

Eno-gastronomski turizam

Hemperger, Mihaela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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:137:729510>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-12**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

MIHAELA HEMPERGER

ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM

Diplomski rad

Pula, 2023. g.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

MIHAELA HEMPERGER

ENO-GATRONOMSKI TURIZAM

Diplomski rad

Mihaela Hemperger, izvanredni student

JMBAG: 0303065847

Smjer: Turizam i razvoj

Kolegij: Sociologija turizma

Mentor: izv. prof. dr. sc. Mauro Dujmović

Pula, kolovoz, 2023. g.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana, Mihaela Hemperger, 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 nekoga necitiranoga 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.

Studentica:

U Puli 16.05.2024.



IZJAVA

o korištenju autorskoga djela

Ja, Mihaela Hemperger, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom Eno-gastronomski turizam koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjelovit 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 sa Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli 16.05.2024.

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD	6
2. TURIZAM I SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA.....	8
2.1. DEFINIRANJE TURIZMA I TURISTA.....	8
2.2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA.....	10
2.3. VRSTE SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA	11
3. ENO–GASTRONOMSKI TURIZAM.....	16
3.1. DEFINICIJA ENO-GASTRONOMSKOGA TURIZMA.....	16
3.1.1. GASTRONOMSKI TURIZAM.....	17
3.1.2. VINSKI TURIZAM.....	20
4. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM HRVATSKE	22
4.1. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM ISTRE	22
4.1.1. GEOGRAFSKI POLOŽAJ ISTRE	33
4.2. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM ISTRE	37
4.3. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM SLAVONIJE I BARANJE	44
4.3.1. GEOGRAFSKI POLOŽAJ SLAVONIJE (SLAVONIJE, BARANJE I SRIJEMA)	
53	
4.4. PRIMJERI ENO-GASTRONOMSKOGA TURIZMA SLAVONIJE I BARANJE	55
5. ANALIZA ENO-GASTRONOMSKOGA TURIZMA.....	58
5.1. SWOT ANALIZA ISTRE	59
5.2. SWOT ANALIZA SLAVONIJE	61
6. ZAKLJUČAK.....	65
7. POPIS LITERATURE.....	67
SAŽETAK.....	73
SUMMARY	74

1. UVOD

Turizam je danas gospodarska grana koja se svakim danom sve više razvija i promovira. Razvojem automobila, aviona, vlakova, postalo je lakše doći od točke A do točke B te je svaki čovjek, koji si je mogao priuštiti makar kratko putovanje – krenuo na putovanje. Zahvaljujući sve učestalijim putovanjima dolazi do pojave masovnog turizma zbog čega pojedinačno, dolazi do kreiranja novih vrsta turizma, tzv. specifičnih oblika turizma (selektivnih oblika turizama). Selektivni turizam je ekološki osviješten, socijalno odgovoran, kulturno izvoran, etički vrijednosan, tržišno konkurentan i ekonomski profitabilan turizam.

Promjene navika u objedovanju, ispijanju kava i pića, donose i promjene u životu, promiče se kultura kuhanja ni iz čega u nešto. Podiže se svijest o tradicionalnim kuhinjama svijeta što podrazumijeva posjet određenoj destinaciji gdje je primarni cilj kušanje i upoznavanje autohtonih proizvoda, nacionalne hrane – gastronomije. Hrana je danas neizostavan dio svakodnevnice pa tako i putovanja, ali isto tako hrana može biti i cilj putovanja. Gastronomski turizam postaje jedna od glavnih i brzorastućih komponenti atraktivnosti turističke destinacije gdje se uz takav oblik turizma javlja i atraktivnost ispijanja lokalnoga pića. Uz gastronomski turizam razvija se vinski turizam te se spajaju u jedno – lokalna kuhinja i lokalna vina čine spoj savršenih okusa za nepce. Vinski se turizam javlja u svim dijelovima svijeta, ali se samo određene regije mogu pohvaliti izvrsnim, svjetskim poznatim vinima. Za primjer možemo uzeti kako su Iločki podrumi postali svjetski poznati nakon što se njihov Traminac ispijao na engleskome dvoru za vrijeme krunidbe Elizabete II., a nakon toga i na krunidbi Charlesa III. Traminac je samim time i ojačao vinski turizam u Slavoniji, ali kako je hrana dio svakodnevnice, počeo se razvijati u sve većoj mjeri i eno-gastronomski turizam.

Cilj rada je istražiti ulogu i značaj eno-gastronomskoga turizma u turističkoj ponudi dvije Hrvatske regije – Istre i Slavonije, Baranje i Srijema.

Rad se sastoji od šest poglavlja. Prvo poglavlje se odnosi na uvodni dio rada u kojemu se opisuje tema diplomskoga rada i što je obuhvaćeno u radu. Zatim slijedi

poglavlje u kojemu se opisuje turizam, definicija turizma, uz objašnjene selektivnih oblika turizma, te prikazivanje vrsta selektivnih turizama koje su se do danas razvile pod utjecajem turističke potražnje.

U trećemu poglavlju se obrađuje tema eno-gastronomskoga turizma, definira se što je to. Dodatno su objašnjeni termini gastronomskoga i vinskoga turizma.

Četvrto poglavlje obrađuje temu eno-gastronomskoga turizma u Hrvatskoj pri čemu su opisane dvije regije – Istra i Slavonija, Baranja i Srijem. Dodatno se, zbog razumijevanja turističke destinacije objašnjava i približava geografski položaj odabranih regija. Uz prikaz primjera eno-gastronomskoga turizma u odabranim regijama dolazi se do zaključka o ukupnoj situaciji i promociji same slike turističke destinacije te koliko još ima prostora za napredak.

Za predzadnje nam je ostala SWOT analiza koja je poslužila za analizu dviju odabranih regija. Iz suprotnosti treba učiti, učeći na tuđim greškama, i pokušati poboljšati sebe. Kraj poglavlja sadrži sugestije za poboljšanje razvoja eno-gastronomskog turizma u analiziranim regijama.

Rad se završava s ukupnim zaključkom rada i popisom korištene literature, slika i tablica.

Pri pisanju rada korištene su metode analize i komparacije.

2. TURIZAM I SLEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Putovanje spada u jednu od najstarijih pojava na svijetu. Još od davnina putovanje je povezano s lovom, trgovinom ili ratnim pohodima. U novije se doba putovanje povezuje s turizmom podrazumijevajući prvenstveno odmor i užitak.

Turizam je pojam s kojim se u današnje vrijeme svakodnevno susrećemo. Premda je uvriježeno mišljenje kako se pod pojmom turizam većinom misli na putovanja usmjerena k blagodatima mora, radi odmora, turizam je ipak puno više od toga, stoga ga je teško jednoznačno definirati. U radu su navedene neke od definicija koje su relevantnije i češće korištene.

Kako bi se bolje razumio sam rad, u daljnjemu se tekstu navode definicije pojmova: turizam, turist, putnik, slobodno vrijeme i dokolica.

2.1. DEFINIRANJE TURIZMA I TURISTA

Turizam je dio naše svakodnevnice i dio naše sadašnjosti ali i dio budućnosti našega planeta. Dok sadašnjost možemo spoznati i analizirati, dotle o budućnosti možemo s više ili manje realnosti prosuđivati trudeći se pri tom da u ovim pokušajima ostanemo u granicama znanstvenoga pristupa kako bi znanstveno osnovane ocjene prethodile konkretnim akcijama i postupcima koji trebaju voditi uspješnu sutrašnjicu.¹

Fenomen turizma rezultat je tri osnovna uvjeta za njegov nastanak: napornoga rada i potreba za odmorom, stvaranje financijskih viškova u obitelji te definiranje određenoga vremena u kojem će biti obuhvaćen onaj glavni element - odmor.² Turizam danas definiramo na razne načine, svaka osoba ima svoj vid i doživljaj turizma. Za neke je turizam putovanje, za druge doživljaj - atrakcija, privremeni boravak izvan mjesta stanovanja, jednima je turizam važna gospodarska grana dok će nekima turizam biti rekreacija.

Danas je turizam postao jedna od ekonomsko-društvenih pojava, no posljednjih je godina postao i masovna pojava. Upravo zbog velike popularnosti turizam je postao

¹ Vukonić, B., Keča, K., *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2001., str. 3.

dio svakidašnjega života, često glavna tema razgovora, pogotovo u priobalnim područjima.

Riječ turizam se prvi put spominje prije dva stoljeća odnosno u 19. stoljeću. U literaturi i na raznim internetskim stranicama moguće je pronaći brojne definicije turizma, ali najčešće korištena definicija turizma jest definicija AIEST-a (Međunarodno udruženje znanstvenih turističkih stručnjaka) koja kaže da je turizam: „Skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekoga mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.“³

Bitno je i spomenuti definiciju turizma prema Vukoniću u kojoj se kaže da turizam treba promatrati kao posebno uvjetovanu migratornu pojavu u prostoru i među ljudima koja na obje strane i u njihovu međusobnom odnosu stvara brojne posljedice različitoga karaktera i različitoga predznaka (pozitivnoga i negativnoga).⁴

Turizam je područje ljudske aktivnosti koje se ubrzano razvija, što se odražava kako na gospodarstvo neke zemlje tako i na socijalne uvjete života. Što su ti uvjeti bolji, potencijalni turisti lakše će donijeti odluku o izboru destinacije u kojoj žele provesti odmor. Susretanje turističke ponude i potražnje razvija gospodarsku makroekonomsku aktivnost u smislu stvaranja instrumentarija i davanja važnosti turizma u razvojnim politikama zemalja.⁵

Turizam je danas toliko rasprostranjen da još jedva ima na svijetu ljudi koji odmah ne bi prepoznali turista. Stereotip turista je danas pomalo smiješan: neobično odjeven, s fotoaparatom oko vrata, neupućen, pasivan, plitak i lakovjeran stranac.⁶

Turist je prije svega putnik koji je samovoljno i dragovoljno odlučio napustiti svoje mjesto stalnoga prebivanja. Međutim, svaki putnik nije turist, no svaki turist jest putnik. Turist danas postaje sve moderniji te želi doživjeti nova iskustva koja su različita od njegovoga uobičajenog životnog tempa, nešto drugačije od okruženja u kojemu se kreće. Tako postaju sve popularnija kratka i kružna putovanja na kojima se najbrže može doživjeti najviše.

³ Kalmeta, R., *O nazivima turist, turizam i turizmologija*, str. 49

⁴ Vukonić, B., Keča, K., op.cit., str. 17.

⁵ Gržinić, J., *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zelina d.d., Pula, 2014., str.16.

⁶ Who is a tourist?, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507.x> (pristupljeno 20. kolovoza 2023.)

Turizam danas postaje sve važnija gospodarska grana brojnih zemalja jer sve turističke aktivnosti imaju snažan utjecaj na ekonomski razvoj pojedine države (na povećanje i razvoj BDP-a države), infrastrukturno poboljšanje, ali također i društveni razvoj same države. Turizam je povezan i s ostalim gospodarskim granama te se razvitkom turizma otvaraju nova radna mjesta za nezaposlene. Svakoj je državi cilj razviti cjelogodišnji turizam, gdje će se radna mjesta zadržati tijekom cijele godine, a ne samo sezonski na nekoliko mjeseci.

2.2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Selektivni turizam, kao pojam, javlja se u stručnoj hrvatskoj literaturi početkom devedesetih godina prošloga stoljeća od strane nekolicine hrvatskih turističkih znanstvenika. Tome su pojmu prethodili neki slični pojmovi, a osnovni je cilj bio razvrstavanje turističkih vrsta kao suprotnost masovnome turizmu.⁷ Selektivni se turizam može naći i pod drugim nazivima poput suvremeni turizam, specifični oblici turizma, „soft“ turizam, turizam posebnih interesa, tematski turizam... Turistička ponuda i kretanja se dijele na vrste i selektivne oblike turizma. Vrste su se turizma definirale određenim kriterijima dok su se selektivni oblici turizma obilježili specifičnim motivom (zadovoljavanje posebnih želja i potreba suvremenoga turista) koji privlači turiste k određenoj lokaciji (destinaciji), npr. gastronomski je turizam obilježio motiv hrane, gastronomije. Upravo iz razloga što se selektivni oblici turizma orijentiraju na manje segmente, usmjereni na individualne potrebe turista, takav se turizam razvio kao suprotnost masovnome turizmu. Potražnja za specifičnim oblicima turizma sve više raste te je potrebno ulagati u njegov razvoj kao i u razvoj turističke ponude.

Selektivni turizam predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u suvremenome turizmu uzrokovane masovnim „hard“ turizmom i njegovom infrastrukturom. Suvremeni teoretičari turizma nalaze odgovor upravo u razvoju alternativnih (selektivnih) oblika „oft“ turizma odnosno putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična. Tako navedeni oblici turizma, koji se u literaturi nazivaju još odgovornim turizmom, individualnim turizmom, turizmom posebnih oblika (interesa), alternativnim turizmom i sl., predstavljaju suprotnost negativnostima što ih je donio masovni

⁷ Luković, T., *Selektivni turizam, hir, ili znanstveno istraživačka potreba, za časopis „Acta turistica“*, Zagreb

turizam, a cilj im je potpunije zadovoljavanje posebnih želja i potreba suvremenih turista.⁸

Neke od definicija koje objašnjavaju selektivni turizam, govore da se selektivni turizam može razumjeti kao generički pojam kojim se obuhvaćaju svi oblici turizma što se u novije vrijeme sve više razvijaju te sve jasnije pokazuju obilježja po kojima se razlikuju od masovnoga turizma.

Važno je obilježje selektivnih turističkih vrsta disperzija odnosno diversifikacija ponude i turističkih proizvoda. Velik je broj proizvoda turističke ponude prilagođen manjim skupinama turista/potrošača. Njihov je životni vijek relativno kratak i ta karakteristika je ciljno postavljena. U tome se procesu realizira: zadovoljenje potreba turista, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda.⁹

2.3. VRSTE SELEKTIVNIH OBLIKA TURIZMA

Danas razlikujemo nekoliko vrsta turizama. Turizam se počeo razvijati prema načinu na koji pojedinac provodi svoje slobodne vrijeme. Vrste turizama možemo gledati prema trajanju turističkoga obilaska destinacije (boravka u destinaciji), zatim prema prostoru gdje se odvija turizam, postoje i dobne vrste turizma, godišnje te intenzitet korištenja. Današnja je najpoznatija podjela turizma prema motivaciji putovanja.

1. Turizam prema trajanju boravka turista dijeli se na:

- a) boravišni turizam – vrsta turizma u kojem turist u jednome smještajnom objektu ostvari najmanje tri uzastopna noćenja. Ujedno je to i najniži broj noćenja na temelju kojega se rade aranžmani s uslugom punoga pansiona
- b) izletnički turizam – turizam koji podrazumijeva aktivnosti turista prema određenome atraktivnom resursu u trajanju do unutar 24 sata. Ova se podskupina još dijeli na dnevne i poludnevne izlete
- c) vikend turizam proistječe iz spoznaje da je tjedno slobodno vrijeme pojedinca raspoloživog za dokoličarske aktivnosti sve dulje pa su odlasci na vikend-
- d) -turistička putovanja za pružatelja usluga potrošački vrlo interesantni. Najčešće obuhvaćaju aranžmane bazirane na dva noćenja.

2. Turizam prema stupnju mobilnosti turista dijelimo na:

⁸ Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 222.

⁹ Luković, T., op.cit.

- a) stacionirani – volja turista za stacionarnim boravkom u određenoj turističkoj destinaciji u kojoj boravi većinu vremena
- b) mobilni je potpuno suprotan od prethodnoga jer podrazumijeva neprekidno kretanje turista i kratko zadržavanje u pojedinim turističkim destinacijama radi noćenja, obroka, razgledavanja, posjete izložbama. Ovo je najskuplja vrsta za turiste jer se noćenje ne temelji na skupnoj već na pojedinačnoj usluzi. Za takvoga je turista potrebna razvijena cestovna i priobalna infrastruktura te posjedovanje vozila odnosno plovila (krstarenje, turističke ture...).

3. Turizam prema nacionalnoj pripadnosti turista:

- a) domaći turizam podrazumijeva odlazak turista u neku turističku destinaciju koja se nalazi unutar granice zemlje domicila
- b) međunarodni turizam označava odlazak turista izvan zemlje domicila u turističku destinaciju koja se nalazi u nekoj drugoj zemlji.

4. Turizam prema prostornome obuhvatu:

- a) lokalni turizam uključuje kretanje turista na lokalnoj razini, tj. najveći broj pripadnika turističke potražnje su ljudi s prostora jedne lokalne zajednice, npr. odlazak u neko svetište
- b) regionalni turizam označava putovanje turista u smjeru atraktivnih resursa na prostoru jedne regije. S obzirom na položaj regije to može biti odlazak u priobalne prostore
- c) nacionalni turizam obuhvaća kretanje turista unutar granica jedne zemlje i to na takva mjesta na kojima nije potrebno prelaziti granicu teritorija jedne zemlje
- d) međunarodni turizam je turizam globalnih razmjera gdje se pojedinci ili grupe turista kreću prema atraktivnim resursima od međunarodnoga značenja.

5. Turizam prema dobnoj skupini:

- a) dječji turizam je organizirana vrsta grupnih putovanja za djecu do 14 godina
- b) omladinski turizam je također organizirana vrsta grupnih putovanja za omladinu koja uključuje organizaciju širokog izbora
- c) obiteljski turizam uključuje turiste od 18 do 60 godina gdje su većinom obiteljski ljudi, ovo je najveći segment
- d) umirovljenički turizam ili „turizam treće dobi“ obuhvaća segmente turističke potražnje koji je pružateljima usluga sve interesantniji.

6. Turizam prema prostoru na kojem se odvija turističko putovanje:

- a) primorski se turizam odvija u turističkim destinacijama lociranim na samome priobalju s korištenjem mora kao osnovnoga prirodnog resursa kroz najšire oblike aktivnosti
- b) planinski se turizam odvija u turističkim destinacijama lociranim uz ili na velikim planinskim masivima koji tijekom zime imaju dovoljno dugo snježni pokrivač dovoljan za višemjesečni boravak turista
- c) termalno-kupališni turizam je vrsta turizma koja se odvija na prostorima uz termalne izvore, a pogodna su za aktivnosti vezane uz liječenje
- d) jezerski turizam je razvijen na područjima koja imaju prirodna obilježja i široke mogućnosti provođenja aktivnoga odmora
- e) seoski turizam je karakterističan po očuvanju kulturno-povijesnoga identiteta, običaja i tradicije ruralnih krajeva. Ovakav je oblik turizma privlačan domaćim i inozemnim turistima, obiluje prirodnim okolišem, zdravom hranom i čistim zrakom te je aktivan tijekom cijele godine
- f) gradski turizam je boravak u velikim gradskim konglomeratima i relativno je nova vrsta turizma.

7. Turizam prema načinu organizacije putovanja:

- a) individualni turizam je turizam gdje se turisti kreću u vlastitome aranžmanu, prema vlastitim spoznajama
- b) organizirani turizam je vrsta turizma koja obuhvaća grupu turista koji su organizaciju svoga odmora potpuno prepustili nekome drugom, najčešće turističkome posredniku (turističke agencije)
- c) mješoviti turizam je turizam gdje pojedinac ili grupa turista putuje u vlastitome aranžmanu, ali pri tome koristi putničku agencije ili joj prepušta organizaciju jednoga dijela svoga putovanja.¹⁰

S obzirom da je turizam vrlo složena i slojevita društveno-ekonomska pojava danas su se razvile mnoge vrste turizama prema motivaciji turističkoga putovanja te tako postoji podjela na:

- Kulturni turizam
- Ekoturizam
- Ruralni turizam

¹⁰ Pirjevac, B., *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb, 2002., str. 12.-15.

- Pustolovni turizam
- Zdravstveni turizam
- Wellness turizam
- Medicinski turizam
- Poslovni turizam
- Gastronomski turizam
- Obalni, primorski i turizam na unutarnjim vodama
- Gradski turizam
- Planinski turizam
- Turizam obrazovanja
- Sportski turizam.¹¹

Također je Rabotić napravio i svoju podjelu vrsta turizama prema motivaciji:

- Ekoturizam
- Ruralni turizam
- Lovni turizam
- Sportski, avanturistički i biciklistički turizam
- Zdravstveni turizam
- Volonterski turizam
- Poslovni turizam
- Turizam događaja
- Gastronomski i vinski turizam
- Urbani turizam
- Kulturni turizam
- Vjerski i duhovni turizam
- Mračni turizam.¹²

Danas nastaju i nove vrste turizama poput: atomski turizam, boat sharing, dentalni turizam, eksperimentalni turizam, ekstremni turizam, Halal turizam, književni turizam, kongresni turizam, kreativni turizam, LGTB turizam, luksuzni turizam, modni turizam, motociklistički turizam, opskurni turizam, politički turizam, porođajni turizam, ratni

¹¹ Belošević, B., i drugi, *Konkurentnost turističke destinacije i vrste turizma: Prijedlog prijevod UNWTO-ovih definicija*, Zagreb, 2018., str. 3. , https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180926_unwto_definicije.pdf (pristupljeno 16. rujna 2023.)

¹² Rabotić, B., *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2013., str. 5.

turizam, seks turizam, set-jetting, svemirski turizam, shopping turizam, turizam rekreacijskih droga, virtualni turizam, znanstveni turizam...

Različiti su motivi posjete određenoj destinaciji, stoga je teško napraviti jasnu podjelu vrsta turizma, što je vidljivo i u definiranju vrsta podjela kod različitih autora..

Vrsta turizma, koja je tema ovoga rada, jest eno-gastronomski turizam. Eno-gastronomski turizam je spoj gastronomskoga i vinskoga turizma koji je nastao iz želje turista za spajanjem ugodnoga s korisnim. U daljnjem će se dijelu rada pobliže objasniti eno-gastronomski turizam.

3. ENO–GASTRONOMSKI TURIZAM

U današnje vrijeme dolazi do sve veće potražnje za upoznavanjem lokalnoga života, uključujući degustaciju hrane i vina određenoga kraja, što dovodi do razvoja eno-gastronomskoga turizma.

U sljedećim poglavljima definirat će se što je to eno-gastronomski turizam, povijest i koja su njegova obilježja. Također će se objasniti što je to vinski turizam, a što gastronomski turizam i njihova povijest.

3.1. DEFINICIJA ENO-GASTRONOMSKOGA TURIZMA

Gastronomija je danas puno više od same hrane – ona je odraz kulture, tradicije, ljubavi, kulturne baštine i razgovora lokalnih ljudi. Hrana i piće su poveznica lokalne zajednice – ljudi se sastaju na feštama, slavljinama gdje se na tradicionalan način priprema hrana koja se poslužuje uz piće, a time se ljudi povezuju i prenose tradiciju s koljena na koljeno.

Vino i gastronomija predstavljaju priliku za revitalizaciju i diversifikaciju turizma, promiče se lokalni gospodarski razvoj, uključuju se različiti profesionalni sektori (proizvođači, kuhari, tržišta i dr.) te donose nove koristi za primarni sektor. Ova vodeća uloga vina i gastronomije prilikom izbora odredišta za turističku potrošnju, rezultirala je rastom ponude temeljene na visokokvalitetnim domaćim proizvodima i konsolidaciji odvojenih tržišta hrane i vinskoga turizma.¹³

Eno-gastronomski turizam smatra se podvrstom kulturnoga turizma te predstavlja kombinaciju enofilskoga, vinskoga i gastronomskoga, odnosno kulinarskoga turizma. To je vrsta putovanja koja je motivirana uživanjem i upoznavanjem gastronomije i vina određene destinacije, a uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremanju jela, kupovinu proizvoda koji su u vezi s hranom i pićem, organizirane posjete vinskim podrumima i proizvodnjama uz degustaciju te pohađanje tečajeva kuhanja. Možemo reći kako je eno-gastronomski turizam vrsta kulturnoga turizma jer kuhinja i vina predstavljaju proizvode lokalnih kuhinja, a tradicionalni načini

¹³ Razvoj i menadžment eno – gastro turizma, <https://www.htz.hr/hr-HR/poslovna-dogadjanja/edukacije/edukacija-2014/razvoj-i-menadzment-eno-gastro-turizma> (pristupljeno 02. rujna 2023.)

pripremanja hrane predstavljaju nematerijalnu kulturnu baštinu. Enogastronomski turist je osoba koja putuje kako bi probala proizvode lokalne kuhinje i vino karakteristično za neku zemlju ili regiju te takvim turistima hrana i vino predstavljaju turističku atrakciju.¹⁴

Gastronomski i vinski ili enogastronomski turizam podrazumijeva posjet destinaciji čiji je primarni cilj zadovoljiti interese za lokalnu, nacionalnu ili regionalnu gastronomiju, a uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremanju jela, kupovinu proizvoda u vezi s hranom kao i pohađanje tečaja kuhanja.¹⁵

Zahvaljujući današnjoj modernoj tehnologiji – televizijskim emisijama, vijestima, društvenim mrežama (Instagram, TikTok, Facebook, Twitter...), novinama, serijama, i slično, promoviraju se kuhari diljem svijeta čime postižu popularnost kod pratitelja društvenih mreža. S obzirom na njihovu popularnost, neki turisti putuju samo kako bi isprobali njihova jela i popili čašu vrhunskoga vina.

Iako su u prošlosti putnici konzumirali lokalnu hranu u mjestima koja su posjećivali, gastronomski je turizam novijega podrijetla. Kombinacija putovanja, hrane i vina stekla je popularnost početkom 19. stoljeća s otvaranjem prvih restorana, ali zbog visokih troškova bila je dostupna uglavnom elitnim putnicima.¹⁶

Danas razni čimbenici utječu na razvoj takvog turizma. Mnogi se ljudi danas okreću zdravoj prehrani, vegetarijanskoj i dijetalnoj, stoga su hoteli i ugostiteljski objekti oni koji se moraju prilagođavati trendovima kako bi zadržali goste te privukli nove.

3.1.1. GASTRONOMSKI TURIZAM

Gastronomija (gastro- + -nomija) je vještina priređivanja jela, stručno poznavanje različitih jela i načina njihova pripremanja razvijeno do umijeća; kult birane hrane i kulinarskog znanja.¹⁷

Gastronomski turizam čini neodvojiv dio lokalnoga života i oblikuje se kroz povijest, kulturu, gospodarstvo i društvo jednoga područja. To nosi prirodni potencijal da

¹⁴ Geić, S., op.cit., str. 335-336.

¹⁵ Rabotić, B., op.cit., str. 147.

¹⁶ Rabotić, B., op.cit., str. 148.

¹⁷ Hrvatska enciklopedija – gastronomija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=21351> (pristupljeno 03. rujna 2023.)

obogati iskustvo posjetitelja, uspostavljajući direktnu vezu s regijom, njezinim stanovnicima, kulturom i naslijeđem.¹⁸ Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira gastronomski turizam kao vrstu turističke aktivnosti koju karakterizira iskustvo posjetitelja povezano s hranom i srodnim proizvodima te aktivnostima tijekom putovanja.

Hrana ima važno mjesto u promociji cjelokupnoga turizma i destinacije. Klimatski uvjeti, kultura i povijest nekoga područja oblikuju i karakter hrane, zato se gastronomija često promatra kao podsektor kulturnoga turizma, tj. kulturnoga naslijeđa. Gastronomski je turizam još uvijek vrsta putovanja manjine, a kulinarsko znanje i preferencije sudionika imaju i odluku o ekskluzivnosti tj. statusnoga simbola.

19

Gastronomija je jedan od sektora koji je vrlo cijenjen od strane turista. Tijekom putovanja turist je željan otkriti lokalnu kuhinju, otkriti restorane koji su bogati hranom kulturnoga naslijeđa kako bi isprobali okuse lokalnoga stanovništva ili jednostavno rečeno – doživjeti jedinstveno, autentično iskustvo. Uz autentična iskustva u restoranima, gastronomski turizam može uključivati i druge oblike aktivnosti koje su srodne poput posjeta eko selima, domaćim lokalnim proizvođačima i poljoprivrednicima, posjet festivalima, događanjima, lokalnim tržnicama, radionicama, tečajevima, degustacijama i drugim iskustvima vezanim uz hranu.

Gastronomski ili kulinarski turist kao naziv se odnosi na sve one koji putuju da bi probali proizvode lokalne kuhinje karakteristične za neku zemlju ili regiju. Takvim turistima hrana predstavlja turističku atrakciju kao što je to drugima neki kulturno-povijesni spomenik ili prirodna znamenitost.²⁰

Pojam gastronomski turizam postao je zanimljiv turistima koji često planiraju svoja putovanja prema lokalnoj kuhinji – domaćim proizvodima koje žele kušati, a nemaju priliku u svome stalnom okruženju, također ih privlače i gastronomske radionice u koje mogu biti uključeni te s putovanja doći bogatiji za određena znanja. Ponekad,

¹⁸ UNWTO, *Guidelines for the development of gastronomy tourism*, <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957> (pristupljeno 3. 9. 2023.)

¹⁹ Krstulović, K., Sunara, Ž., *Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj*, Visoka škola za menadžment i dizajn – Aspira, Split, 2017., str. 3.

²⁰ Rabotić, B., op.cit., str. 150

čak i ako se ne putuje zbog hrane, ona će biti jedan od ključnih kriterija za odabir destinacije.

Globalni trendovi i ključni parametri za uspjeh, koji mogu biti uključeni u razvoj gastronomskoga turizma, jesu²¹:

- rast tržišta ekonomskoga turizma – povećanje svjetskoga gastronomskog turizma je očigledno
- proizvod je osnova gastronomskoga turizma – prirodni resursi, koji se pretvaraju u turističke proizvode, omogućavaju identifikaciju teritorija s kojega proizvodi dolaze
- kulturno naslijeđe – kultura je skup ponašanja, znanja i navika koje oblikuju društvo zasnovano na osjećaju pripadnosti. Oblik bilo koje gastronomske turističke ponude neće biti održiv ako se ne uzima u obzir kulturološka karakteristika teritorija. Gastronomija omogućava turistima da ostvare uvid u kulturno i povijesno naslijeđe destinacije kroz testiranje, eksperimentiranje i kupovinu gastronomskih proizvoda. Tradicija i inovacija koegzistiraju na prirodan način – gastronomska tradicija je proces koji se stalno razvija, a izazovi za profesionalce su da uklope inovacije i obnove svoje ponude prema potrebama novih potrošača
- kvaliteta – destinacija koja želi promovirati gastronomski turizam, mora raditi na više razina kvalitativnoga plana: zaštititi prepoznatljivost lokalnih proizvoda, razviti konkurentnu ponudu i profesionalnost ljudskih resursa kroz obuku i prekvalifikacije, a sve s ciljem povećanja zadovoljstva korisnika usluga
- komunikacija – destinacija trebati formulirati autentičnu poruku o svojim proizvodima koje nude. Putovanje se promijenilo, turisti su više inspirirani, bolje se informiraju, uspoređuju što im se nudi, a sve se to završi kada turisti svoje iskustvo postave na profile društvenih mreža i ocijene ga
- suradnja – neophodno je da svi sudionici koji su djelovali u okolini (proizvođači, dobavljači, poljoprivrednici, ribari, lovci, kuhari, restorani, itd.), budu uključeni u definiranje i upravljanje proizvodima koje nudi gastronomski turizam

²¹ Zrnić, M., *Gastronomski turizam kao novi vid savremenog turizma*, Visoka hotelijerska škola strukovnih studija, Beograd, str. 528-529

- motivacija – turistička motivacija predstavlja ključni koncept za dizajn i izradu proizvoda i usluga koji predstavljaju vrijednost za turiste. Motivi su povezani sa zadovoljstvom potrošača i smatraju se ključnim elementom u razumijevanju procesa donošenja odluka turista.

Proces globalizacije danas jača konkurenciju među turističkim destinacijama te na takav način destinacije dobivaju na značenju. Upravo zbog toga turisti postaju otvoreniji i znatiželjniji kada je u pitanju gastronomija – hrana. Njihova motivacija za određenu turističku destinaciju dovodi do većega istraživanja destinacije i učenja o lokalnoj hrani koju su željni kušati

3.1.2. VINSKI TURIZAM

Vino je oduvijek bilo simbol blagostanja pa se tako vino smatralo božanskim pićem. U grčkoj mitologiji postoji i Dioniz - bog vina, koji se napio od soka vinove loze, ljudima je podijelio sadnice te ih naučio praviti napitak koji je poticao stvaralačke snage, druželjubivost, ljubav i zabavu. Dioniz se javljao i kao simbol pijanstva i ljubavnoga zanosa.²² U prošlosti su se uz vino objavljivali ratovi i sklapala primirja istih, ali danas se uz vino slave rođendani, rođenja, vjenčanja i razni svečani trenutci u ljudskim životima. Pretpostavlja se da korijeni vina potječu iz Perzije, gdje su Egipćani, Grci, Rimljani ispijali svoja vina bogata alkoholom, ali nerijetko su ih i ublažavali dodavanjem vode.

Vinski turizam podrazumijeva turističko putovanje koje uključuje posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i izložbama vina pri čemu degustacija vina i/ili doživljaj atrakcije vinogradarske regije predstavljaju primarnu motivaciju. Riječ je o specifičnome obliku odmora gdje se degustacija i kupovina vina kombinira s razgledanjem prirodnih ljepota i kulturno-povijesnih spomenika u određenoj destinaciji.²³

Vinski turizam se bazira na posebnim interesima povezanim s vinom te tako turisti mogu biti motivirani ili destinacijom, koja je poznata po određenom vinu, ili aktivnošću

²² Hrvatska enciklopedija – Dioniz, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=15294> (pristupljeno 03. rujna 2023.)

²³ Rabotić, B., op.cit., str. 157.

koje nudi vezano uz vina – kušanje vina. Ovakav vid turizma je iznimno važan za vinare jer na takav način direktno prodaju svoja vina.

Vinski turizam može biti²⁴:

- kulturno-autentičan – uključuje stil života, povezan s vinom i jelom, uz festivale i događanja, vinska sela, graditeljsko naslijeđe
- romantičan – zasnovan na činjenici da vino, jelo i privlačno okruženje potiču romantiku
- edukativan – turisti se žele educirati o vinu i kulturi iz koje potječu.

Najveću korist od vinskoga turizma imaju vinarije koje, zahvaljujući turističkim obilascima, prodaju svoja vina, ali također organiziranjem dodatnih edukacija i kušanja proširuju svoje poslovanje. Vinski turizam uključuje potpuno osjetilno iskustvo: okus (vina i lokalne kuhinje te svježe grožđe), miris (zemlje, grožđa, svježega seoskog zraka, vinskog podruma, travnjaka, cvijeća, zemlje u vinogradima...), dodir (doživljaj proizvodnje vina, boce i čaše, kuhanje s vinom, branje grožđa), vid (vinogradi i modro nebo, lokalna arhitektura, festivali, boja vina), sluh (otvaranje boce, ulijevanje vina u čašu, glazba).²⁵

Vinogradi se većinom nalaze u ruralnim područjima, daleko od velikih prometnica, zavučeni među brdima, stoga se i vinarije nalaze uz vinograde te se može reći da se vinski turizam tretira kao podoblik selektivnoga oblika turizma – ruralnoga turizma. Upravo zbog geografskoga položaja vinograda razvile su se ture poput vinskih cesta. Tura vinske ceste povezuje nekoliko vinograda i vinarija u određenoj regiji gdje se može doživjeti autohtono iskustvo. Takve ture mogu sadržavati i određene prirodne i kulturne atrakcije poput utvrda, manastira, crkava, vinograda, slapova i sl., ali je svaka od ruta namijenjena dovesti do vinarija na kušanje te kupnju karakterističnih vina.

²⁴ Geić, S., op.cit., str. 340.

²⁵ loc. cit.

4. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM HRVATSKE

Primjere eno-gastronomskog turizma možemo pronaći u svim dijelovima svijeta. Danas turisti traže autohtono iskustvo, žele iskusiti lokalni život turističke destinacije koju posjećuju. Teritorij Hrvatske, prema geografskome položaju i povijesnome utjecaju, možemo podijeliti na nekoliko regija, ali isto tako teritorij Hrvatske možemo podijeliti i na gastronomske regije. Hrvatska je zemlja koja se smjestila na raskrižju kultura i civilizacija, zemlja raznolikosti koja se odražava i njezinoj gastronomskoj ponudi te ne čudi činjenica da razlikujemo pet gastronomskih regija: Istra i Kvarner, Dalmacija i Dalmatinska zagora, Gorski kotar i Lika, Slavonija i Baranja te Zagorje, Međimurje i Podravina²⁶.

Gastronomija (grč. *gastronomia* = *gastro* + *nomija*) je poznavanje različitih jela i načina njihova pripravljanja; kult birane hrane i kulinarskoga znanja.²⁷

4.1. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM ISTRE

Burna prošlost Istre ostavila je velik trag i na istarsku kuhinju odnosno gastronomiju. Tijekom prošlosti na ovome prostoru ispreplele su se razne tradicije koje su došljaci donijeli sa sobom. Najveći utjecaj na gastronomiju ostavila je Italija, koja je vladala istarskim poluotokom. Talijani su oplemenili živote lokalnoga stanovništva sjajnom kuhinjom, a pritom je lokalno stanovništvo usvojilo i njihove riječi koje danas možemo čuti ne samo u Istri, nego i izvan Istre po cijeloj Hrvatskoj – pasta milanese, pizza margherita, prosecco, limoncello, tiramisu, espresso, panna cotta, macchiato, affogato, correto, cappuccino, bevanda... Sva jela donose mirise i okuse Italije koje čine temelj istarske kuhinje. Uz istarsku se kuhinju vežu: istarske fuže, pljukanci, domaća tjestenina, koju su izrađivale none, te najpoznatiji – istarski tartuf.

Istarska tradicija nalaže da je naglasak isključivo na prirodnim namirnicama – meso, riba, samoniklo bilje, aromatični začini poput majčine dušice, ružmarina, kadulje, lovora, sezonsko povrće, domaći ovčji i kozji sir i domaći med. Jedan od glavnih

²⁶ Razvoj i podjela Hrvatske gastronomije, <https://narodni.net/razvoj-podjela-hrvatske-gastronomije/> (pristupljeno: 03. rujna 2023.)

²⁷ Istra nekad i sad, https://www.istra.hr/hr/gourmet/istarska-kuhinja/istra-nekad-i-sad?_gl=1*1ipfugr*_up*MQ..*_ga*ODMzNTk1NTU4LjE2OTM3MzgZzgzNzg.*_ga_4VVKPV5SWJ*MTY5Mzc5ODM3Ny4xLjAuMTY5Mzc5ODM3Ny4wLjAuMA.. (pristupljeno 03. rujna 2023.)

sinonima za Istru je istarski tartuf, istarski pršut i domaće ekstra djevičansko maslinovo ulje.

U nastavku se navode i objašnjavaju neke od namirnica i jela po kojima je Istra izuzetno poznata.

Tartuf je vrsta jestive gljive koja raste pod zemljom, najčešće uz korijenje stabala poput hrasta, bukve, topole, vrbe i brijesta. Izgledaju poput gomolja i često ih se izgledom uspoređuje s krumpirom. Uglavnom narastu od veličine trešnje do veličine jabuke, no ponekad se zna pronaći i znatno veći primjerak. U kulinarskom su svijetu najpopularnije dvije osnovne vrste: crni i bijeli tartuf. Tartufi rastu diljem Europe, Azije, Sjeverne i Južne Amerike, no najznačajnijim nalazištima smatraju se Francuska i Italija. Najpoznatije nalazište tartufa u Hrvatskoj je dolina rijeke Mirne u Istri. Potragu ili takozvani lov vodi stručnjak tartufar dok same tartufe pronalaze trenirani psi. Nekada su tartufe pronalazile svinje, no danas je to rijetkost jer sve što pronađu, najčešće i pojedu.²⁸



Slika 1 – Svježi crni tartuf

Izvor: Tartuf u Istri, <https://zigantetartufi.hr/tartuf-u-istri/>

²⁸ Što je to tartuf?, <https://zigantetartufi.hr/sto-je-tartuf/> (pristupljeno 04. rujna 2023.)

Šparoga je jedna od najcjenjenijih samoniklih biljaka koje uspijevaju na području Istre. Divlja šparoga ima počasno mjesto na istarskoj trpezi – vitka i tamna, ona je simbol vitalnosti, zdravlja i užitka za nepce te će u svaku kuhinju unijeti dašak primorskoga življenja. U proljeće divlja šparoga raste u izobilju po šumarcima i livadama uz širi obalni pojas Istre. Finoga, gorkastog okusa i karakterističnog mirisa, šparoga inspirira i vrhunske majstore kuhinje, ne ostajući tek puki sastojak narodne kuhinje.²⁹



Slika 2 - Šparoge

Izvor: Branje šparoga u zelenoj Istri, <https://www.istra.hr/hr/dozivljaji/906>

Maslinovo je ulje tekuće zlato Mediterana. Oduvijek je bilo puno više od obične namirnice, ono je ljekovito, magično te nepresušan izvor očaranosti. Bogatstvo se Istre oduvijek temeljilo na maslinarstvu, tradiciji bogatoj više od dvije tisuća godina. Plodovi masline daju jedno od najzdravijih kapljica ulja. Iako se maslinova ulja proizvodnjom dijele u različite grupe kakvoće, među najzdravijima je ekstra djevičansko maslinovo ulje koje je bogato vitaminima, prirodnim antioksidansima i karotenom.³⁰

²⁹ Samoniklo bilje i šparoge, <https://www.istra.hr/hr/gourmet/istarska-kuhinja/1558> (pristupljeno: 04. rujna 2023.)

³⁰ Maslinovo ulje, <https://www.myporec.com/hr/gastronomija/maslinovo-ulje> (pristupljeno 04. rujna 2023.)



Slika 3 - Maslinovo ulje

Izvor: Kako odabrati i pravilno čuvati najbolje maslinovo ulje?, <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/kako-odabrati-i-pravilno-cuvati-najbolje-maslinovo-ulje---498066.html>

Fuži su tradicionalna istarska tjestenina za čiju se pripremu tijesto tanko razvalja i izreže na rezance širine tri do četiri centimetra te se postave jedne preko drugih. Rezanci se tada prerežu dijagonalno kako bi dobili romboidne oblike. Dva kraja svakoga romba zatim se ovijaju jedan oko drugoga i u sredini se pritisnu tako da izgledaju poput luka. Osim uz umak od tartufa fuži su se tradicionalno posluživali s blagim crvenim junećim umakom koji se obično sprema od luka, rajčice, bijeloga vina i bujona. Sličnu tjesteninu možemo naći i na otoku Krku gdje ju zovu šurlice, ali i u Dalmaciji pod nazivom makaruni. Međutim, istarski su fuži nekako najdalje otišli i smatraju se gastro delicijom.³¹

³¹ Štorija o fužima: Tradicija koja živi i danas, <https://www.turistickeprice.hr/storija-o-fuzima-tradicija-koja-zivi-i-danas/> (pristupljeno 04. rujna 2023.)



Slika 4 - Domaći fuži sa šugom

Izvor: Štorija o fužima, <https://www.turistickeprice.hr/storija-o-fuzima-tradicija-koja-zivi-i-danas/>

Značajnu ulogu imaju i ostale tjestenine poput raviola – tijesto punjeno raznim nadjevima (slani i slatki nadjevi), mogu biti i prelivevi raznim umacima, te pljukanci koji se rade tako što se komadić tijesta stavi između dlanova i oblikujemo ih trljanjem.

U tradiciji istarskog kulinarstva pršut je vrhunac i mjerilo za ono najbolje, za sve grijehe nepca. Kada se hvali slana srdela, kaže se: „Je kako pršut.“ Pršut, iako izvana nije lijep, papren je i pljesniv, doživljava se i prepoznaje kao vrhunska ljepota, Istrani ga zovu vijulin – violina. Taj kraljevski status i zaslužuje svojim okusom, mirisom, bojom, točnom mekoćom odnosno svježinom. Pršut je statusni simbol istarske kužine, on je u prošlosti bio i platežno sredstvo za liječnika, odvjetnika, veterinara, za zlu ne trebalo. Jeo se rijetko u dnevnim kućnim obrocima.³²

³² Istarski pršut, <https://www.istra.hr/hr/gourmet/prsut/3564> (pristupljeno 04. rujna 2023.)



Slika 5 - Starski pršut

Izvor: Pršut Jelenić, <https://istarskiprsut.hr/it/product/istarski-prsut-jelenic/>

Maneštra je najpoznatije istarsko jelo 'na žlicu' koje je duboko ukorijenjeno u kulinarsku tradicije Istre. Osnovu svake maneštre čini grah, kuhani krumpir, pašta, kojima se osim suhog mesa dodaje i nešto od sezonskoga povrća po čemu će se tako pripravljena maneštra i zvati: maneštra od bobiči – od mladoga kukuruza, maneštra od jačmika – od ječma, maneštra od slanica – slanutak, maneštra od koromača... Kada se za pripremu maneštre koristi kiseli kupus ili kisela repa, tada govorimo o joti, tipičnome zimskom pjatu. Posebna je karakteristika istarskih maneštri začinjenost „peštom“. Pešt se priprema tako da se zajedno dobro „iskoše“ panceta (suha slanina), češnjak i list peršina te se tako pripremljena pastasta masa doda u maneštru na samome početku kuhanja da bi se slanina dobro raskuhala. ³³

³³Istarska maneštra, https://www.istra.hr/hr/gourmet/istarska-kuhinja/3575?_gl=1*77k9d1*_up*MQ..*_ga*NzU4NzA2ODAwLjE2OTM3NTM1NDI.*_ga_4VVKPV5S_WJ*MTY5Mzc1MzU0Mi4xLjEuMTY5Mzc1Mzc5Mi4wLjAuMA.. (pristupljeno 03. rujna 2023.)



Slika 6 Istarska maneštra

Izvor: Istarska maneštra, <http://pastaria.hr/recepti/istarska-manestra/>

Danas je vino neodvojiv dio istarske gastronomije i načina života, a mnoge manifestacije posvećene su upravo njemu.

Povijest vinove loze u Istri jednako je duga kao i povijest njezine civilizacije. Uvjerljiv je dokaz za to naziv uvale Kalavojna kod Pule, ime su joj nadjenuli još kolonijalni Grci, a u prijevodu znači Uvala dobrog vina.³⁴

Najveće eno-ikone Istre su malvazija i teran.

Na jednom od mnogih istarskih brežuljaka oduševit će vas tipična i najznačajnija sorta vina u istarskoj regiji – malvazija. Istarska je malvazija posljednjih godina probila lokalne okvire, obilježila vinarsku scenu cijele Hrvatske i jedan je od najjačih izvoznih aduta. Malvaziju krasi obilje aroma – preko tonova agruma pa do cvjetnih miomirisa te je žuto-zlatne boje.

³⁴ Istra, <https://vinacroatia.hr/hrvatska-vina/primorska-hrvatska/istra/> (pristupljeno 03. rujna 2023.)



Slika 7 - Malvazija

Izvor: Matiška, <https://www.vino-matiska.com/malvazija/>

Drugo najpoznatije vino Istre jest teran. Teran je stara istarska autohtona sorta koja je do dolaska drugih sorata bila glavna istarska sorta. Vino teran ima karakterističnu rubin crvenu boju kojoj je karakterističan podton ljubičaste boje. Ima izraženu i prepoznatljivu bogatu voćnu aromu crnoga koštičavog voća poput višanja i trešanja, pomiješano s listom paprati ili ribiza. Nakon što iščezne kiselina u ustima, ostavlja slatkast dojam.³⁵

³⁵ Croatia – Teran, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/teran> (pristupljeno 03. rujna 2023.)



Slika 8 - Teran

Izvor: Teran, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/teran>

Obje su sorte autohtone (samonikle) istarske. Malvaziju se povezuje s velikom mediteranskom porodicom Malvasie, ali joj analiza nije pronađena nikakva sličnost. Teran se smatra izdvojenim klonom porodice Mondeuse Noir, u koju još spada i susjedni talijanski refosco kojeg se također može naći u Istri pod imenom refoška.³⁶

Nakon malvazije i terana, Istra se može ponositi i drugim vinima. Izvrstan merlot je danas zastupljenija sorta nego domaći teran. Od bijelih se vina mogu pohvaliti s izvanrednim muškatom ili kako ga u Istri nazivaju muškat momjanski ili muškat bijeli. Muškat momjanski je dobio naziv po gradiću Momjan u kojem se uzgaja od davnina. Muškat karakterizira osvježavajuća svježina, slasna slatkoća – spada u poluslatka bijela vina.

³⁶ Istra, op.cit. (pristupljeno: 03. rujna 2023.)

Od poznatijih bijelih sorta vina s kojim se Istra može pohvaliti su: chrdonnay, pinot bijeli, pinot sivi, sauvignon, dok se među crnim sortama izdvajaju muškat crveni, merlot, crni pinot, cabernet sauvignon, borgonja i refošk.

Među svim delicijama Istre, bitno je spomenuti i istarsku supu. Važno je odmah napomenuti istarska supa nije juha.

Istarska supa je tradicionalan istarski napitak pripremljen od zagrijanoga crnog vina, najčešće terana, s dodatkom vrućega prepečenog kruha, šećera, maslinovog ulja i papra. Istarska supa se najčešće pripremala u bukaleti, ali i u drugačijim posudama. Ključno je za istarsku supu da se ona priprema i konzumira isključivo u društvu, na slavljima i svečanostima, stoga je ona napitak za druženje, nadahnuće za razgovor i veselo raspoloženje ili kako kažu u Istri: „Hrana za dušu i tilo.“ Navođenje, u nekim turističkim i gastro-vodičima, da je istarska supa neka vrsta juhe, zabluda je koja proistječe iz njezinoga naziva, ali treba imati na umu da u istarskim dijalektima riječ supa ne znači juha. U Istri je supa naziv za fetu odnosno krišku nečega, u ovome slučaju kruha, a s tim je značenjem povezan i pojam supati što znači: umakati, u ovome slučaju umakati kruh u vino.³⁷

³⁷ Istarska supa, hrana za dušu i tilo, <https://bookaleta.com/istarska-supu-hrana-za-dusu-i-tilo/> (pristupljeno 03. rujna 2023.)



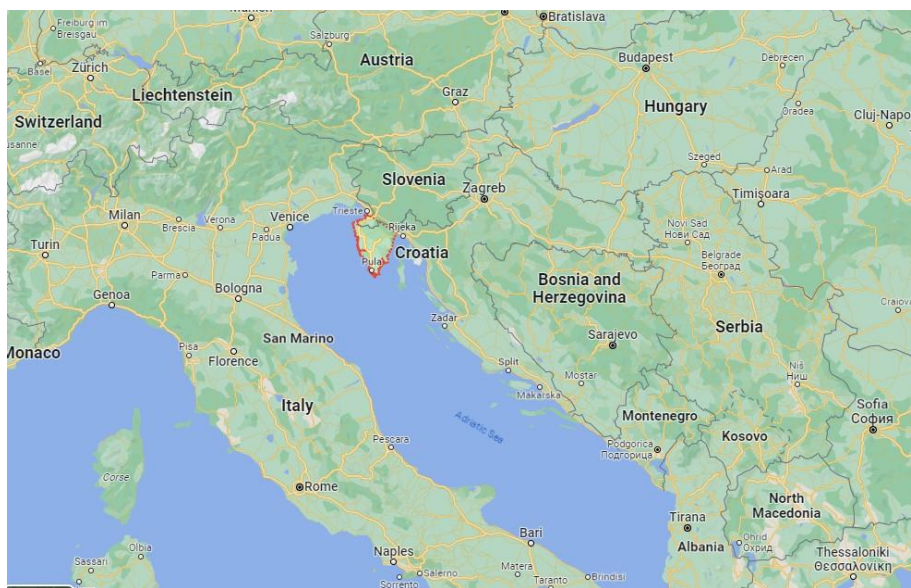
Slika 9 - Istarska supa

Izvor: Istarska supa, hrana za dušu i tilo, <https://bookaleta.com/istarska-sup-a-hrana-za-dusu-i-tilo/>

Istra je spoj kontinentalne i mediteranske kuhinje - morski plodovi, riba, rakovi, variva od kukuruza i graha (maneštra, jota...), domaća tjestenina s istarskim tartufima, gulaš od divljači, boškarin, ombolo, kobasice, sva domaća jela je najbolje završiti s pravim domaćim vinom – malvazijom, muškatom, teranom, po kojem je Istra najpoznatija. Svaki obrok započinje ispijanjem kratke žestice – domaća biska, medica te se uz jelo počasti s domaćim vinom. Za kraj se počasti sa slatkim desertom – hrskavim kroštulama, fritulama, pazinskim cukerančićima, bumbarska torta.

4.1.1. GEOGRAFSKI POLOŽAJ ISTRE

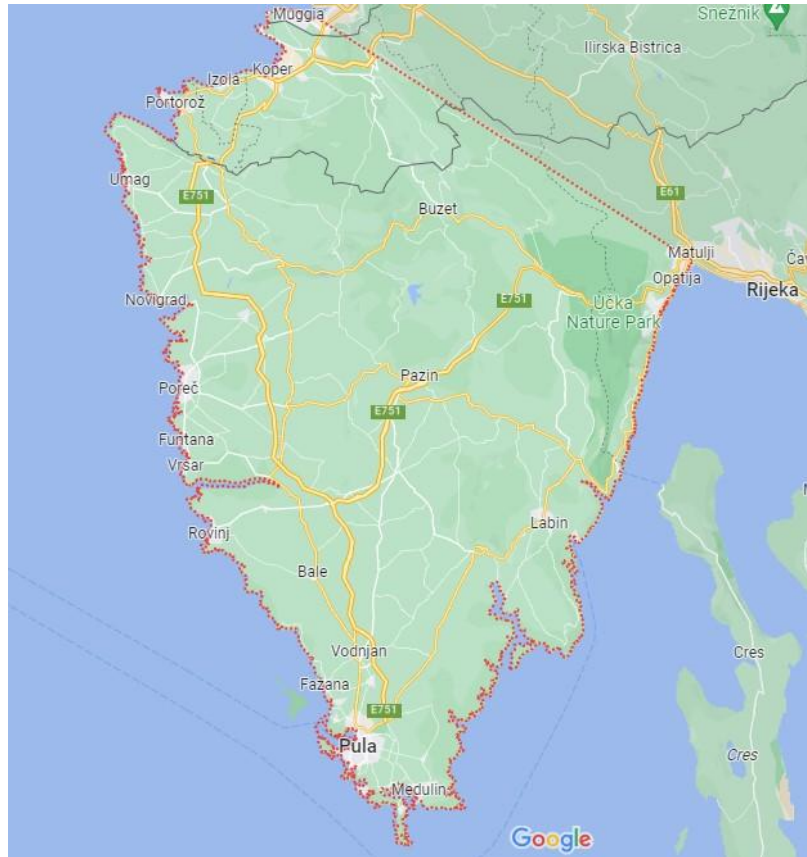
Istra je najveći poluotok Jadrana i nalazi se u sjeveroistočnome dijelu Jadranskoga mora. Ima povoljan geografski položaj i povezuje srednju Europa s Mediteranom. Okružena je morem s tri strane, na sjeveru graniči sa Slovenijom, na istoku i jugu s Primorsko-goranskom županijom, a na zapadu ima morsku granicu s Italijom.³⁸



Slika 10 - Položaj Istre u širokom pogledu

Izvor: googlemaps

³⁸ Horwath HTL, Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025., Turistička zajednica Istarske županije Poreč, str. 13.



Slika 11 - Poluotok Istra

Izvor: googlemaps

Slike prikazuju položaj Istre u odnosu na susjedne zemlje, a bliža slika prikazuje Istru s njezinim većim gradovima.

Istra je najznačajnija županija Republike Hrvatske i teritorijalno je organizirana na 41 jedinicu lokalne samouprave odnosno na 10 gradova i 31 općinu sa sjedištem u Pazinu. Gradovi su: Buje, Buzet, Labin, Novigrad, Pazin, Poreč, Pula, Rovinj, Umag i Vodnjan. Općine su: Bale, Barban, Brtonigla, Cerovlje, Fažana, Funtana, Gračišće, Grožnjan, Kanfanar, Karojba, Kaštelir – Labinci, Kršan, Lanišće, Ližnjan, Lupoglav, Marčana, Medulin, Motovun, Oprtalj, Pićan, Raša, Sveti Lovreč, Sveta Nedjelja, Sveti Petar u Šumi, Svetvinčenat, Tar-Vabriga, Tinjan, Višnjan, Vižinada, Vrsar i Žminj.³⁹

Istarski poluotok obuhvaća površinu od 3.476 km². To područje dijele 3 države: Hrvatska, Slovenija i Italija. Najveći dio, 3.130 km² (90% ukupne površine), pripada Republici Hrvatskoj. Većina hrvatskoga dijela poluotoka nalazi se u Istarskoj županiji,

³⁹ Horwath HTL, op.cit., str. 14.

(2.820 km²), što je 4,98% od ukupne površine Republike Hrvatske. Reljefno, prostor se dijeli u četiri osnovne cjeline:

1. Najveće i najniže priobalno područje tzv. Porečko-pulske ploče koju obilježava izmjena većih ravnijih kompleksa i brežuljaka čija učestalost postaje sve veća promicanjem u unutrašnjost
2. Središnji brdski dio Istre obilježen vrlo razvijenim reljefom
3. Najviše područje pretplaninskoga i planinskoga masiva Ćićarije i Učke na krajnjemu sjeveroistoku Istre
4. Područja polja i dolina – polja Čepićko i Krapanjsko te doline uz riječne tokove Mirne, Raše, Boljunčice i Pazinskog potoka.⁴⁰

Obalna je crta vrlo razvedena s nekoliko većih zaljeva (Miljski zaljev, Koparski zaljev, Piranski zaljev, ušće Mirne/Tarska vala, Limski zaljev/kanal, Puljski zaljev, Medulinski zaljev, Raški zaljev i Plominski zaljev) u koje se ulijevaju najvažniji vodotokovi (Glinščica, Rižana, Dragonja, Mirna i Raša). Zapadna je obala nisko položena i razvedena s otocima i otočnim skupinama (porečko-vrsarska skupina, rovinjska skupina, Brijunsko otočje, medulinska skupina). Istočna je obala strma i slabije razvedena bez većih naselja.⁴¹

Prema geološkoj i geomorfološkoj strukturi istarski se poluotok dijeli na tri sasvim različita područja. Brdoviti sjeverni i sjeveroistočni rub poluotoka, zbog svoga oskudnoga biljnog pokrova i ogoljelih kraških površina, poznat je kao Bijela Istra. Jugozapadno od Bijeke Istre pruža se prostor koji je morfološki znatno bogatiji. To su niža pobrđa fliša koji se sastoji od nepropusnih lapora, gline i pješčenjaka pa odatle i naziv Siva Istra. Vapnenačku zaravan uz morsku obalu, pokrivenu zemljom crvenicom, nazivamo Crvenom Istrom.⁴²

⁴⁰ Horwath HTL, op.cit., str. 14.

⁴¹ Istra, poluotok, <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/1260/istra-poluotok> (pristupljeno 09. rujna 2023.)

⁴² Istarska enciklopedija, <https://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=957> (pristupljeno 09. rujna 2023.)



Slika 12 - Prikaz geomorfologije Istre

Izvor: Istarska enciklopedija, <https://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=957>

Najzapadnija točka Republike Hrvatske je u Istarskoj županiji (Bašanija, rt Lako) na 45° sjeverne zemljopisne širine.⁴³

Istarska je klima uvjetovana činjenicom da je Istra kao poluotok s tri strane okružena morem tako da klima prelazi iz sredozemne u kontinentalnu. Odlikuju je blage i vlažne zime te topla i suha ljeta. Na temperaturu utječu kopno, more i nadmorska visina. Najniži obalni dio, do nadmorske visine oko 150 m, ima prosječnu siječanjsku temperaturu iznad 4°C, a srpanjsku od 22 do 24°C. S porastom nadmorske visine, u unutrašnjosti Istre, prosječne se temperature snižavaju.⁴⁴

Količina se padalina u Istri povećava od zapadne obale prema unutrašnjosti. Karakteristični vjetrovi su bura, jugo i maestral.

Bogatstvo i raznolikost biljnoga pokrova odraz su zemljopisnoga smještaja i položaja, reljefa, tla i klime. Zastupljen je biljni svijet (vegetacija) dinarskoga, alpskoga i

⁴³ Istarska županija, Zemljopisni podaci, <https://www.istra-istria.hr/hr/upoznaj-zupaniju/zemljopisni-podaci/> (pristupljeno 09. rujna 2023.)

⁴⁴ Horwath HTL, op.cit., str. 16.

sredozemnoga područja s vazdazelenim šumama hrasta crnike i makije te listopadnim šumama hrasta medunca, graba i bukve. Kopnena fauna pripada mediteranskoj podoblasti, prijelaznome području između paleoarktičke (Europe, mediteranske) oblasti i paleotropske podoblasti (etiopske, afričke). Mnogobrojne su životinjske vrste sisavaca, ptica, gmazova, vodozemaca i kukaca, od kojih su neke zbog rijetkosti i ugroženosti zaštićene. Fauna kopnenih voda siromašnija je i ugroženija zbog maloga broja vodotoka i ljudskih zahvata u okolišu. Morska flora i fauna uz istarsku obalu imaju zajednička jadranska obilježja (pelagičke ribe, glavonošci, kornjače i sisavci).⁴⁵

Istarsko se gospodarstvo temelji najvećim dijelom na turizmu i ugostiteljstvu te industriji (brodogradnja, proizvodnja građevinskog materijala, proizvodnja duhanskih proizvoda), trgovini i poljoprivredi. Istra je, uz Zagreb, jedna od gospodarski najaktivnijih dijelova Hrvatske.

4.2. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM ISTRE

Istra je u mediteranskim, ali i širim europskim razmjerima, brendirana kao područje vina, maslina i tartufa, vrhunske gastronomije, razvijene enokulture, autentičnoga modela agroturizma i tradicionalno uspješnoga obalnog turizma u gradovima kao što su Pula, Rovinj, Poreč, Umag i Novigrad.⁴⁶

Najrazvijenije ture eno-gastronomskoga turizma možemo pronaći u unutrašnjosti Istre. Unutrašnjost Istre odiše prepoznatljivošću po svojim vinogradima koji su smješteni među brdima, što dalje od glavnih prometnica kako bi se iskoristilo ono najbolje iz grožđa bez zagađenja. Istarske su vinarije većinom obiteljske, tradicijski se prenose s koljena na koljeno te svaka ima i ponudu svojih domaćih jela koja su se također prenosila generacijama, pripremana od strane obitelji s puno ljubavi.

⁴⁵ Istra, poluotok, opt.cit. (pristupljeno 09. rujna 2023.)

⁴⁶ Hrvatska enogastronomija, https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-02/Enogastro%20bro%C5%A1ura_HR_2017-18.pdf (pristupljeno 10. rujna 2023.)

ISTARSKE VINSKE CESTE

Koncept se vinskih cesta razvio po uzoru na francuske i talijanske regije koje imaju izuzetnu tradiciju uz osjetne gospodarske učinke. Istarske vinske ceste danas možemo smatrati prepoznatljivim turističkim projektom i proizvodom koji se iz godine u godinu upotpunjava i usavršava. Osnovni su ciljevi pokreta:

- proizvodnja kvalitetnoga vina (komercijalni proboj i njegovo pozicioniranje na tržištu, kontinuirani rast izražen kvalitativno i kvantitativno)
- proizvodnja vina s raznolikim i prepoznatljivim osobinama (teritorij proizvodnje, proizvodni sustavi, predloške osobine zemljišta, čuvanje odnosno starenje vina, prirodna ambalaža, organska svojstva i plasman)
- proizvodnja i plasman poznatih vina te primjerena tržišna pozicija
- očuvanost i sljubljenost krajolika s vinogradarstvom (autohtona gastronomija, kulturološka i prirodna privlačnost teritorija),
- uravnotežiti *value for money*
- zainteresirati domaće i inozemne putnike te turističke agencije koje bi organizirano dovodile turiste u posjet vinskim podrumima.⁴⁷

Na sličan se način izrađuju ture i Maslinove ceste koje su pak nešto više karakteristične za Dalmaciju.

Dirljivu ljepote Istre najbolje je otkriti osobnom enološkom pustolovinom na njezinim vinskim cestama. Dolazak do podruma svakoga vinara vodi kroz prekrasne krajolike koji ocharavaju svojim pričama i starim građevinama. Svaki od vinara, vođen žarom i strašću, probudit će opojan hedonistički duh u posjetitelju. Uvest će ga u svijet osebnije plemenite tekućine zanimljivim pričama, popraćenim degustacijom istarskih vina i pripadajućim gastronomskim specijalitetima koji pojačavaju čaroliju okusa u okruženju zelenih vinograda i toploga kamena.⁴⁸

Istarske vinske ceste čine vinske ceste Bujštine, Poreštine, Buzeštine i Pazinštine te Rovinjštine i Vodnjanštine.

⁴⁷ Geić, S., op.cit., str. 341.

⁴⁸ Histrica – Vinske ceste u Istri, <http://histrice.com/hr/g/gastronomija/vino/vinske-ceste/> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

FESTIVAL TERANA I TARTUFA

Kada Istrom zavlada jesenski tonovi, njezini se krajolici presijavaju u stotinama nijansi žute, narančaste i crvene boje. S vrha brežuljka jesensko šarenilo dostojanstveno promatra Motovun, srednjovjekovni grad s pogledom na Motovunsku šumu, rijeku Mirnu i njezinu zadivljujuću dolinu. U njemu se u mjesecu listopadu održava TeTa – jednodnevna izložba i degustacije vina terana i tartufa. Teran je stara istarska sorta koja je prije stotinjak godina dominirala istarskim poluotokom, a prvi se put spominje prije više od 600 godina. Autohtono istarsko vino, zbog jakoga i robusnoga okusa, najbolje prija uz pršut, sir i jela na bazi mesa i divljači, a svojom rubinsko crvenom bojom kao da se sljubljuje s jesenskim bojama Istre. Uz teran ravnopravna je i zvijezda festivala tartuf, podzemno istarsko blago bez kojega bi današnja gurmanska kuhinja bila nezamisliva.⁴⁹

Na festivalu se natječu razni proizvođači terana koji su pristigli iz Motovuna i okolice, ali isto tako natječu se i razni izlagači tartufa – tko ima veći tartuf. Uz degustaciju vina i tartufa mogu se pronaći i istarske delicije poput istarskoga pršuta, domaće tjestenine koja je dostupna posjetiteljima za jelo, ali i domaći sir koji je svake godine domaćin na festivalu.

Posjetitelji festivala mogu se počastiti i nesvakidašnjim delicijama koje su začinjene tartufima – čips s tartufima, čokolada s tartufima, ali također tartufe možete pronaći i u maslinovome ulju, siru, salami, namazima za kruh, acetu balsamicu...

Na samome se festivalu može kušati i kupiti domaće istarsko maslinovo ulje. Domaće uljare donose svoje ulje, a nakon što ga odluče kupiti, kušaju maslinovo ulje te se pred kupcima sipa u boce koje nose sa sobom.

Na festivalu se mogu pronaći i razni *handmade* proizvodi za domaćinstvo – sapuni od domaćega bilja, svijeće, čak i majice od Udruge tartufara.

⁴⁹ Festival terana i tartufa, https://www.istra.hr/hr/gourmet/vino/eventi/festival-terana-i-tartufa?_gl=1*f09hpb*_up*MQ..*_ga*OTExNDM1MTg2LjE2OTM3MzI3MDY.*_ga_4VVKPV5SWJ*MTY5MzcNTQwNS4yLjEuMTY5MzcNTQxNy4wLjAuMA.. (pristupljeno 03. rujna 2023.)



Slika 13 - Festival terana i tartufa

Izvor: Motovun – festival terana i tartufa, <https://www.istriago.net/hr/the-festival-of-teran-wine-and-truffles/#>

INTERNACIONALNI SAJAM PRŠUTA U TINJANU – ISAP

Od davnina do danas u gastronomskoj ponudi Istre domaći istarski pršut proizvod je najviše vrijednosti i ponosa. Pršut se doživljava i prepoznaje kao vrhunska ljepota, Istrani ga zovu vijulin, što će reći violina. Taj kraljevski status i zaslužuje okusom, mirisom, bojom, točnom mekoćom odnosno svježinom. Svoje prestižno mjesto među sladokuscima istarski pršut zahvaljuje strogo poštivanju tradicijskih pravila. Njemu u čast, već tradicionalno, Općina Tinjan organizira Internacionalni sajam pršuta ISAP.⁵⁰

ISAP je kralj jesenskih manifestacija u Istri kojeg svake godine posjeti više od 20 tisuća ljudi, čija je specifičnost da se na jednome mjestu mogu kušati pršuti iz različitih podneblja i država, koji su svi odreda vrhunski, a razlikuju se po svojim specifičnostima s obzirom na geografsko podrijetlo i način proizvodnje. Kao i uvijek cijelu priču o pršutima prati bogat šank, obilje vrhunskih vina, ali i brojne druge delicije i domaći proizvodi koji će se naći na štandovima tijekom trajanja sajma.⁵¹

⁵⁰ ISAP 2023, <https://www.istra.hr/hr/kalendar/20561> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁵¹ Internacionalni sajam pršuta 2023., <https://tinjan.hr/opcina/novosti/internacionalnog-sajma-prshuta-isap-2023>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

Na ulazu u sajam se plaća ulaznica te se može odabrati između višednevne (za sve dane) ulaznica ili jednodnevna ulaznica. U obilasku se može isprobati svaki pršut besplatno dok se za veće količine naplaćuje po cijeni prodavača. Na sajmu se mogu kupiti i suveniri, a i drugi pokloni poput noža za pršut, domaći sapuni, med...



Slika 14 - Istarski sajam pršuta u Tinjanu

Izvor: ISAP 2023, <https://www.istra.hr/hr/kalendar/20561>

ISTRIA WINE&WALK

Istria wine&walk je događaj koji spaja gastronomiju, enologiju i kulturu. To je pješачka avantura po vinskih cestama i vinogradima koji su se nastanili u sjeverozapadnoj Istri, započevši u Bujama. Istria wine&walk je prva manifestacija tog tipa u Hrvatskoj, čije je prvo izdanje održano 2015.godine.

Koncept ovakve manifestacije je jednostavan, a iznimno zabavan: šetaš, piješ, jedeš i uživaš! Na početku staze dobiješ čašu za degustaciju vina, čvrsto svežeš svoju obuću, poneseš šešir i kreneš u šetnju prirodom. Staza je duga otprilike 11 do 13 km, gdje su napravljene „postaje“ s veselom ekipom iz vinarija. Uz ukusna vina, koja su karakteristična za Istru (malvazija, teran, žuti muškati, chardonnay...) pripremljeni su i zalogajčići poput slanih tortica Maremonti koje su punjene neodoljivom kombinacijom

tunjevine, vlasca, gljiva i pršuta. Također su se mogle probati i druge delicije poput salata od sipe, domaće šunke sa sirevima, istarski BQ pulled pork sendvič, palenta sa svinjetinom... Manifestaciju Istria wine&walk organizira klaster sjeverozapadne Istre, koji čine udružene turističke zajednice Umaga, Novigrada, Brtonigle, Motovuna, Grožnjana i Oprtja.⁵²



Slika 15 - Istria wine&walk

Izvor: Istria wine & walk, <https://www.domagojsever.com/2023/05/29/istria-wine-walk-odusevio-sve-posjetitelje/>

VINSKI GRAD

Izvrstan primjer eno-gastronomskoga turizma je festival Vinski grad. Vinski grad je festival koji je osmislila Vinart tvrtka. To je festival koji se tijekom ljetnih mjeseci seli iz grada u grad i privlači sve ljubitelje vina. Iz Vinarta kažu: „Kvaliteta zaslužuje pažnju, a kvalitetna vina zaslužuju da se za njih zna.“⁵³

Ovogodišnji je festival posjetio gradove: Zagreb, Pulu, Varaždin i Split, a prijašnjih Vinkovce i Rijeku.

Svoja vina u Vinskome gradu predstavljaju vinarije iz svih hrvatskih regije, ali i inozemstva. Iz godine u godinu se i promijene određene vinarije na festivalima. Sva

⁵² Istria Wine & Walk, <https://www.domagojsever.com/2023/05/29/istria-wine-walk-odusevio-sve-posjetitelje/>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁵³ Vinart, Tko smo?, <https://vinart.hr/>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

vina iz prodaje su dostupna na čašu i butelje. Vinsku će ponudu pratiti i street food hrana kako bi svi gosti bili zadovoljeni i siti.

Na ulazu u Vinski grad potrebno je unajmiti staklenu čašu u određenome novčanom iznosu dok se konzumacija vina plaća kuponima koji su kupljeni unaprijed ili plaćeni kreditnim karticama. Sam ulaz u Vinski grad besplatan je i dostupan svima.



Slika 16 - Vinski grad u Puli

Izvor: Pula – Vinski grad u Puli, <https://www.pula.hr/hr/novosti/detail/23686/vinski-grad-u-puli/>

Istra je destinacija koja ima bogatu ponudu eno-gastronomskih manifestacija, festivala, fešti ili jednostavno rečeno događaja. Svojim je geografskim položajem dostupna velikome broju ljudi te iz toga razloga i prepoznata kod velikog broja turista. Najveći dio eno-gastronomskih događaja se odvija tijekom ljetne sezone gdje se u skoro svakome mjestu odvija određeni događaj jer svako mjesto slavi svoj dan ili se slavi proslava uz sveca zaštitnika toga mjesta, samim time postaju i tradicija te se održavaju svake godine. Naveli smo neke od najvećih i najbitnijih eno-gastronomskih događaja, ali bitno je napomenuti da se u Istri odvija još puno takvih manifestacija koje su poznatije lokalnom stanovništvu, npr. Fešta od puži u Galižani, Ribarska fešta u Funtani, Bumbarska fešta u Vodnjanu, Fažanska škola soljenja sardela, Ribarske fešte u Pomeru i Medulinu, Fužijada i mnoge druge.

4.3. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM SLAVONIJE I BARANJE

Slavonija je kroz povijest imala zadaću nahraniti Hrvatsku zbog svojih plodnih panonskih ravnica gdje se nalaze jedinstvena poljoprivredna zemljišta. Velika izdašnost zemlje donosila je bogatstvo kulture u kojoj se gastronomija razvijala tisućama godina. Snažnim utjecajem s Istoka i Zapada došlo je do spoja austrougarskih, orijentalnih i autohtonih hrvatskih gastronomskih ideja koje su stvorile prepoznatljivu slavonsku kuhinju.

Narod Slavonije i Baranje usko je vezan uz zemlju koja im pruža životne darove. Ti topli, veseli i radišni ljudi rado će vas ugostiti u svome domu iz kojega zasigurno nećete izaći gladni. Osnovne su karakteristike kuhinje Slavonije i Baranje obline porcije i ukusna, prilično jaka te začinjena jela. Prostor je to burne povijesti u kojoj su se smjenjivale različite kulture, a samim time i kulinarski utjecaji, stoga možemo razlikovati tragove mađarske i ostalih srednjoeuropskih kuhinja, mada je u većoj mjeri zastupljen utjecaj Istoka, prvenstveno turski. Za hladno predjelo obično se servira kulen, svježi kravlji sir začinjen slatkom paprikom, vrhnje te slavonska šunka, razno kiselo povrće, čvarci ili švargla. Za glavno jelo slijedi raznovrsna ponuda kvalitetne riječne ribe – šaran, som, štika, smuđ, ili mesnih specijaliteta – poput paprikaša, divljači, kotlovine, roštilja, sarme i punjenih odrezaka. Najpoznatija autentična jela ovih prostora su šaran na rašljama, gušćji paprikaš, riblji paprikaš (fiš paprikaš nazvan u narodu) i čobanac. Kao prilog se često služi sataraš ili ajvar. Za desert treba svakako probati orahnjaču, makovnjaču, pitu od svježega kravljeg sira, šape i salenjak s marmeladom. Prije jela domaćin će najčešće ponuditi čašu rakije, travarice, loze, medovače ili šljivovice. Uz hladne mesne nereske, jela od ribe i bijeloga mesa najčešće se pije suha graševina ili rizling. Uz jela s umacima se preporuča chardonnay, sauvignon ili traminac dok uz jela od tamnoga mesa i divljači najbolje odgovaraju suha, crna vina (frankovka i pinot crni).⁵⁴

Kuhanje na otvorenom, pod vedrim nebom, i danas je omiljena slavonska gastronomija u koju su ugrađeni strast, emocije i velike količine nostalgije. Okupljanje

⁵⁴ Njavro, M., *Hrvatska gastronomija*, Turistička naklada d.o.o., Zagreb, str. 67.

oko vatre uz kotliće, roštilje i ražnjeve, uz konje i kočije na obalama Drave i Dunava, u močvarama Baranje, uz violine i tambure, ugođaj je nesvakidašnje snage.⁵⁵

Među najpoznatijim slavonskim gastronomskim delicijama je jelo iz kotlića – čobanac, fiš (riblji paprikaš), mesni paprikaš, gulaš, sarma kao i druga jela koja nisu iz kotlića poput kotlovine, roštilja, šarana na rašljama, prasetine, pečenoga vola... U ovim se krajevima posebno ističu proizvodi koji su rezani ukoso ili pod kutom od 45° – kulen, kulenova seka, kobasica, šunka, peka, krvavica te ostali suhomesnati proizvodi. Slavoniju karakterizira hrana u izobilju i gostoprimstvo lokalnih ljudi, jela se kuhaju za cijelu obitelj.

Kulen ili kulin najprestižniji je, najcjenjeniji, pa i najskuplji kobasičarski proizvod u Slavoniji, odakle potječe i pripravlja se i danas, ali i u cijeloj Hrvatskoj. Receptura kulena je naizgled jednostavna – najbolji dijelovi svinjskoga mesa bez masnoga tkiva, mljevena paprika, češnjak i sol. Međutim, svaka je nijansa važna pri izradi kulena i može biti presudna na Kulenijadama, nacionalnim natjecanjima velemajestora kulena. Svinje za izradu suhomesnatih proizvoda ne smiju biti male, već krupne, od barem 180 kilograma. Najcjenjenije pasmine svinja su mangulica i crna slavonska svinja (fajferica). Osobito je važan odabir vrhunske mljevene paprike i omjer slatke i ljute koja u konačnici mora dati blagu, plemenitu, nipošto agresivnu ljutinu. Može se nadijevati u različite prirodne ovitke, ali najprimjerenije je pomno očišćeno i obrađeno svinjsko slijepo crijevo. Ono je i optimalne veličine za kulen.⁵⁶

Kulen se u Slavoniji drži kao delicija koju se treba pojesti u par kriškica, a ne staviti u sendvič i zanemariti njegov okus. Kulen je od davnina, ali i danas, služio kao dar ljudima od kojih se očekivala pomoć ili kao zahvala. Kulena se nikada nije radilo puno, poput kobasica, pa se čuvao za svečane prigode – krštenja, zaruke, vjenčanja, rođendane.

Također, blisko vezana uz kulen, jest i kulenova seka. Dok se kulen pravi u debelome, kratkom crijevu, kulenova se seka, iste mesne teksture, stavlja u manja crijeva. Oboje je bitno polako puniti da ne dođe do ulaska zraka zbog širokoga crijeva.

⁵⁵ Slavonija, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/slavonija>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁵⁶ Kulen i kulenova seka, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/kulen-i-kulenova-seka>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

Oba se slavonska specijaliteta suše na dimu dok ne poprime tamnosmeđu boju, a potom se suše na zraku kako bi se produžio njihov vijek trajanja.

Bitno je naglasiti da među slavonske suhomesnate delicije spadaju i kobasica, šunka, peka, slanina, krvavica te mnogi drugi proizvodi od svinjskoga mesa.



Slika 17 - Slavonski kulen

Izvor: Slavonski kulen, <http://gospodarstvo-ferbezar.com/slavonski-kulen>



Slika 18 - Kulenova seka

Izvor: Kulenova seka, <http://gospodarstvo-ferbezar.com/kulenova-seka>

Čobanac je kralj svih fešti u Slavoniji i Baranji. Fešta ne prolazi bez dobroga čobanca koji je potekao sa slavonskih pašnjaka gdje su ga pripremali čobani kao zasitno i hranjivo jelo kako bi izdržali čitav dan.

Čobanac se najčešće radi za više ljudi, najukusniji je kada se jede u dobrome društvu, a odličan je i kad malo odstoji. U čobancu se skrivaju najmanje tri vrste mesa među kojima glavninu drže svinjetina i junetina, a dodaje se još i minimalno jedna vrsta divljači. U kotao se prvo doda luk koji se izdinsta kako bi dobili gustoću, a zatim se dodaje ostalo povrće te se nakon povrća dodaje meso. Meso se dodaje ovisno o žilavosti, prvo se ubacuje junetina, zatim divljač pa svinjetina/teletina. Nezaobilazan dodatak je i lovor, sol, papar, mljevena slatka paprika te ljuta paprika po izboru. Glavno je obilježje ovoga jela njegova ljutina koja se dobije od ljute paprike i sušenih ljutih papričica. Dodatan okus čobancu daje i vino koje se ulijeva, najčešće graševina zbog svoje kiselosti, a može se dodati i malo konjaka. Čobanac je jelo koje se kuha sporo i dugo tako da bi se sve povrće raskuhalo, a meso postalo mekano. Danas postoje brojna natjecanja u pripremi ovoga jela, a poseban šarm nosi njegova duga priprema te okupljanje oko otvorene vatre i visećega kotlića iz kojega se dimi.⁵⁷



Slika 19 - Čobanac

Izvor: Čobanac – najfiniji slavonski specijalitet iz kotlića, <https://gastro.24sata.hr/recepti/slavonski-cobanac-u-kotlicu-13849>

⁵⁷ Čobanac, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/cobanac> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

Ribljí paprikaš, ili u Slavoniji zvan samo fiš, bogato je jušno jelo s riječnom ribom. Smatra se da su fiš donijeli doseljenici iz južne Njemačke, povezuje ga se i s Mađarima koji su nekada nastanjivali prostor sadašnje Baranje, a danas je poznat u cijeloj državi kao poseban specijalitet ovih dviju regija. Fiš paprikaš je tradicionalno jelo koje se priprema u bakrenome kotliću obješenom iznad otvorene vatre, baš kao i čobanac. U kotlić se stavlja voda i u nju se ubacuju narezani komadi očišćene ribe poput soma, šarana ili štuke te luk i mljevena paprika, potom se sve zajedno zakuha na vatri. Prepoznatljivu crvenu boju dobije od mljevene slatke i ljute paprike koja je ovdje čest dodatak jelima. Također, i u fiš se dodaje bijelo vino. Fiš se poslužuje uz široke domaće rezance, a slastan će biti i uz domaći pečeni kruh.⁵⁸



Slika 20 - Fiš paprikaš

Izvor: Fiš paprikaš, <https://www.konzum.hr/recept/fis-paprikas>

Šaran na rašljama je tradicionalno jelo koje izvorno potječe iz sela Kopačevo, naselja unutar općine Bilje. Kako su se u tome starom ribarskom selu nekoć mještani bavili ribolovom, nastala su tradicionalna jela od ribe koja su bila jednostavna za pripremiti. S obzirom da je ribarima bilo važno da mogu svoj obrok uz obalu pripremiti što lakše i jednostavnije, nastao je „šaran na rašljama“ za što je potrebna obrađena grana u obliku rašlje, riba, sol, začinska paprika i vatra. Riba je spremna tek nakon nekoliko

⁵⁸ Fiš-paprikaš, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/fis-paprikas> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

sati, a posljednjih je desetljeća jelo koje se sve više traži u restoranima i na različitim manifestacijama.⁵⁹



Slika 21 - Šaran na rašljama

Izvor: Općina Bilje – šaran na rašljama, <https://tzo-bilje.hr/enogastro/saran-na-rasljama/>

Orahnjača, ili u nekim krajevima orehnjača, i makovnjača su kolači od dizanoga tijesta koji se tradicionalno pripremaju za blagdane, brojne svečanosti i karmine u želji da se goste počasti mirisnom i ukusnom slasticom od mekoga tijesta i bogata nadjeva. Kao što samo ime kaže, orahnjača ima nadjev od oraha dok makovnjača ima nadjev od maka. Nadjev se priprema od istih sastojaka, orah ili mak se pomiješa s cimetom i šećerom, a zatim se prelije kipućim mlijekom i dobro izmiješa dok se ne dobije gusta smjesa koja se premazuje po dizanom tijestu. Za obje se savijače upotrebljava isto dizano tijesto, što ubrzava proces izrade. Gotov se kolač poslužuje posut sa šećerom u prahu.⁶⁰

⁵⁹ Općina Bilje – Šaran na rašljama, <https://tzo-bilje.hr/enogastro/saran-na-rasljama/>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁶⁰ Orahnjača i makovnjača, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/orahnjaca-i-makovnjaca>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)



Slika 22 - Orahnjača i makovnjača

Izvor: Orahnjača i makovnjača, <https://hranafina.rtl.hr/2022/02/27/orahnjaca-i-makovnjaca/>

Slavonija je velika vinska regija s dugom tradicijom uzgoja vinove loze po obroncima svih svojih brda, od Bilogore do Papuka. Tako veliku regiju u jedinstvenu cjelinu objedinjuje klima koja je gotovo jednaka u svim njezinim dijelovima. Najvažnija joj je značajka da su jeseni toplije od proljeća, što povoljno djeluje na prirodni proces nakupljanja groždanoga sladora, glavnoga uzročnika visoke kvalitete vina.

Povijest vina je u Slavoniji bila burna. Arheološki nalazi ukazuju na činjenicu da se vino i u ovome kraju proizvodilo još za Rimljana, no čini se da je njihov dolazak bio poguban za vinov lozu jer se njezin uzgoj ponovno spominje tek u 13. stoljeću. Zasluge za povratak vinske kulture u Slavoniju prije svega pripadaju cistercitima iz samostana u Kutjevu koji su po svojem dolasku u ove krajeve organizirali svu poljoprivrednu proizvodnju, pa tako i za kršćansku kulturu važne vinove loze. Za vrijeme vladavine Turaka vino opet nestaje sa scene i vraća se tek nakon njihovoga povlačenja. Tada su glavni nosioci povratka bili opet crkva, prvenstveno u vidu Đakovačke biskupije, ali i plemstvo poput grofova Janković iz Daruvara. Sljedeći težak udarac je donijela i biljna uš. Kratkoročno je bila ugrožena proizvodnja, no sljedeća opasnost je bila dolazak sorata uglavnom njemačkoga podrijetla poput graševine, silvanca zelenog ili rajskog rizlinga, čime je došlo do nestanka dotadašnjih

sorata. Nakon Drugoga svjetskog rata došle su i sorte iz Francuske, pretežno iz familije Pinota, i tako se stvorila konačna slika današnjega sortimenta.⁶¹

Tipični su predstavnici bijelih sorata: graševina, chardonnay, pinot gris, sauvignon blanc, rajnski rizling, silvanac zeleni, dok su tipični predstavnici crnih sorata: pinot crni, frankovka, merlot, cabernet sauvignon.⁶²

U Slavoniji postoji velik broj vinara i vinogradara koji su se isprofilirali u jedne od najvećih vinara Hrvatske te koji nas uspješno predstavljaju kako na domaćim natjecanjima i sajmovima, tako i u svijetu. Neki od njih imaju dugu tradiciju uzgoja vinove loze i pravljenja kvalitetnoga i vrhunskoga vina – Enjingi, Krauthaker, Zdjelarević, Adžić, Galić, Buhač, Kalazić, Josić, Antunović, Iločki podrumi, Erdutski vinogradi, Vina Belje i Kutjevo. Najvažnije sorte u Slavoniji, koje se uzgajaju i prerađuju u vina, jesu: graševina, traminac, sauvignon, chardonnay, zatim cabernet sauvignon, pinot noi i merlot. Bitno je spomenuti da se Traminac Iločkih podruma pio i na engleskome dvoru na krunidbi kraljice Elizabete II. i kralja Charlesa III., što ga danas čini jednim od prepoznatljivijih slavonskih proizvoda.⁶³

Najpoznatije slavonsko vino je graševina. Graševina je najraširenija sorta vinove loze koja se uzgaja u Hrvatskoj, sorta koja na slavonskome području iznimno uspijeva jer joj odgovara klima i bogato tlo. Njezina se kasna priroda odlično pogodila s prohladnim proljećima i toplim jesenima za što bolji urod. Graševina nije uvijek najbolje prihvaćena zbog primjeraka iz ravničarskih dijelova koji ne mare dovoljno za njezinu kvalitetu pa se dobije iznimno loše vino. Graševina je prva i najpoznatija slavonska eno-ikona.

Rajnski rizling je druga slavonska eno-ikona, ali je vezana uz uže područje od graševine. Najbolja vina dolaze isključivo iz kutjevačkoga vinogorja. Ondje je rajnski rizling vrlo bogat aromama, pretežno cvjetnoga karaktera s primjesama agruma i tragovima „ozbiljnih“ i decentnih nota kerozina. Pun okus i idealni aromatski sklop

⁶¹ Vina Croatia – Slavonija, <https://vinacroatia.hr/hrvatska-vina/kontinentalna-hrvatska/slavonija/> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁶² Vina Croatia – Slavonija, op.cit.

⁶³ Vilicom kroz Hrvatsku – Najbolje od Slavonije: Vina koja trebate isprobati, <https://vilicomkrozhrvatsku.com/objave/pijemo/najbolje-od-slavonije-vina-koja-trebate-isprobati/juraj-sremec/> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

ostvaruje se tek nakon jedne godine ležanja pa je za najbolju kvalitetu potrebno malo pričekati.⁶⁴

Traminac je sorta grožđa za koju se smatra da potječe iz Italije i tirolskih Alpa, točnije sela Tramin u regiji Južni Tirol. Dijeli se na dvije najčešće varijacije – crveni traminac, koji je naziv dobio po karakterističnoj boji svojih bobica, a daje zlatnožuta i srednje jaka vina koja pripadaju kategoriji polusuhih te poluslatkih vina, te mirisni traminac, od kojega nastaje vino s intenzivnom aromom ruža i pripada kategoriji poluslatkih ili slatkih vina. Traminac često otpisuju zbog izrazite mirisnosti, a obilježava ga visok udio alkohola i niska razina kiselina zbog čega njegova karakteristična slatkoća posebno dolazi do izražaja. Dok se u našim krajevima traminac preporučuje u Podunavlju, Slavoniji, Moslavini, Prigorju, Plešivici, Pokuplju te Zagorju i Međimurju, u Hrvatskoj je najpoznatiji iločki Traminac koji se toči čak i na britanskome dvoru.⁶⁵

⁶⁴ Vina Croatia – Slavonija, op.cit.

⁶⁵ Croatia – Traminac, <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/traminac> (pristupljeno 10. rujna 2023.)



Slika 23 - Iločki traminac

Izvor: miss7.24sata, <https://miss7.24sata.hr/lifestyle/zasto-ce-meghan-i-harry-na-vjencanju-piti-bas-ilocki-traminac-20157>

4.3.1. GEOGRAFSKI POLOŽAJ SLAVONIJE (SLAVONIJE, BARANJE I SRIJEMA)

Slavonija je područje legendi čiji se motivi i tajne ponosno prenose s koljena na koljeno. Slavonci se ponosno drže tradicija kao što su proslava žetve, narodna nošnja i lokalna narodna glazba. Danas nazivom Slavonija obuhvaćamo tri regije – Slavoniju, Baranju i Srijem.

Slavonija, povijesno-geografska regija u istočnome dijelu Hrvatske, između Save na jugu i Drave na sjeveru, odnosno rijeke Ilova na zapadu, državne granice na istoku te

Bosuta i Vuke na jugoistoku, zajedno s Baranjom i Srijemom dio je geografske regije istočne Hrvatske. Premda u uvjetima suvremene prometne i društvene povezanosti Republike Hrvatske Slavonija nije ni homogena ni izolirana cjelina, naziv je u širokoj uporabi. On obuhvaća Požeško-slavonsku i Brodsko-posavsku županiju, velik dio Osječko-baranjske županije, dijelove Virovitičko-podravske županije, Bjelovarsko-bilogorske te manje dijelove Sisačko-moslavačke i Vukovarsko-srijemske županije. Istočni dijelovi Slavonije obuhvaćaju ravnice i lesne zaravni, a zapadni i središnji gore i pobrđa. Slavonija je prostor razvijenoga poljodjelstva (žitarice, vinova loze, voće, industrijsko bilje), stočarstva (govedo, svinja) i ribnjačarstva te prehrambene i drvne (hrastove šume) industrije.⁶⁶

Nekada nepreglednu plavu morsku pučinu danas krasi zlatna boja, a njezini su otoci danas zelene gore. Od velike vode ostale su samo školjčice u plodnim ravnicama slavonskih polja, ali zato su tri velike rijeke – Sava, Drava i Dunav, zagrlile taj kraj i čovjek je znao da će u izobilju prirode tu imati dragi dom. Davno nestalo Panonsko more ipak je ostavilo jedan svoj slani izvor u Bizovcu. Temperatura vode od čak 96°C jedinstvena je pojava u Europi. To izazovno prirodno okruženje voljelo je plemstvo koje je nekada tu gradilo dvorce te uživalo u lovu, ribolovu i vrhunskome vinu koje se pilo i na europskim dvorovima i kraljevskim krunidbama. Poznati su vinski podrumi Iloka, Kutjeva i Belja. Danas možete i sami uživati u svim tim čarima prošlih vremena. Na putovima Panonskoga mora otkrijte lijepe pjesme toga kraja uz zvuk tamburice, a mnogobrojne folklorne svečanosti prikazat će vesele povorke okićenih muškaraca i djevojaka u živopisnim nošnjama, muškarci nose šokačke šešire, a djevojke zlatne dukate. Grad Vinkovci je grad s najduljim kontinuitetom života u Europi.⁶⁷

Širokih i nepreglednih zlatnih ravnica, izronjenih iz plodne Panonije, snažnih tokova rijeka, naplavnih područja iz kojih su iznikle stoljetne šume moćnoga hrasta lužnjaka i pitomim domom više od dvije tisuće bioloških vrsta, Slavonija je plodan pedalj zemlje koji ljudska ruka oplemenjuje već više od 8 tisuća godina. Otkada je u pleistocenu nestalo Panonsko more, nekadašnji otok Papuk postao je planina koja nam otkriva najstarije stijene ovoga dijela Europe – granitne i metamorfne stijene iz paleozoika – koje danas pričaju geološku povijest Zemlje. Plodna je slavonska ravnica izronila iz

⁶⁶ Enciklopedija – Slavonija, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=56610> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁶⁷ Croatia – Slavonija, odjeci tradicije, <https://croatia.hr/hr-hr/regije/slavonija> (pristupljeno 16. rujna 2023.)

dubina Panonskoga mora, nakon što je skoro 10 milijuna godina bila morsko dno i zaživjela doskora kao obećana zemlja.⁶⁸

Baranja je dio istočnohrvatske ravnice ili istočne Hrvatske. Baranja je jasno omeđena regija na krajnjemu sjeveroistočnom dijelu Hrvatske. U osnovnim crtama ima oblik trokuta čiji se vrh nalazi na ušću Save u Dunav. Stranice toga trokuta, koji se od juga širi prema sjeveru, jesu rijeke Drava i Dunav te hrvatsko-mađarska državna granica. Dvije stranice baranjskoga trokuta ujedno su i hrvatske državne granice dok je treća, ona na rijeci Dravi, unutarhrvatska regijska međa. Istočna međa Baranje često se poistovjećuje s rijekom Dunavom. To je, međutim, samo u načelu točno. Hrvatsko-srbijanska granica ne prati dunavski tok precizno, već na više mjesta prelazi na lijevu ili desnu obalu rijeke. Razlog su tome odstupanju česte promjene dunavskoga toka nakon utvrđivanja katastarskih međa u tom prostoru. Površina regije iznosi 1147 km², što je 2,03% površine Republike Hrvatske.⁶⁹

Teritorijalni okvir Srijema u najvećoj je mjeri lako definirati. Riječ je o pretežito ravničarskome prostoru između Dunava i Save, koja kod Beograda utječe u Dunav. Zapadna srijemska granica nije prirodna, već je određena dosegom gravitacijskoga, a time i upravnoga utjecaja Županje, Vinkovaca i Vukovara, stoga se i dio naselja, koja se ne nalaze između Dunava i Save, sukladno usmjerenosti prema navedenim gradovima, smatra srijemskima. Srijem zauzima prostor od 6.865 km², od kojih se u Hrvatskoj nalazi 2.445 km², a u Srbiji 4.420 km².⁷⁰

4.4. PRIMJERI ENO-GASTRONOMSKOGA TURIZMA SLAVONIJE I BARANJE

VINSKA CESTA

U Slavoniji, bogatoj vinogradima, sve se više razvija eno-gastronomski turizam, a time i preduvjet za stvaranjem vinskih cesta. Neke od poznatijih vinskih cesta su: Iločka vinska cesta, Vinogorje Kutjevo, Feričanačko vinogorje, Đakovačko vinogorje,

⁶⁸ Croatia – Slavonija, odjeci tradicije, op. cit.

⁶⁹ Klemenčić, M., *Baranja, povjesno-geografski pregled*, Studia Ethnologica vol. 4 Zagreb., Zagreb, 1992., str. 15.

⁷⁰ Mrduljaš, S., *Etnička struktura Istočnog Srijema (1921.) i razgraničenje između Hrvatske i Srbije (1945.-1947.)*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar – Područni centar Split, 2016., str. 182.

Erdutsko vinogorje i Baranjsko vinogorje. U nastavku se navode neke od vinskih cesta.

Iločka vinska ruta posebno je zanimljiva, a svakako drukčija od klasične ponude vinskih cesta jer su gotovo sve vinarije koncentrirane u naselju. Same vinarije, podrumi i obiteljska vinarska gospodarstva razlikuju se po tradiciji proizvodnje, sortimentu i tipu podruma. Najbolje je krenuti od Starih iločkih podruma gdje je organizirana degustacija s hladnim/toplim predjelima uz tamburaše i smještaj. Kako bi doživjeli vinogorje i krajolik te prošetali kroz vinograde, najbolje se uputiti prema vinogorju - vidikovcima Vukovo i Principovac otkuda se pogled pruža na okolne vinograde, Ilok, Dunav... Na istome mjestu, gdje je i vidikovac, ladanjskome imanju, postoji i vježbalište za golf. Za poseban doživljaj se preporučuje posjetiti i Iločke podruma koji se mogu obići i turističkim vlakićem.⁷¹

Unutar Vinogorja Kutjevo nalaze se Čaglin, Kutjevo, Kaptol i Velika. Kutjevačko vinogorje zaprema obodne dijelove Požeške kotline te se nalazi u zoni podzola, na tlima nastalim na matičnom supstratu kiselih trošnih stijena. U kutjevačkome vinogorju, koje se ubraja među najkvalitetnija hrvatska vinogorja i daje vina visoke i najviše kvalitete, najbolji su vinogradarski položaji Vinkomir, Hrnjevac i Vetovo. Na području kutjevačkoga vinogorja nalazi se vinski podrum iz 1232.godine, najstariji vinski podrum u Hrvatskoj. Nezaobilazna točka ovoga vinogorja je vidikovac Vile Vinkomir na istoimenome brdu, smatra se da ima jedan od najljepših pogleda na krajobraz u ovome dijelu Slavonije. Ova je građevina nastala kao kopija osmatračnice iz razdoblja turske vladavine.⁷²

VINSKI FESTIVAL SLAVONIJA I PODRAVINA, WINE NOT?!

Ekskluzivna manifestacija Slavonija i Podravina Wine not?!, nastala 2021.godine, otkriva bogat svijet vina Virovitičko-podravske županije. Ovo je događaj koji spaja povijesne ambijente, zelenu priču i vrhunska vina uz tradicionalna slavonska jela.

Za vrijeme trajanja festivala organiziraju se različite radionice i dodatni događaji poput „Vinski piknik na planini“, „Wine&art“, „Priča o graševini“, „Wine&run“, „Vino i

⁷¹ Srijem i Slavonija – Iločka vinska cesta, <https://srijem-slavonija.eu/hr/sto-vidjeti-i-doživjeti/tematske-rute/iločka-vinska-cesta/> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

⁷² Zlatna slavonija – Vinogorje kutjevo, <https://visitslavonia.hr/okusi/vinska-prica/vinske-ceste/vinogorje-kutjevo/> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

poezija“, „Magic&wine“, „Urban wine party“, „Vinski party u drevnom perivoju“. Svaka od tih radionica/događanja sadrži degustacije vina. U svakome se događaju uz vino poslužuje i slavonska zakuska te se nudi i edukacija uz koje vino pašu koji sirevi, koje meso.

Događaj „Vinski piknik na planini“ uključuje degustaciju i prezentaciju vina (graševina, cabernet sauvignon, rose – martin albus), gurmansku priču, streličarski turnir, slavonsku zakusku (suhomesnati tradicionalni proizvodi).

VINATLON

Vinatlon je vrhunska eno i gastro manifestacija na području općine Kneževi Vinogradi. Manifestacija je otvorena u prekrasnome ambijentu vinarije Belje koja se nalazi na početku jedne od najljepših vinskih cesta Hrvatske.

Sama manifestacija počinje u svibnju kada se uz podršku stručnih institucija Udruga vinogradara Baranje organizira ocjenjivanje vina na kojem se bira „Šampion Dunava“, sam događaj biranja šampiona je zatvoren za javnost. Vinatlonski se dani nastavljaju tradicionalnim baranjskim *Wine&walk-om* koje organizira TZ Baranje. Glavni su dani ove manifestacije različita predavanja na temu ruralno-vinskoga turizma, dodjeljuju se diplome te posjetitelji imaju mogućnost kušanja svih uzoraka. Nakon predavanja svi se vinari s područja općine Kneževi Vinogradi sele na vinske ceste Zmajevca gdje posjetitelje očekuje glazbeni, zabavni i umjetnički program. Uz sve degustacije vina bit će i *fingerfood* stol sa slavonskim delicijama.⁷³

⁷³ Kneževi vinogradi, <https://knezevi-vinogradi.hr/turisticki-subjekt/vinatlon/> (pristupljeno 10. rujna 2023.)

5. ANALIZA ENO-GASTRONOMSKOGA TURIZMA

Za izradu ovoga rada, uspoređivanjem razvoja eno-gastronomskoga turizma, poslužile su dvije regije – Istra i Slavonija (Slavonija, Baranja i Srijem). Slavonija uključuje Baranju i Srijem i premda je riječ o dvjema različitim regijama, povezuje ih vinski turizam, vinogradi, plodno tlo, iznimna povijest te bogata tradicionalna jela.

Istra je najzapadnija regija i najveći poluotok Hrvatske, a najveći dio zauzima Istarska županija. Smještena je u sjeveroistočnome dijelu Jadranskog mora, s tri strane je okružena morem. Zahvaljujući svome povoljnom položaju, blizu velikih europskih središta, privlači velik broj turista.

Vinski je turizam u Istri iznimno raširen, to se vidi i prema autohtonim vrstama vina – istarska malvazija, (momjanski) muškati i teran.

Turistima iz Slovenije i Italije Istra je glavna turistička destinacija kada su u pitanju kratki odmori i izleti jer svojim položajem nudi sve što se može poželjeti – sunce, more, plaže, kulturno-povijesnu baštinu i prirodne atrakcije. Upravo raznolikost Istre privlači širok raspon turista od obitelji s malom djecom do starijih parova željnih mira.

Prema podacima Strategije razvoja turizma RH do 2020.godine gastronomija i enologija su složeni proizvodi koje konzumiraju gotovo svi turisti, iako relativno malen broj međunarodnih turista putuje isključivo zbog gastro-enoloških iskustava, pa rast potražnje generira uglavnom domaća populacija. Raspoloživa istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode dok 53% posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvodi najviše razvili na području Istre, a potom u Dalmaciji i Slavoniji, sustavan pristup razvoju gastro-enološke turističke ponude još je nedovoljno valoriziran premda je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje.⁷⁴

SWOT analiza sumira sve vanjske i unutarnje čimbenike organizacije ili promatranoga područja koji su važni za njegovo poslovanje i budućnost. Ti se čimbenici još nazivaju i strateški čimbenici. Ova se analiza najčešće koristi u

⁷⁴ Vlada Republike Hrvatske, *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020.godine*, Zagreb, travanj, 2013, str. 9, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, (pristupljeno 10. rujna 2023.)

strategijskome planiranju, za procjenu konkurencije, u marketingu, prilikom razvoj proizvoda i kod izvještavanja o poslovanju neke organizacije.⁷⁵ U daljnjemu je tekstu prikazana SWOT analiza na primjeru Istre i Slavonije, Baranje i Srijema.

5.1. SWOT ANALIZA ISTRE

Prema navedenim i dostupnim podacima, i uz pregled trenutnoga stanja eno-gastronomskog turizma, napravljena je SWOT analiza za istarsku regiju.

Istra je Hrvatskoj najzapadnija vinska regija, a zbog odličnoga geografskog smještaja, njezine pitome mediteranske klime blagih zima idealna je za razvoj vinogradarstva. Istra je regija koja je vrlo bogata poviješću i autohtonim vrstama te to izdvaja kao svoju prednost.

SWOT analiza eno-gastronomskog turizma u Istarskoj županiji.

SNAGE	<ul style="list-style-type: none"> • očuvanost kulturne baštine i tradicije <ul style="list-style-type: none"> • blizina europskih središta • povoljna prometna povezanost s Europom • raznolikost gastronomije i autohtone vinove loze <ul style="list-style-type: none"> • bogatstvo prirodnih atrakcija <ul style="list-style-type: none"> • mediteranska klima • raznolikost turističkih atrakcija <ul style="list-style-type: none"> • gostoprimstvo • sigurnost
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> • loša prometna infrastruktura <ul style="list-style-type: none"> • needuciranost • visoke cijene
PRILIKE	<ul style="list-style-type: none"> • produljenje turističke sezone <ul style="list-style-type: none"> • bolja promocija • partnerstva s drugim regijama i državama <ul style="list-style-type: none"> • kreiranje paket aranžmana • prirodne atrakcije

⁷⁵ Golja, T., *Menadžment u kulturi i turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., str. 135.

PRIJETNJE	<ul style="list-style-type: none"> • sezonalnost • loša infrastruktura • previsoke cijene smještaja • nezainteresiranost mladih za poljoprivredu • nedovoljna promocija gastronomije i enologije • spora prilagodba novim trendovima
------------------	--

Tablica 1 – SWOT analiza Istre

Izvor: autorsko djelo

SWOT analizom prikazan je eno-gastronomski turizam u Istri kroz snage, slabosti, prilike i prijetnje. Analizom smo uvidjeli koje su dobre strane eno-gastronomskoga turizma na kojima treba i dalje raditi u istome smjeru, ali i poboljšati ih. Istaknute su i loše strane koje bi trebalo popraviti i činiti što više za njihovo poboljšanje.

Snage eno-gastronomskoga turizma su gostoprimstvo lokalnih ljudi, očuvana i bogata kulturno-povijesna baština kroz cijelu Istru. Istra je svojim geografskim položajem u blizini europskih emitivnih tržišta (Italija, Slovenija, Austrija, Njemačka) što utječe i na povoljnu prometnu (cestovni i zračni promet) povezanost s Europom, očuvanost tradicijskih običaja u gastronomiji gdje se zadržala izvornost namirnica kao i priprema istih. Prepoznato je bogatstvo prirodne baštine i stvaranje vinskih cesta središnje Istre, ali ono što se ističe, jest sigurnost turističke destinacije.

Slabosti, koje su uočene u Istri, jesu loša prometna infrastruktura gradova, stalni zastoji na cestama, dugačke kolone, nemogućnost pronalaska parkirnog mjesta, infrastruktura koja nije spremna za toliki broj turista, a problem je i needuciranost turističkih agencija u kojima se zapošljava bilo koga prvenstveno zbog nedostatka radne snage. Visoka cijena smještaja i usluga u ugostiteljskim objektima prepreka je još većemu dolasku turista koji izbjegavaju restorane i kupuju vino u trgovinama umjesto da ga konzumiraju u vinariji/restoranu. Također, velika je slabost što je Istra prepoznata kao destinacija sunca i mora, a ne kao eno-gastronomska destinacija, ne promovira se dovoljno ljepota vinograda.

Cjelogodišnjim turizmom stvorila bi se prilika za promoviranjem eno-gastronomskoga. Na osnovu toga ugostiteljski obrti ostali bi otvoreni i tijekom zime stvarajući mogućnost povećanja prihoda. Treba se više ulagati u promociju eno-gastronomije čime bi se stekla prepoznatljivost gastronomskih tradicija vezanih uz autohtone vrste

vinovih loza, a promoviranjem vinskih cesta naglasila bi se autohtonost određene turističke destinacije.

Ono na čemu bi se trebalo poraditi i pokušati spriječiti je sezonalnost – promoviranje cjelogodišnjega turizma, dodatno promoviranje prirodnih atrakcija (npr. vinskih cesta) u svijetu i kreiranje paket aranžmana, financijska ulaganja u rješavanje prometne infrastrukture gradova – rješavanje gužvi i zastoja u gradskim središtima i omogućavanje dodatnih parkirnih mjesta. Potrebno je cijene smještaja i usluga regulirati i u skladu s platežnom moći lokalnoga stanovništva. Omogućavajući dodatne poticaje mladim ljudima, spriječilo bi se izumiranje eno-gastronomske tradicije ulaganjem u daljnji razvoj obiteljskih gospodarstava.

5.2. SWOT ANALIZA SLAVONIJE

Pod nazivom Slavonija podrazumijeva se Baranja i Srijem. To je najistočnija hrvatska regija koja se smjestila između rijeke Drave na sjeveru, Save na jugu, planine Papuk na zapadu i Dunava na istoku. Okružena je dvjema susjednim državama – Mađarskom i Srbijom. Glavna je žitnica i poljoprivredno najrazvijeniji dio Hrvatske. Uzgajaju se najviše žitarice (pšenica i kukuruz), industrijsko bilje i voće, bave se vinogradarstvom i stočarstvom (svinjogojstvo i govedarstvo), a rašireno je i ribnjačarstvo. Ovaj je dio bogat i šumama koje su važan izvor drvne građe.

SWOT analiza:

SNAGE	<ul style="list-style-type: none"> • gostoprimstvo lokalnih ljudi • bogatstvo prirodne kulture • kulturno-povijesno bogatstvo <ul style="list-style-type: none"> • tradicija kulturne baštine <ul style="list-style-type: none"> • geografski položaj • prometna povezanost • cjenovna pristupačnost
SLABOSTI	<ul style="list-style-type: none"> • slaba promocija • nedostatak turističkih agencija, paket aranžmana <ul style="list-style-type: none"> • slaba zračna povezanost <ul style="list-style-type: none"> • napuštenost

	<ul style="list-style-type: none"> • loša financijska situacija
PRILIKE	<ul style="list-style-type: none"> • promocija – najstariji grad u Europi • promocija kulturnih dobara • kreiranje paket aranžmana • održavanja manifestacija u dvorcima • razvitak cjelogodišnjega turizma • razvoj agroturizma, ekosela
PRIJETNJE	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljna promocija • needuciranost • nedostatak radne snage • zanemarenost od strane države i turističkih agencija • slaba zračna povezanost

Tablica 2 - SWOT analiza Slavonije, Baranje i Srijema

Izvor: autorsko djelo

Slavonija svoju snagu izvlači iz gostoprimstva lokalnih ljudi koji će svakoga ugostiti i pripremiti tradicionalnu lokalnu hranu koja se uobičajeno služi na kraju uz vino, a u slavonskim desertima, bogatim nadjevima, uživaju i mladi i stari. Slavonija ima dobar geografski položaj koji ju spaja s velikim emitivnim europskim gradovima preko glavnih europskih koridora u blizini. Obiluje plodnim tlom pogodnim za poljoprivredni uzgoj dostatnim za proizvodnju hrane za cijelu Hrvatsku. Brojne manifestacije, poput Đakovačkih vezova i Vinkovačkih jeseni, učinili su slavonsku gastronomsku tradiciju prepoznatljivu u cijelome svijetu. Za razliku od obalnoga područja cijene su smještaja i ugostiteljskih usluga znatno povoljnije.

Negativnije su strane nedostatak promocije od strane turističkih agencija, slaba zračna povezanost s udaljenijim destinacijama, a loša financijska situacija utječe i na arhitektonsko oblikovanje obiteljskih kuća, što se očituje u njihovome trošnom izgledu.

Vinkovci su poznati kao najstariji grad-naselje u Europi te bi se isticanjem te činjenice i boljom promocijom mogao privući velik broj turista zainteresiranih za kulturnu i povijesnu baštinu. Kulturni obilasci mogu se nadopuniti posjetima vinogradima, vinarijama, vinskim podrumima kao i degustacijama tradicijskih gastronomskih proizvoda (kulen, čvarci, čobanac...). Poticanjem dodatnih eno-gastronomskih

manifestacija u dvorcima razvio bi se i zimski turizam čime bi se privukao dolazak turista tijekom cijele godine.

Nedostatak bolje promocije slavonskoga turizma dovodi do gubitka interesa lokalnoga stanovništva za bavljenjem turizmom. Osim toga, teška financijska situacija dovela je do odlaska mladih ljudi iz Slavonije, a time i do nedostatka radne snage u ugostiteljskome obrtu. Sve su to razlozi zbog čega ne može doći ni do kvalitetnije zračne povezanosti s udaljenijim dijelovima svijeta.

Usporedbom dviju različitih regija, Istre i Slavonije (Baranja i Srijem), očito je kako je Istra u prednosti pa može svoje bogato turističko iskustvo podijeliti s turističkim zajednicama Slavonije i pridonijeti jačanju slavonskoga turizma. Ono što je zajedničko objema regijama, jest bogata kulturna baština, koja se i danas njeguje i ne zaboravlja, te povoljan geografski položaj koji utječe na razvoj poljoprivrede i turizma.

Istra je regija koja iznimno radi na promociji eno-gastronomskoga turizma, na promociji svojih vinovih loza autohtonih vrsta. Danas je teran zaštićeno ime, u čiju je korist presudio Europski sud. Također teran ima i svoj festival, uz koji se udomaćio i istarski tartuf. Najveća je prijetnja ove regije sezonalnost – prenapučenost cijele regije traje dva do tri mjeseca i velikomu je broju turista zapravo onemogućeno u miru pogledati znamenitosti ili ručati u lokalnim restoranima. Turisti su danas željni autohtonoga iskustva u kojemu istinski mogu uživati. Dok se ovakva masovna pojava ne ublaži, turisti neće biti zadovoljni destinacijom te neće otkriti maksimum koji zapravo mogu vidjeti. Također, još jedan od velikih minusa je i prometna infrastruktura. Gradske ceste su u lošem stanju, a dodatni minus je nedostatak parkirnih mjesta tijekom sezone. Sezonalnost i loša infrastruktura narušavaju svakodnevni život lokalnoga stanovništva kojemu je onemogućeno 'normalno' funkcioniranje zbog prevelikoga priljeva ljudi. Prijetnje su ono što lokalne vlasti i turističke zajednice trebaju uzeti za ozbiljno kako bi mogli bolje promovirati Istru kao autohtonu destinaciju s bogatom kulturnom baštinom.

Slavonija treba poraditi na dodatnoj promociji svojih vinskih ruta koje su iznimne ljepote zbog svojih vijugavih cesta, geografskim položajem smještene na blagim padinama. Uz iznimne vinske ceste, potrebno je naglasiti koliko se u Slavoniji njeguje kulturna baština. Slavonija se ponosno diči svojim kulenom koji je pod zaštitom

UNESCO-ove nematerijalne kulturne baštine. Lokalna bi vlast trebala dodatno poraditi na promociji eno-gastronomskoga turizma u Slavoniji jer je to oblik selektivnoga turizma koji se proteže kroz cijelu godinu. Ova je regija bogata resursima tijekom cijele godine i kao takva treba biti prepoznata jer turistima može ponuditi autohtono iskustvo zimi dok sve spava, ali i tijekom vrućega ljeta.

6. ZAKLJUČAK

S obzirom da je turizam jedna od najvažnijih grana našega gospodarstva, potrebno je prilagoditi se svjetskim trendovima u skladu sa željama i očekivanjima turista. Isto tako potrebna je i suradnja između ugostiteljskih objekata i vinarija te lokalnih proizvođača kako bi se kreirao novi lokalni eno-gastronomski proizvod čime bi se, različitim paket--aranžmanima, privukao još veći broj posjetitelja. Time bi se popunili smještajni kapaciteti u hotelima kao i kod privatnih iznajmljivača. Eno-gastronomska ponuda može imati presudnu ulogu u odabiru destinacije jer je hrana nešto što nam je neophodno, a vino nas, u dozvoljenim količinama, može učiniti opuštenijima i sretnijima .

Istra je odavno poznata kao vinska destinacija autohtonih vrsta, a posljednjih se godina probija i na svjetsku scenu svojom gastronomskom ponudom. Istarska fritaja sa šparogama je postalo prepoznato jelo u svijetu pomažući da se i svjetski kuhari uhvate u koštac sa šparogama. Veliku je popularnost stekao i istarski tartuf. Istarski je tartuf postao jako cijenjena namirnica te se mnogi turisti upravo zbog njega odlučuju posjetiti središnju Istru. Uz istarski tartuf popularnost je stekao i teran – crno vino prožeto voćnim tonovima. Njima u čast priređuju se i brojne manifestacije. Istra je eno-gastronomska destinacija koja obiluje manifestacijama, događajima, ali i feštama u svakome mjestu. Sve manifestacije, događaji, fešte uglavnom se događaju tijekom ljetnih i jesenskih mjeseci kada još uvijek velik broj turista boravi u Istri. Domaće fešte privlače velik broj ljudi i izvan mjesta održavanja upravo zbog svoje autentičnosti.

Istra je turistička destinacija koja se promovira u cijelome svijetu te svojim prirodnim atrakcijama, autohtonim jelima i pićima privlači već sada velik broj turista. U promociji turizma treba poraditi na cjelogodišnjemu turizmu kako bi se razbila sezonalnost te kako bi sve čari Istre, i one zimske, doprle do većega broja ljudi.

Danas je Slavonija najpoznatija kao „zlatna ravnica“. Upravo zbog svoga geografskog položaja udomaćila se najpoznatija vinova loza – graševina. Graševina je jedno od najpopularnijih vina današnjice te ju možemo naći kod raznih proizvođača, no isto tako je i podcijenjena zbog proizvođača koji joj ne pridaju na značaju. Slavonija kao eno- gastronomska destinacija ne može se pohvaliti brojnim

manifestacijama poput Istre, ali ono što ju iznimno ističe, jest tradicionalna gastronomija uz koju se oduvijek ispija vino te iznimno gostoprimstvo ljudi. Slavonija je najpoznatija po svome kulenu (u nekim krajevima se naziva i kulin) uz koji uvijek ide rakija šljivovica dok se uz poznati fiš paprikaš ispija bijelo vino.

Slavonija ima značajnu mogućnost za razvoj cjelogodišnjega turizma, a time i brojnih selektivnih oblika turizma, ponajprije eno-gastronomskoga koji se izvrsno razvija na seoskim gospodarstvima. Seoska gospodarstva uglavnom su temeljena na obiteljskim poslovima u kojima se može iskusiti jedinstvena tradicijska baština kroz različite lokalne radove – berba grožđa, uzgoj stoke, radovi na polju te priprema tradicionalnih jela. Time se privlače turisti koji traže autohtona iskustva, a nemaju ih priliku doživjeti u svome svakodnevnom životu.

Slavonija i Istra su dvije potpuno različite regije koje u svojoj različitosti zapravo trebaju učiti jedna od druge. Slavonija treba učiti i raditi na boljoj promociji kako bi privukla veći broj turista dok Istra treba učiti kako smanjiti sezonalnost da bi se spriječila prenapučenost tijekom dvaju ljetnih mjeseci dok ostatak godine zjapi „prazna“. To su regije koje su pod utjecajem prošlosti stvorile svoju bogatu tradicijsku baštinu i izvukle ono najbolje iz nje kako bi stvorile svoj zaštitni znak.

7. POPIS LITERATURE

Knjige

1. Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
2. Golja, T., *Menadžment u kulturi i turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2016.
3. Gržinić, J., *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Zelina d.d., Pula, 2014.
4. Gržinić, J., Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
5. Hara, T., *Quantitative Tourism Industry Analysis: Introduction to inputoutput, Social Accounting Matrix., Modelling and Tourism Satellite Accounts*, Oxford: Butterworth-Heinemann., 2008.,
6. Kunst, I., *Primjenjivost modela javno-privatnih partnerstva u turizmu*, Acta Turistica, Vol 23, 2011., N0 2, pp 105-238
7. Mrduljaš, S., *Etnička struktura Istočnog Srijema (1921.) i razgraničenje između Hrvatske i Srbije (1945.-1947.)*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar – Područni centar Split, 2016.
8. Njavro, M., *Hrvatska gastronomija*, Turistička naklada d.o.o., Zagreb,
9. Perić, M., *Projektni menadžment i javno privatno partnerstvo u turizmu*, Sveučilište u Rijeci Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija 2009.
10. Pirjevac, B., *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb, 2002.
11. Rabić, B., *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2013.
12. Vukonić, B., Keča, K., *Turizam i razvoj: pojam, načela, postupci*, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2001.

E-knjige

1. Gržinić, J., *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Pula, Sveučilište Jurj Dobrile, 2018.

https://www.unipu.hr/images/50023815/Jasmina_Grzinic-Turizam_i_razvoj-rasprava_o_globalnim_izazovima.pdf

Brošure, priručnici, publikacije, znanstveni članci i radovi

1. Čepo, V., Sudarić, T., Deže, J., Krstić, J., Enogastronomska prepoznatljivost Slavonije i Baranje, Fakultet agrobiotehničkih znanosti, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Osijek, 2019., <https://hrcak.srce.hr/file/335940>
2. Horwath HTL, Hotel, tourism and leisure, *Master plan turizma Istarske županije 2015. – 2025.*, Turistička zajednica Istarske županije, Poreč, 2015.
3. Kalmeta, R., *O nazivima turist, turizam i turizmologija*, Jezik, vol. 29, br. 2, 1981, str. 48-52, <https://hrcak.srce.hr/file/304982>
4. Klemenčić, M., *Baranja, povjesno-geografski pregled*, Studia Ethnologica vol. 4 Zagreb, Zagreb, 1992.
5. Krstulović K., Sunara, Ž., *Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj*, Visoka škola za menadžment i dizajn – Aspira, Split, 2017.godina
6. Luković, T., *Selektivni turizam, hir, ili znanstveno istraživačka potreba*, za časopis „Acta turistica“, Zagreb
7. Master plan turizma Osječko-baranjske županije, Osijek, 2017., https://www.obz.hr/hr/pdf/strategija/2017/master_plan_turizma_obz.pdf
8. Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025. , https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/pristup_inf/Strate%C5%A1ki-marketin%C5%A1ki-plan-turizma-Slavonije-s-planom-brendiranja-za-razdoblje-2019.-2025-1.pdf
9. UNWTO, *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism* (<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957>)
10. Zrnić, M., *Gastronomski turizam kao novi vid savremenog turizma*, Visoka hotelijerska škola strukovnih studija, Beograd,

Internetski izvori

1. Bookaleta , Istarska supa, hrana za dušu i tilo, <https://bookaleta.com/istarska-supa-hrana-za-dusu-i-tilo/>
2. Croatia Puna života, <https://croatia.hr/hr-hr/regije/slavonija>

3. Croatian Nomad, Istri Wine&walk oduševio sve posjetitelje, <https://www.domagojsever.com/2023/05/29/istria-wine-walk-odusevio-sve-posjetitelje/>
4. Histrica - Vinske ceste u Istri, <http://histrica.com/hr/g/gastronomija/vino/vinske-cestes/>
5. Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://www.enciklopedija.hr/>
6. Hrvatska turistička zajednica, Fabijanić, D., Hrvatska enogastronomija, Zagreb, 2017. [https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-02/Enogastro%20bro%C5%A1ura HR 2017-18.pdf](https://www.htz.hr/sites/default/files/2018-02/Enogastro%20bro%C5%A1ura%20HR%202017-18.pdf)
7. Hrvatska turistička zajednica, Razvoj i menadžment eno – gastro turizma, <https://www.htz.hr/hr-HR/poslovna-dogadanja/edukacije/edukacija-2014/razvoj-i-menadzment-eno-gastro-turizma>
8. Hrvatska turistička zajednica, Zašto ne biste došli na 3. vinski festival Slavonija i Podravina, wine not?!, <https://www.htz.hr/hr-HR/zasto-ne-biste-dosli-na-3-vinski-festival-slavonija-i-podravina-wine-not>
9. Internacionalni sajam pršuta 2023., <https://tinjan.hr/opcina/novosti/internacionalnog-sajma-prshuta-isap-2023>
10. Istra, https://www.istra.hr/hr/istrazite-istru?_gl=1*vt0cfw*_up*MQ..*_ga*OTg1MzYxNzU4LjE2OTQ4NjYzMjU.*_ga_4VVKPV5SWJ*MTY5NDg2NjMyNS4xLjEuMTY5NDg2NjMyNy4wLjAuMA..
11. Istrapedia, Istra, <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/1260/istra-poluotok>
12. Istarska enciklopedija, <https://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=957>
13. Istriago, The festival of teran wine and truffles, <https://www.istriago.net/hr/the-festival-of-teran-wine-and-truffles/>
14. Istarska županija, <https://www.istra-istria.hr/hr/upoznaj-zupaniju/zemljopisni-podaci/>
15. Kneževi vinogradi, <https://knezevi-vinogradi.hr/turisticki-subjekt/vinatlon/>
16. My Poreč, <https://www.myporec.com/hr/gastronomija/maslinovo-ulje>
17. Općina Bilje, Šaran na rašljama, <https://tzo-bilje.hr/enogastro/saran-na-rasljama/>
18. Razvoj i podjela Hrvatske gastronomije, <https://narodni.net/razvoj-podjela-hrvatske-gastronomije/>

19. Sage Journals, Who is a tourist?: A conceptual clarification, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507.x>
20. Slavonija i Podravina, Vinski festival Slavonija i Podravina, wine not?! 2023, <https://www.slavonija-podravina.hr/hr/ocekuj-vise/slavonija-i-podravina-wine-not-2023/>
21. Srijem i Slavonija, Iločka vinska cesta, <https://srijem-slavonija.eu/hr/sto-vidjeti-i-dozivjeti/tematske-rute/ilocka-vinska-cesta/>
22. Turizam,media, Festival terana i tartufa Motovun, <https://turizam.media/enogastro-welness/festival-terana-i-tartufa-najbolji-teran-u-12-godina-a-tartufe-nadite-u-siru-salami-cipsu-maslinovu-ulju-cokoladi/>
23. Turistička zajednica Općina Motovun, Festival terana i tartufa , <https://www.tz-motovun.hr/news/festival-terana-i-tartufa-46>
24. Turistička zajednica Virovitičko-podravske županije, Vinski festival „Slavonije i Podravina, wine not?! 2022.“, <http://www.tzvpz.hr/vinski-festival-slavonija-i-podravina-wine-not-2022/>
25. Turistička zajednica Požeško-slavonske županije , Zlatna Slavonija Eno & Gastro , savršena kombinacija slavonskih okusa i suvremenih trendova, <https://visitslavonia.hr/novosti/zlatna-slavonija-eno-gastro-savsena-kombinacija-slavonskih-okusa-i-suvremenih-trendova/>
26. Turističke priče, Vinske priče Srijema – Priča o brendiranju Srijema kao vrhunske vinske destinacije, <https://www.turistickeprice.hr/vinske-price-srijema-prica-o-brendiranju-srijema-kao-vrhunske-vinske-destinacije/>
27. Turističke priče, Štorija o fužima: Tradicija koja živi i danas, <https://www.turistickeprice.hr/storija-o-fuzima-tradicija-koja-zivi-i-danas/>
28. UNWTO, Gastronomy and wine tourism, <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
29. Vilicom kroz Hrvatsku, Najbolje od Slavonije: Vina koja trebate isprobati, <https://vilicomkrozhrvatsku.com/objave/pijemo/najbolje-od-slavonije-vina-koja-trebate-isprobati/juraj-sremec/>
30. Vina Croatia – Istra, <https://vinacroatia.hr/hrvatska-vina/primorska-hrvatska/istra/>
31. Vlada Republike Hrvatske, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>

32. Vukovarsko-srijemska županija, Srijem i Slavonija imaju osmišljene turističke proizvode, <https://www.vusz.hr/novosti-najave-i-sluzbene-obavijesti/srijem-i-slavonija-imaju-osmišljene-turisticke-proizvode>
33. Zigante tartufi, Što je to tartuf?, <https://zigantetartufi.hr/sto-je-tartuf/>

Popis slika i tablica

Slike

Slika 1 – Svježi crni tartuf	23
Slika 2 - Šparoge	24
Slika 3 - Maslinovo ulje	25
Slika 4 - Domaći fuži sa šugom	26
Slika 5 - Starski pršut.....	27
Slika 6 - Istarska maneštra	28
Slika 7 - Malvazija.....	29
Slika 8 - Teran	30
Slika 9 - Istarska supa	32
Slika 10 - Položaj Istre u širokom pogledu.....	33
Slika 11 - Poluotok Istra.....	34
Slika 12 - Prikaz geomorfologije Istre	36
Slika 13 - Festival terana i tartufa	40
Slika 14 - Istarski sajam pršuta u Tinjanu	41
Slika 15 - Istri wine&walk.....	42
Slika 16 - Vinski grad u Puli.....	43
Slika 17 - Slavonski kulen.....	46
Slika 18 - Kulenova seka	46
Slika 19 - Čobanac	47
Slika 20 - Fiš paprikaš	48
Slika 21 - Šaran na rašljama.....	49
Slika 22 - Orahnjača i makovnjača	50
Slika 23 - Iločki traminac.....	53

Slika 24..... **Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.**

Tablice

Tablica 1 – SWOT analiza Istre 60

Tablica 2 - SWOT analiza Slavonije, Baranje i Srijema 62

SAŽETAK

Tema ovog diplomskog rada je selektivni oblik turizma – eno-gastronomski turizam. Posljednje desetljeće turizam je postao masovna pojava koja uzrokuje probleme – gubitak autentičnosti destinacije, održivost, sezonalnost... odgovor za takve probleme nam se javlja u selektivnom obliku turizma. Upravo je eno-gastronomski turizam odgovor za održivost turizma, ali i održivost autentičnosti destinacije. Eno-gastronomski turizam je posebna vrsta turizma koja je spojila vinski i gastronomski turizam u jednu cjelinu. Odnosi se na umjetnost spajanja iskustava autentičnih i lokalnih jela i vina. Za primjer eno-gastronomskog turizma su uzete regije Istre i Slavonije (Slavonija, Baranja i Srijem). Kroz poglavlja ovog rada pobliže je objašnjena lokalna kuhinja, i vina, određenih regija. Na kraju je napravljena SWOT analiza iz koje smo mogli zaključiti kako između dvije regije je Istra ta koja prednjači u isticanju eno-gastronomskog turizma. Spajanjem gastronomije, vina, povijesti i krajolika Hrvatska može stvoriti vodeću destinaciju eno-gastronomskog turizma u Europi.

Ključne riječi:

Turizam, selektivni oblici turizma, eno-gastronomski turizam, gastronomija, lokalna kuhinja, kulturni turizam, spoj hrane i vina, autentično iskustvo, kušanje vina, vinske ceste, vinogradi

SUMMARY

The topic of this thesis is a selective form of tourism – eno-gastronomic tourism. Over the last decade, tourism has become a mass phenomenon causing problems such as the loss of destination authenticity, sustainability, and seasonality. The answer to such problems lies in selective forms of tourism. Eno-gastronomic tourism specifically addresses the sustainability of tourism and the preservation of destination authenticity. Eno-gastronomic tourism is a special type of tourism that combines wine and gastronomic tourism into one entity. It involves the art of combining the experiences of authentic and local dishes and wines. The regions of Istria and Slavonia (including Slavonia, Baranja, and Srijem) are taken as examples of eno-gastronomic tourism. Throughout the chapters of this work, the local cuisine and wines of these specific regions are explained in more detail. Finally, a SWOT analysis was conducted, from which it was concluded that, between the two regions, Istria stands out in promoting eno-gastronomic tourism. By combining gastronomy, wine, history, and landscapes, Croatia can create a leading eno-gastronomic tourism destination in Europe.

Keywords:

Tourism, selective forms of tourism, eno-gastronomic tourism, gastronomy, local cuisine, cultural tourism, food and wine pairing, authentic experiences, wine tasting, wine routes, vineyards