortimentu ima bijeli muškati, koji se često naziva muškati momjanski prema Momjanu, slikovitom mjestu u zapadnoj Istri. Ova sorta tradicionalno se uzgaja i daje najbolja hrvatska desertna vina. Ta vina obično su vrlo aromatična, poluslatka ili slatka, dobivena od grožđa koje se redovito bere ili putem nekih tradicionalnih postupaka koji su uobičajeni za proizvodnju desertnih vina. Grožđe se obično dovodi do stanja prezrelosti ostavljajući ga na trsu do kraja listopada ili studenog, ili se dodatno suši nakon berbe.

Cabernet sauvignon, cabernet franc i merlot su svjetski poznate sorte koje su također raširene u Istri, gdje postižu izvanredne rezultate. Uzgajaju se diljem poluotoka, ali najbolji vinogradi nalaze se na zapadnom, toplijem dijelu, uz more - najveći nasadi su u blizini Poreča. Njihova vina su puna, srednje jakog tijela, dobro obojena i s diskretnim sortnim aromama.

Pinot crni je manje zastupljen, ali daje dobra vina, punija i bolje obojena nego na kontinentu. Također se koristi i pruža izvrsne rezultate u proizvodnji istarskih pjenušaca, često u kombinaciji s chardonnayem i malvazijom istarskom.

Hrvatica je manje zastupljena sorta, smatra se autohtonom. Ona ima dobar prinos, a crna vina su prosječne kvalitete, ali može dati izvrsna ružičasta vina.

Borgonja je istarski naziv za frankovku, poznatu i kao Blaufränkisch ili Limberger. Daje dobra crna vina, s umjerenom punoćom i bojom, vrlo prikladna za svakodnevnu konzumaciju i kao pratnja mnogim tradicionalnim istarskim jelima.

Muškat ruža porečki je lokalni sinonim za poznatiju austrijsku sortu Rosenmuskateller ili talijansku moscato rosa. To je stara sorta s vrlo posebnim karakteristikama koja daje izvrsna, najčešće desertna vina s mirisom ruže. Vina su polusuha do slatka, vrlo intenzivna po sortnom mirisu, umjerene boje i okusa, puna, uravnotežena i s vrlo dugim završetkom.

Osim tih sorti, koje čine većinu istarskih vinograda, mogu se pronaći i stare, zaboravljene istarske sorte poput dragenela, brajdenica, opačevina, dolcin, duranija, surina. Obično se ne vinificiraju zasebno, već se najčešće nalaze u mješavinama, posebno u starim nasadima. Posljednjih godina dolazi do revitalizacije tih sorti, što podržava i trend tržišta prema autohtonim, originalnim proizvodima

### 11.3. Vinske ceste

Vinska ruta je poseban način prodaje poljoprivrednih, ugostiteljskih i turističkih proizvoda određenog vinorodnog područja, gdje se seljačka gospodarstva (obiteljska poljoprivredna gospodarstva) i ostale pravne i fizičke osobe udružene pod nazivom vinske rute, nude svoje proizvode, posebno vino i ostale napitke iz vlastite proizvodnje, te domaće specijalitete.

Vinska ruta obuhvaća prije svega prirodne ljepote i harmoniju okoliša kroz koje prolazi, kulturne i povijesne znamenitosti, tradicije i druge posebnosti vinorodnog područja. Vinska ruta mora zadovoljavati minimalne uvjete: prolaziti kroz vinorodno područje, prostirati se na području najmanje jednog vinograda, imati proizvodnju i ponudu vina te ponudu drugih proizvoda od grožđa i vina. Također, mora imati najmanje dva seljačka gospodarstva ili ugostiteljska objekta koja uz vino nude usluge prehrane, posebno karakteristične za vinorodno područje, te mora postojati pravna osoba koja zastupa vinsku rutu (udruga, zadruga ili tvrtka). Vinska ruta mora biti adekvatno označena i imati informativni materijal o sadržajima dostupnim posjetiteljima. Na vinskim rutama možemo pronaći uređene vinograde koji su dostupni za razgled iz vozila ili pješice, kao i uređene podume, vinoteke i restorane s domaćim jelima koja nude izvornu hranu, posebno seljačke specijalitete. Svi objekti na registriranim vinskim rutama imaju parkirališta, telefonske linije, sanitarni čvor, prostore za kušanje vina i hrane, povijesno zanimljive vinske predmete, literaturu, kataloge, karte itd.

Istra ima tri vinske rute povezane s vinogradima: zapadna ruta, koja je i najveća s gotovo šest tisuća hektara, središnja ruta s 210 hektara i istočna ruta s oko 100 hektara. Od vinove loze, koja je doslovno životni stil u tom području, najizdašnija je sorta bijele malvazije, koja daje izvrsno vino, posebno iz starih trsova. U Istri se može pronaći široka paleta bijelih i crnih vina: nezaboravni muškati, ali i bijeli pinot, chardonnay, traminac i druge sorte.

#### **11.4. Vinski podrumi i vinarije u Istri**

Franc Arman iz Narduča, nedaleko od Vižinade, predstavlja šestu generaciju obitelji Arman. Protekle tri generacije posvetile su se vinogradarstvu i vinarstvu. Pisani tragovi ukazuju na tipičan put srednjoeuropskih obitelji koje su mijenjale boravište, zanimanja i čak prezimena tijekom povijesnih i društvenih promjena.

Gospodarstvo OPG Franc Arman posjeduje 14 hektara vinograda na lokaciji Stara Boška i 4 hektara oko vinarije, smještene na padinama zapadnoistarskog vinogorja iznad doline rijeke Mirne. Od toga, 3 hektara su državno zemljište koje su u zakupu. U proizvodnju su uključeni i vinogradi kooperanata koji obuhvaćaju dodatnih 6 hektara vinograda. Na vinogradima smještenim na nadmorskoj visini višoj od 200 metara, glavne sorte grožđa su malvazija (oko 40%), teran (oko 20%), te ostale kao što su chardonnay, pinot sivi, sauvignon blanc, muškat, cabernet franc i merlot. Prosječna godišnja proizvodnja iznosi oko 80.000 boca vina. Od toga se oko 70% plasira na domaćem tržištu, dok se oko 30% izvozi u Austriju, Njemačku, Poljsku, Crnu Goru i Kanadu.

Vinarija Deklić je obitelj četvrte generacije vinogradara i vinara koja s ponosom ističe gotovo stoljetnu tradiciju obiteljske vinarije. Ta tradicija započela je 1920. godine s njihovim pradjedom u selu Ferenci, općina Vižinada. U to vrijeme, vina su se izvozila u Sloveniju, a rad u vinogradu skromne površine i podrumu bio je vitalan za obiteljsko preživljavanje. Godine 2006. izgrađen je novi vinski podrum prilagođen suvremenim potrebama proizvodnje vina, a prva vina buteljirana su 1999. godine. Glavna sorta grožđa je malvazija, koja obuhvaća oko 75% vinogradarskih površina, slijedi je chardonnay s oko 10% te muškat žuti. Također nude i rose vino od terana. Oko 10% ukupne proizvodnje čine crna vina poput terana, refoška, merlota i cabernet sauvignona. Obitelj Deklić posjeduje 16 hektara vlastitih vinograda, s dodatna dva hektara u zakupu, a još dva hektara su u pripremi s ciljem proizvodnje od 80 do 100 tisuća litara vina. Iz podruma izlazi oko 50.000 butelja, a u budućnosti planiraju puniti od 100 do 120 tisuća butelja. Oko 90% vina plasiraju na domaćem tržištu, u restoranima i vinotekama, dok oko 10% izvoze u Austriju i Crnu Goru.

Vinarija Kozlović u Momjanu se smatra spomenikom istarske baštine. Arhitektonski izgled moderne građevine uklopljene u krajolik s njegovanom hortikulturom nadmašuje osnovnu namjenu prostora za proizvodnju vina i ima status istarske znamenitosti. Vinarija je neizostavna stanica na putovanju kroz Istru, bilo da su u pitanju ljubitelji vina, uživatelji u prekrasnom krajoliku, zaljubljenici u arhitekturu ili turisti općenito. Najmoderniji vinski podrum u Hrvatskoj podsjeća na svemirski brod usidren podno srednjovjekovnog gradića Momjana. Vanjskim izgledom asocira na stilizirane trsove, a ogromna građevina harmonično se stapa s okolišem. Obiteljski vinogradi prostiru se na 26 hektara, a planiraju ih proširiti na otprilike 30 hektara. Dodatnih desetak hektara grožđa dobivaju od pažljivo odabranih kooperanata. Malvazija zauzima oko 70% površine, dok su na preostalim površinama zasađene sorte kao što su muškat, teran i sauvignon blanc. Momjanski muškat ima status kulnog desertnog vina. Vinarija Kozlović proizvodi 200.000 boca, od kojih se oko 75% plasira na domaćem tržištu, a ostatak izvozi u 15-ak zemalja, uključujući Francusku, Italiju, Veliku Britaniju i Sjedinjene Američke Države.

U mjestu Farnažine, nedaleko od Umaga, smještena je vinarija i uljara Cuj, koja je nekada bila poznata po fornažama - starim pećima u kojima se kamen palio kako bi se dobio vapno. Obitelj je na svojim poljoprivrednim površinama u tom siromašnom kraju uzgajala masline i lozu, te djelomično ratarske kulture. U njihovim vinogradima raste malvazija (oko 65%) na položaju Vela Boška, koji je bogat mineralima, zatim teran (20%), te sorte kao što su chardonnay, muškat i merlot. Trenutna godišnja proizvodnja iznosi oko 40.000 boca, a cilj je dostići kapacitet od 50.000 boca koji podrum može primiti. Vinarija također ima degustacijsku sobu namijenjenu posjetima manjih turističkih grupa, poslovnim sastancima i unaprijed dogovorenim aranžmanima. Oko 90% proizvodnje plasira se na domaćem tržištu, dok se oko 10% izvozi u Italiju i zemlje Beneluxa. Podrum je izgrađen u stijeni koja je ostala vidljiva u prostoru, a dijelovi iskopanih stijena korišteni su za izgradnju suhozida i kuće.

## 12. Maslinarstvo

Maslinarstvo i proizvodnja maslinova ulja na poluotoku Istra imaju dugotrajnu tradiciju i predstavljaju jednu od najstarijih poljoprivrednih grana na ovom području. Širenje masline u Istri povezuje se s Aristejem iz grčke pokrajine Arkadije i smatra se da se dogodilo tijekom prvog stoljeća olimpijade. Poveznica s grčkim korijenima vidljiva je u sorti oblica (orkula), koja se i danas uzgaja u Istri i drugim dijelovima istočne jadranske obale, a koja se smatra grčkog podrijetla. Mnogi materijalni dokazi iz antičkog rimskog doba, poput uljara, keramičarskih radionica za amfore, uljarničkih svjetiljki i drugih predmeta, ukazuju da je maslinarstvo i proizvodnja maslinova ulja vjerojatno bila najznačajnija poljoprivredna djelatnost u to vrijeme u Istri.<sup>14</sup>

Dugovječnost maslinarstva na ovim prostorima svjedoči najstarija maslina u Istri koja se nalazi na Brijunskom otočju, a procjenjuje se da ima oko 1700 godina.

U šezdesetima godinama prošlog stoljeća počeli su se saditi nasadi maslina, pri čemu su prevladavale uvezene talijanske i francuske sorte. Unatoč tome, zahvaljujući specifičnoj kombinaciji klime, tla i načina uzgoja, tijekom dvotisućljetne tradicije na ovom području razvile su se neke prepoznatljive istarske sorte maslina, poput črnice, buže, puntože, karbonace, rosinjole, istarske bjelice, moražole, žižolere, plominke i drugih.

Buža je najrasprostranjenija domaća sorta masline u Istri, vrlo dobra u kombinaciji. Rani plodovi daju pikantno ulje izvanredne kvalitete, koje ima izražen svjež miris i ugodnu gorčinu. Plodovi kasnije berbe daju slatko ulje s blagom voćnom aromom.

Buža Minuda je domaća istarska sorta koja se najčešće uzgaja na području Bala. Budući da je broj stabala ograničen, često se pojavljuje kao mješavina s drugim uljima. Buža Pontoža je jedna od najrasprostranjenijih domaćih sorti masline u Istri. Proizvodi se na području Rovinja, Bala, Vodnjana i Fažane. Preradom razvija miris zrelog maslinovog ploda s notama jabuke. Izvrsno se slaže s mariniranim lososom i kozjim sirevima. Preporučuje se uz različite juhe od povrća, predjela s vrganjima, prženu ribu i crveno meso s roštilja.

Črnica je stara domaća sorta masline koja se najviše uzgaja u maslinicima na sjeveru Istre, u Buzetu i Bujama. Ima izvanrednu kvalitetu. Daje slatko ulje s svježim okusom, vrlo pikantno, s naglašenom gorčinom i ugodnim mirisom ploda. Izvrsna je kao začim

---

<sup>14</sup> Neodoljiva Hrvatska – Irresistible Croatia, Lux, str. 127

za sirovu plavu ribu, posebno tunu, palamidu, roštiljanu plavu ribu, hobotnicu ispod peke, pačju jetru, salatu od tune i graha te mnoga druga jela.

Istarska bjelica je jedna od sorti maslina koje se uzgajaju u Istri i Kvarneru, a rezultira izvrsnim uljem koje ima izraženu gorčinu i pikantnost. Odlično se slaže s pečenom bijelom ribom, mesnim jelima, carpacciom od tune, juhom od graha i predjelima od povrća.

Žizolera je stara domaća sorta masline, koja je rijetka u južnom dijelu Istre (postoji samo desetak stabala). Obično se pojavljuje na tržištu kao mješavina s drugim sortama. Ulje je svijetlozelenkaste boje, blago i slatko, s izraženom aromom jabuke i zelene trave, što mu daje posebnu svježinu. Odlično se slaže sa svim vrstama ribe.

Djevičansko maslinovo ulje s istarskog poluotoka ima ugled koji potječe iz antičkih vremena. Stari antički pisci su priznavali kvalitetu drevnih istarskih maslinovih ulja u svojim pisanim tragovima. Maslina se na istarskom dijalektu naziva "ulika" i predstavlja stablo koje daje ulje. U prošlom stoljeću, masline su se uglavnom sadile uz rubove vinograda, na terasama ili između dijelova polja gdje su se uzgajale ratarske kulture. Indikacija predanosti Istrana prema ovom stablu je i starinsko žensko ime "Ulika", koje se, iako nije često, i danas koristi u imenovanju istarskih obitelji.

Današnja proizvodnja djevičanskog maslinovog ulja u Istarskoj županiji obilježena je nastojanjem većine proizvođača da postignu visoku kvalitetu. Svake godine održava se desetak regionalnih ili lokalnih natjecanja u kojima se ocjenjuje kvaliteta djevičanskih maslinovih ulja, poput Vodnjana, Poreča, Tara, Krasice kod Buja, Novigrada, Kaštelira, Rovinjskog sela, Medulina, Umaga, Fažane i Ližnjana. Na tim izložbama ukupno se ocijeni 500 do 600 uzoraka ulja, pri čemu se većina njih, tijekom proteklih pet do šest godina, svrstava u kategoriju ekstra kakvoće s postotkom većim od 75%. Ulja imaju intenzivan okus i miris po rajčici, radiču, artičoki, šparogama te drugom voću i povrću.

U Istarskoj županiji postoji veliki interes stanovništva za proizvodnju djevičanskog maslinovog ulja, što se očituje kroz postojanje nekoliko udruga građana čija djelatnost je usmjerena prema maslinama i maslinovom ulju (poput Udruge maslinara Istarske županije OLEA - Tar, Udruge "Gradovi maslinovog ulja" i Udruge senzornih analitičara maslinovog ulja USAMU - Buje). Cilj tih udruga je poticanje proizvodnje i promocije potrošnje ekstra djevičanskog maslinovog ulja. Više od 140 poljoprivrednih gospodarstava, koja su povezana kroz županijski projekt "Ceste maslinovog ulja", omogućuju posjetiteljima da tijekom obilaska degustiraju djevičanska maslinova ulja i

upoznaju se s procesom njihove proizvodnje. Djevičansko maslinovo ulje, osim sve većeg gospodarskog značaja, ima i značajnu ulogu u turističko-gastronomskoj privlačnosti Istre, budući da je neizostavan sastojak istarske kuhinje i integralni dio istarske tradicije i kulture općenito. U istarskoj kuhinji, maslinovo ulje se koristilo za pripremu jela tijekom blagdana ili za članove obitelji s narušenim zdravljem, a uvijek se doziralo žlicom kako ga se slučajno ne bi pretjerano upotrijebilo. Također se koristilo za prženje tradicionalnih slastica poput fritula i kroštula. Treba napomenuti da supa, koja je jedna od specifičnosti istarske kuhinje, osim crnog vina i pečenog kruha, sadrži i djevičansko maslinovo ulje kao neizostavan sastojak. U smislu gastronomske privlačnosti, valja istaknuti manifestaciju "Dani mladog maslinovog ulja" u Vodnjanu, trodnevni sajam koji se održava u studenom s nizom gastronomskih događanja i stručnih predavanja, a privlači više od 15.000 posjetitelja.

### **12.1. Kuća istarskog maslinovog ulja**

Kuća istarskog maslinovog ulja obuhvaća muzejski postav koji prikazuje kulturu i povijest maslinarstva od rimskog razdoblja do danas, prostor za degustaciju maslinovog ulja i trgovinu koja nudi vrhunske istarske brendove ekstra djevičanskih maslinovih ulja i ostalih lokalnih proizvoda. Veliki dio postava posvećen je suvremenom maslinarstvu. Posjetitelji mogu naučiti o polifenolima i utjecaju maslinovog ulja na zdravlje, jer svako ulje prolazi kemijsku i senzorsku analizu. Muzej prikazuje dva kratka filma o tradicionalnoj i suvremenoj preradi maslinovog ulja u Istri.

U prostoru za degustaciju, posjetitelji mogu sudjelovati u edukativnim i zanimljivim vođenim degustacijama, gdje će naučiti kako pravilno kušati ulje, prepoznati mirise i okuse u vrhunskom ulju, upoznati pozitivne karakteristike i mane. Također će se upoznati s razlikama između sortnih ulja i njihovom sljubljanju s hranom. Ponuđena su tri programa degustacija: "Green Experience", "Gold Experience" i "Platinum Experience".

"Green Experience" je edukativna vođena degustacija koja omogućuje osnovne senzorske analize maslinovih ulja i prepoznavanje njihovih karakteristika.

"Gold Experience" je jedinstvena vođena degustacija koja uspoređuje ulja najboljih istarskih maslinara i otkriva razlike između sorti maslinovih ulja.



"Platinum Experience" je osobno vođena degustacija koja uključuje kušanje istarskih ulja s međunarodnim nagradama, lokalnih istarskih specijaliteta te degustaciju istarskih vina.

U prodajnom prostoru posjetitelji mogu kupiti ili naručiti vrhunska istarska ekstra djevičanska maslinova ulja od preko 30 maslinara iz cijele Istre. Također, u ponudi su istarske rakije, proizvodi od bijelog i crnog tartufa, istarska tjestenina, proizvodi od lavande, predmeti i nakit od maslinovog drva te ostali istarski proizvodi. Kvaliteta proizvoda i poznati proizvođači maslinovog ulja koji garantiraju kvalitetu čine kuću istarskog maslinovog ulja najboljim izborom za posjetitelje koji žele otkriti najbolje od Istre.

## **13. Tartufarstvo**

Unatoč svim gastronomskim blagodatima koji postoje na tlu, u zraku i u vodi Hrvatske, priroda je ovdje odlučila obdariti ljude i najcjenjenijim povrćem na svijetu - tartufima. U svijetu postoji više od 32 vrste tartufa, a najpoznatiji i najskuplji među njima je bijeli tartuf (*Tuber Magnum Pico*). Osim što je najpoznatiji po svom staništu u okolici talijanskog grada Albe, bijeli tartuf je pronašao i drugo sjajno mjesto - u dolini rijeke Mirne, ispod grada Motovuna, u Istri. U Istri se uz bijeli tartuf, čija je cijena nešto niža na tržištu, ali i dalje primjerena njegovoj reputaciji, tartufi smatraju temeljem gastronomskog prestiža. Tjestenina s tartufima, posebno domaći fuži, nezaobilazno je jelo za svakog gurmana i posjetitelja. Rižoto s tartufom u kombinaciji s mladim istarskim maslinovim uljem čini Istru nezaboravnom. Tartufi u fritaji (kajgani) i tartufi na svježe pečenom ombolu vrhunac su priče o tartufima u Istri.

### **13.1. Zigante tartufi**

Tartufi su vrsta jestivih gljiva koje rastu ispod površine zemlje, obično u blizini korijenja stabala poput hrasta, bukve, topole, vrbe i brijesta. Imaju oblik gomolja i često se uspoređuju s krumpirom. Obično narastu od veličine trešnje do veličine jabuke, iako se ponekad mogu pronaći i znatno veći primjerci, kao što je poznati Zigante Millenium težak 1310 grama. U kulinarskom svijetu, najpopularnije su dvije osnovne vrste tartufa: crni i bijeli. Tartufi rastu diljem Europe, Azije, Sjeverne i Južne Amerike, ali Francuska

i Italija se smatraju najznačajnijim nalazištima. U Hrvatskoj, najpoznatije nalazište tartufa je u dolini rijeke Mirne u Istri.

Berba tartufa se odvija tek kad su potpuno zreli. Stručnjaci tartufari, poznati i kao tartufolovci, koriste posebno obučene pse koji njuhom pronalaze tartufe. Ranije su svinje bile korištene za tu svrhu, ali danas je to rijetkost jer one često pojedu pronađene tartufe. Kada pas pokaže mjesto tartufa kopanjem šapom, dobiva nagradu, a tartufolovac pažljivo iskopa gljivu kako je ne bi oštetio. Zatim ponovno zatvori rupu kako bi omogućio rast novih tartufa kroz razvoj novih korijenja. Nakon berbe, tartufi se peru, sortiraju i ocjenjuju prema mirisu, veličini, obliku i ukupnom dojmu. Ponekad se tartuf zareže tijekom ocjenjivanja kako bi se vidjela boja unutrašnjosti. Kada su sortirani i očišćeni, tartufi se pakiraju za transport. Tartufi se mogu opisati kao gurmanske gljive jer imaju snažan, intenzivan i zemljani miris koji jelu daje jedinstven okus. Koriste se u malim količinama koje su dovoljne da pretvore svako jelo u gurmansko iskustvo. Aroma tartufa teško se može opisati, a asocijacije variraju od "miris šumske podloge" i "mješavine čokolade i zemlje" do "starih čarapa", a često se povezuje i s epitetom erotičnosti. Unatoč različitim komentarima, potražnja za tartufima uvijek je mnogo veća od ponude, što rezultira cijenom koja može doseći i nekoliko tisuća eura po kilogramu. Tuber borchii, također poznat kao bianchetto, jestivi je tartuf izuzetnih kulinarskih kvaliteta. Smatra se "rođakom" bijelog tartufa Magnatum Pico. Početni miris mu je blag, kasnije prelazi u lagane tonove češnjaka. Okus je blago pikantan s notama gljiva. Borchii ima glatku i čistu koru, nijanse variraju od svijetlo oker do tamno narančaste. Koristi se za aromatiziranje tradicionalnih recepata i jelovnika, izvrstan je za predjela od mesa i ribe.

Tuber Aestivum, poznat i kao ljetni tartuf, veže se uz korijenje nekoliko vrsta stabala: hrasta, bukve, topole, bora i lipe. Vanjski izgled ovog tartufa je tamne boje s izraženom piramidalnom korom. Glavna razlika u odnosu na zimski tartuf Tuber Melanosporum je unutarnjeg karaktera. Naime, zimski tartuf je kremaste boje s tonovima lješnjaka. Ljetni tartuf je manje aromatičan od zimskog tartufa, ali ima nježnije sofisticirane arome. To je iznimno gurmanski sastojak, koji je cjenovno povoljniji od zimskog tartufa. Zbog svojeg nježnog okusa nudi širok spektar kulinarskih mogućnosti i savršeno se nadopunjuje jelima od mesa, ribe, sezonskim namirnicama i salatama.

Tuber Uncinatum je najrasprostranjeniji jestivi tartuf u Europi. Ima sličnu molekularnu strukturu kao i Aestivum, ali preferira sjenovite lokacije, što rezultira razlikom u okusu, mirisu i morfologiji spora. Vrijeme sazrijevanja tartufa je između rujna i siječnja.

Tuber Magnatum Pico je bijeli tartuf iz Istre i jedan od najpoznatijih u svijetu koji privlači mnoge gurmane i stručnjake za kulinarstvo. To je najprestižniji jestivi tartuf na svijetu. Magnatum Pico raste uz korijenje stabala poput topole, vrbe, lijeske i hrasta, a vrijeme njegovog rasta je vrlo kratko - od listopada do prosinca. Vanjski sloj tartufa je glatke oker-žute boje, ponekad s rustikalnim svijetlo crvenim mrljama. Unutarnji dio je čvrst, na početku bijel, a zatim blijedožut, oker smeđ, crvenkasto smeđ, s mnogim tankim bijelim linijama. Ima intenzivan miris i snažan, ali ugodan okus.

Tuber Melanosporum je znanstveno ime za crni tartuf, poznat i kao najprestižniji crni tartuf. Melanosporum ima kuglasti oblik s smeđo-crnom vanjskom korom i crvenkasto-crnom unutarnjom masom koja je izbrazdana svijetlim i tankim žilama. Od svih varijanti crnog tartufa, smatra se najvrijednijim zbog izvrsnog okusa koji dolazi do izražaja nakon termičke obrade (kuhanja). Značajno obogaćuje okus ribe, mesa, tjestenine, juha i pruža intenzivnu aromu tijekom kuhanja.

Jedna zanimljivost o tartufima je da se svježi tartufi ne ljušte niti jedu cijeli, već je najbolje naribati ih na tanke listiće. Tartufi se nazivaju dijamantima kuhinje, vilinskim jabukama, crnom kraljicom, draguljima siromašnih zemalja, mirisnim grumenima i crnim biserima. Još jedna zanimljivost je da tartufi ne nastaju kad munja udari u vlažno tlo, kako su vjerovali stari Grci.

## Zaključak

Smještena na raskrižju različitih utjecaja, Hrvatska je postala skriveni dragulj europske gastronomske scene. Njena eno-gastronomija, vječito spajanje hrane i vina, predstavlja uvjerljiv argument za stvaranje Hrvatske vodećom kulinarskom destinacijom na kontinentu i šire. Od raznolike kulinarske baštine do prekrasnih krajolika i srdačnog gostoprimstva, Hrvatska nudi obilje razloga za istraživanje njenih kulinarskih čuda entuzijastima eno-gastronomije.

Jedan od temelja privlačnosti leži u posvećenosti kvalitetnim lokalnim sastojcima. Zemljin neokrznuti okoliš, obilje plodne zemlje, kristalno čiste vode i blaga klima olakšavaju uzgoj proizvoda. Nerazdvojni dio kulinarskog krajolika Hrvatske je bogata vinska kultura, a pojava vinskog (eno) turizma omogućuje posjetiteljima da urone u srce vinograda, uživaju u degustacijama i steknu uvid u složenu umjetnost proizvodnje vina. Nastajući pokret unutar kulinarske scene Hrvatske je koncept od farme do stola, koji ističe lokalne, organske i održive sastojke. Ova filozofija ne samo da podržava lokalne zajednice i smanjuje ekološki utjecaj, već i obogaćuje ukupno iskustvo blagovanja osiguravajući svježinu i autentičnost. Ispod površine eno-gastronomske ponude Hrvatske leži povijesna i kulturna dubina. Mnoga tradicionalna jela su isprepletana pričama i legendama, povezujući goste s naslijeđem i tradicijom zemlje. Ova dimenzija pretvara čin blagovanja u putovanje otkrića i povezanosti.

Nadalje, šarm eno – gastronomije u Hrvatskoj dodatno je pojačan toplinom njenih ljudi i iskrenim gostoprimstvom. Hrvati su poznati po svojoj prijateljskoj i srdačnoj naravi, stvarajući atmosferu u kojoj se posjetitelji osjećaju kao cijenjeni gosti.

Zaključno, eno – gastronomska ponuda Hrvatske svjedoči o njenom kulinarskom umijeću i kulturnom bogatstvu. S raznolikom kulinarskom baštinom, kvalitetnim lokalnim sastojcima, bogatom vinskom kulturom, slikovitim krajolicima i iskrenim gostoprimstvom, Hrvatska je predodređena da postane vodeća kulinarska destinacija u Europi. Putovanje kroz njene okuse simfonije je okusa i iskustava koja obećava neizbrisiv trag na nepcu i srcu svakog putnika.

## Literatura i izvori

1. Selektivni oblici turizma, Branislav Rabotić, Visoka turistička škola strukovnih studija 2013.
2. Menadžment selektivnih oblika turizma, Stanko Geić, Split 2011.
3. Selektivni turizam, uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa, Tonka Pančić Kombol, Tmcp Sagena Matulji, 2000.
4. Istra kroz tri generacije, Ivona Orlić, izdanja etnografskog muzeja Istre, Pazin 2013.
5. Turizam od davnina u Istri do danas, Alida Perkov,
6. Istarski vinski podrumi, iće&piće edition, Zagreb 2017.
7. Neodoljiva Hrvatska, Lux,
8. Vina & Restorani Hrvatske, Folka d.o.o., Zagreb 2017.
9. Znanstveno – stručni časopis Turizam, 51 vol., br. 1/2003/1-112
10. Hrvatska vina i vinske ceste, dr.sc. Ljiljana Gašparec – Skočić, mr. sc. Jole Bolić, Golden marketing – tehnička knjiga, Zagreb, 2006.
11. Dobri restorani u Hrvatskoj, Publicitas
12. Vodič kroz hrvatske gastro ikone, Gastronomadi 2007.
13. Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj, Katarina Drpić mag.oec. i Marko Vukman mag.oec., stručni rad, Split 2014.
14. Moderni trendovi u prehrani i njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju, Rikard Bakan, mag.oec. i Davor Salopek, stručni rad, Virovitica 2015.
15. More i turizam – Kulinarstvo dio kulture življenja i duhovne baštine u Hrvatskoj turističkoj ponudi, Ana Žaper, pregledni članak
16. [www.relaischateaux.com](http://www.relaischateaux.com)
17. [www.roxanich.com](http://www.roxanich.com)
18. [www.marriot.com](http://www.marriot.com)
19. [www.cubanfoodla.com](http://www.cubanfoodla.com)
20. [www.winebox.valparaiso-hotels.com](http://www.winebox.valparaiso-hotels.com)
21. [www.mybestplace.com](http://www.mybestplace.com)
22. [www.oleumhistræe.com](http://www.oleumhistræe.com)
23. [www.chianti.com](http://www.chianti.com)
24. [www.zigantetartufi.com](http://www.zigantetartufi.com)

## **Sažetak**

Tema ovog diplomskog rada je selektivni oblik turizma odnosno eno gastronomski turizam, na primjeru Istarske županije. Eno gastronomija se odnosi na umjetnost spajanja iskustava hrane i vina. Kroz poglavlja ovog rada predstavljene su blagodati poput lokalnih sastojaka, maslinovog ulja, tartufa kojima Hrvatska obiluje, zatim, vinska kultura, kulinarski festivali te najpoznatije vinarije i vinoteli kako u Istri tako i ostatku Europe tj. svijeta. Može se reći da eno – gastronomija Hrvatske spaja povijest, krajolik, okuse i gostoprimstvo stvarajući vodeću kulinarsku destinaciju u Europi.

### *Ključne riječi:*

Eno gastronomski turizam, iskustvo hrane i vina, lokalni sastojci, maslinovo ulje, tartufi, vinska kultura, kulinarski festivali, vinarije, vinoteli, kulinarska destinacija

## Summary

The topic of this master's thesis is a selective form of tourism, namely eno – gastronomic tourism, using the example of the Istrian County. Eno-gastronomy refers to the art of combining food and wine experiences. Throughout the chapters of this thesis, the benefits of local ingredients, such as olive oil and truffles that Croatia abounds in, as well as wine culture, culinary festivals, and the most renowned wineries and wine hotels in both Istria and the rest of Europe, i.e. the world, are presented. It can be said that Croatia's eno-gastronomy blends history, landscape flavors, and hospitality, creating a leading culinary destination in Europe.

*Keywords:* local ingredients, olive oil, truffles, wine culture, culinary festivals, wineries, wine hotels, hospitality, culinary destination