

Zabavni parkovi nekad i danas (Projekt zabavnog parka "Inspirit Fantasy park")

Pokos, Saša

Master's thesis / Diplomski rad

2015

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:137:290846>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-24**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković"
Sveučilišni diplomski interdisciplinarni studij Kultura i turizam

SAŠA POKOS

ZABAVNI PARKOVI NEKAD I DANAS
(PROJEKT ZABAVNOG PARKA „*INSPIRIT FANTASY PARK*“)

Diplomski rad

Pula, 2015.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković"
Sveučilišni diplomski interdisciplinarni studij Kultura i turizam

SAŠA POKOS

ZABAVNI PARKOVI NEKAD I DANAS
(PROJEKT ZABAVNOG PARKA „INSPIRIT FANTASY PARK“)

Diplomski rad

JMBAG: 0303015269

Kolegij: Antropologija turizma

Mentor: prof. dr. sc. Fulvio Šuran

Pula, rujan 2015.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

U Puli, 13. rujna 2015.

Student:

Saša Pokos

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| UVOD | 1 |
| 1. POVIJEST ZABAVNIH PARKOVA..... | 3 |
| 1.1. Počeci zabavnih parkova..... | 4 |
| 1.2. Blackpool i Coney Island..... | 8 |
| 1.3. Moderni zabavni parkovi. | 12 |
| 1.4. Zlatno doba zabavnih parkova. | 13 |
| 1.5. Depresija i Drugi svjetski rat. | 14 |
| 2. ZABAVNI I TEMATSKI PARKOVI DANAS..... | 17 |
| 2.1. Disneyland | 17 |
| 2.2. Europa Park..... | 19 |
| 2.4. Gardaland..... | 20 |
| 2.6. Zabavni i tematski parkovi budućnosti | 21 |
| 3. IAAPA..... | 23 |
| 3.1. Organizacijska struktura..... | 24 |
| 3.2. IAAPA sajam atrakcija. | 24 |
| 3.3. IAAPA publikacije..... | 25 |
| 4. TEA..... | 26 |
| 4.1. Povijesni razvoj..... | 27 |
| 4.2. Thea nagrada..... | 27 |
| 4.3. TEA/AECOM Izvještaj..... | 28 |
| 5. NAPHA..... | 29 |
| 5.1. Povijest..... | 29 |
| 5.2. Očuvanje zabavne industrije | 29 |
| 6. EKONOMSKI I SOCIOLOŠKI UTJECAJI ZABAVNIH PARKOVA..... | 32 |
| 6.1. Ekonomski utjecaji..... | 32 |
| 6.2. Sociološki utjecaji..... | 36 |
| 7. ISTRA INSPIRIT I PROJEKT " <i>INSPIRIT FANTASY PARK</i> " | 37 |
| 7.1. Projekt Istra Inspirit | 37 |
| 7.2. Nagrade | 39 |
| 7.3. IRTA (Istarska razvojna turistička agencija) | 39 |
| 7.4. Istarska županija..... | 40 |
| 7.5. Turistička zajednica Istarske županije | 40 |

| | |
|---|----|
| 7.6. Istra Inspirit doživljaji..... | 41 |
| 7.7. Projekt Inspirit Fantasy Park..... | 50 |
| 7.8. Sadržaj parka..... | 51 |
| 7.9. Opis cjelina parka | 55 |
| 7.10. SWOT analiza Inspirit Fantasy parka | 60 |
| 7.11. Konkurencija na tržištu | 62 |
| ZAKLJUČAK | 65 |
| POPIS LITERATURE | 67 |
| POPIS TABLICA..... | 69 |
| POPIS SLIKA | 69 |
| POPIS PRILOGA..... | 71 |

UVOD

Predmet ovog diplomskog rada je obrada povijesne i teoretske podloge zabavnih parkova kroz njihov nezaustavljiv razvoj od prvih srednjovjekovnih sajмова zabave pa sve do današnjih modernih zabavnih parkova. U radu se također govori i o budućim predviđanjima razvoja zabavnih parkova koji će se početi razvijati u potpuno novom smjeru, a oslonit će se isključivo na današnju modernu tehnologiju koja će doživljaje u parku postaviti u potpuno novu dimenziju za sve posjetitelje. Zabavni parkovi danas su postali vrlo važan dio dokoličarske i turističke ponude te kroz analizu ključnih čimbenika njihove uspješnosti želi se predstaviti njihove prednosti i nedostatke s obzirom da je njihov razvoj u dokolici i turizmu bio dosta zanemaren. Većina znanstvene literature pisana je od strane engleskih, američkih, njemačkih i austrijskih stručnjaka, što je i razumljivo s obzirom da se navedene nacije već dugi niz godina nalaze u industriji zabavnih parkova. Kroz primjere zabavnih parkova u svijetu, dolazi se do ideje o izgradnji zabavnog parka u Istri, kao prvog zabavnog i tematskog parka u Hrvatskoj. Postoje razni drugi zabavni i tematski parkovi u Hrvatskoj, ali u ovom radu će se predstaviti park koji će ponuditi specifičnu ponudu između zabavnog parka s atrakcijama (vlakovi smrti, vrtuljci, predstave, itd.) i istarsko-slavenske povijesti, mitologije i legenda. Prikazat će se kako bi park trebao izgledati te kakvi popratni sadržaji i programi će se ponuditi posjetiteljima. Analiza samog okruženja buduće lokacije tematskog zabavnog parka *Inspirit Fantasy Parka* ukazuje na potrebu za ovakvom turističkom atrakcijom koja bi dodatno ojačala turizam Istre i Hrvatske.

Cilj rada je prikaz potrebe za razvojem zabavnog parka u Istri s obzirom da se danas sve više potiče razvoj zabavnih parkova, jer se kroz njih omogućuje upoznavanje raznih drugih kultura, tradicije i povijest pojedine destinacije. Projekt *Inspirit Fantasy Parka* koji uskoro kreće u realizaciju, svojim budućim gostima ponudit će potpuno novu dimenziju tematskih parkova koji su sve više traženi u industriji zabavnih parkova.

Osnovna hipoteza ovog rada nastoji prikazati da je prepoznavanje i aktualiziranje ideje tematskih i zabavnih parkova za jačanje prepoznatljivosti destinacije na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu veoma bitno. Prepoznavanje autohtone kulturne povijesti i baštine kroz tematski park predstavlja potpuno novi čimbenik prepoznatljivosti destinacije Istre na turističkom tržištu.

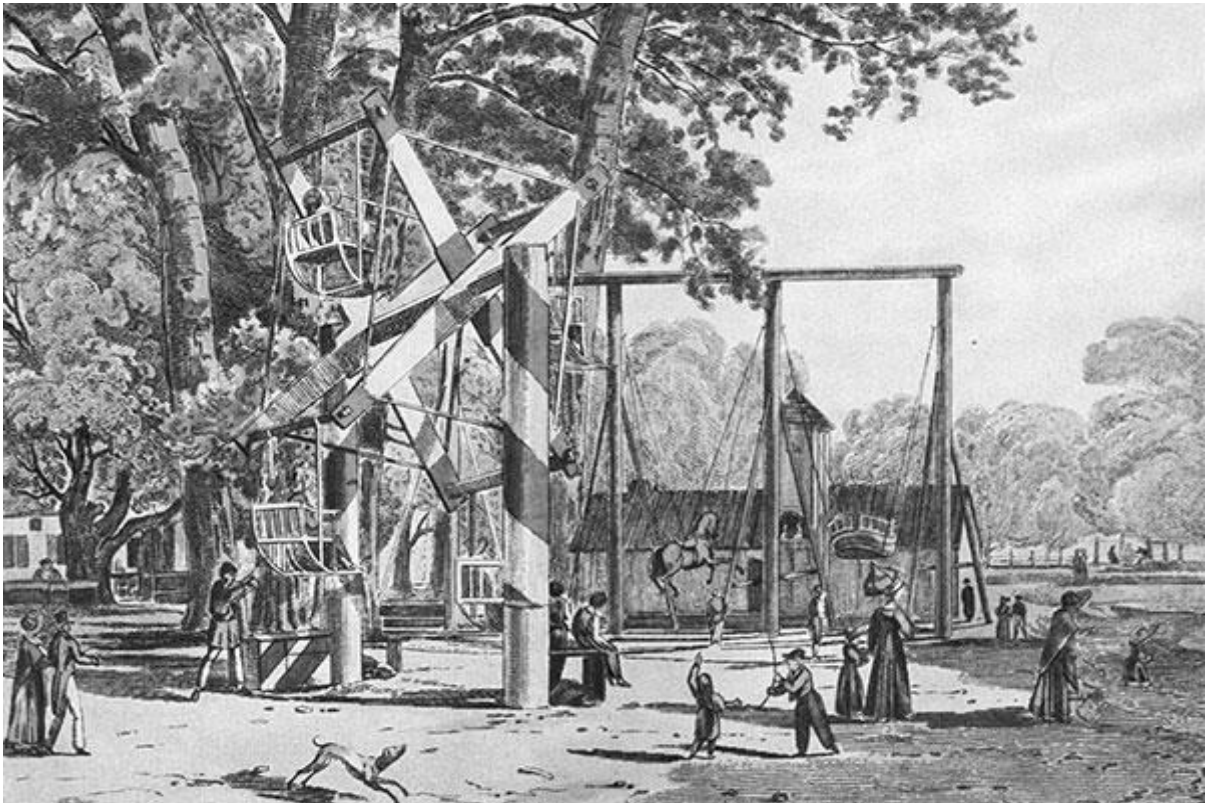
Tijekom istraživanja provedeno je sekundarno istraživanje stručne literature, baze podataka i internetskih izvora. Za izradu rada korištene su isključivo znanstvene metode deskripcije, kompilacije i analize koje su većinom prevedene sa stranih jezika.

Rad je raspodijeljen na sedam poglavlja. U uvodu je dan uvid u temu rada, ciljeve rada, osnovnu hipotezu te metode istraživanja korištene u svrhu izrade diplomskog rada. U prvom poglavlju opisuje se povijesni razvoj zabavnih parkova koji je doveo do razvoja današnjih parkova. U drugom poglavlju prikazani su današnji moderni parkovi poput *Disneylanda*, *Europa Parka* i *Gardalanda* kao primjeri dobre prakse, te je dan kritički osvrt i predviđanje za zabavne parkove budućnosti. Treće, četvrto i peto poglavlje prikazuju razne svjetske organizacije i udruge koje se bave razvojem i očuvanjem industrijske baštine zabavnih parkova. U šestom poglavlju su obrađeni i istraženi ekonomski i socijalni utjecaji zabavnih parkova kroz koje će se ustanoviti prednosti i nedostaci navedenih atrakcija. Tema sedmog poglavlja je prikaz projekta *Istra Inspirit* koji je ujedno bio i početni projekt Istarske županije, Istarske razvojne turističke agencije (IRTA-e) i Turističke zajednice Istre, za razvoj prvog tematskog parka u Istri, *Inspirit Fantasy Parka*. Također, kroz posljednje poglavlje je prezentiran i *Inspirit Fantasy Park* s planiranim konceptom izgleda parka. Na kraju je dan zaključak na rad, a u posljednjem dijelu rada iznesen je i sažetak cjelokupnog istraživanja.

1. POVIJEST ZABAVNIH PARKOVA

Današnji tematski parkovi duguju svoje postojanje prije svega ljudskoj potrebi za odmorom i zabavom. Počeci današnjih velikih zabavnih parkova bili su srednjovjekovni sajmovi koji su se održavali po nekoliko dana, s atrakcijama ondašnjeg svijeta. Na takvim sajmovima prikazivali su se razni relikviji i čuda iz života svetaca, nastupi s egzotičnim životinjama, nastupi akrobata, živa glazba i dr. Sajmovi su uz neke novine (putujuća kazališta, cirkusi, akrobati i snagatori) dugo ostala mjesta zabave sve do početka 19. stoljeća, a negdje i do polovice 20. stoljeća. kada je uz prvu industrijsku revoluciju krenuo i razvoj prvih modernih zabavnih parkova.

Slika 1. Svjetska izložba, Beč 1873. godine (izložbeni prostor park *Prater*)



Izvor: Prater , http://www.bnprivat.at/bm2/klingende_leopoldstadt/index_prater.html, (12.09.2015.)

U to vrijeme zabavni parkovi doživjeli su procvat, a poticaj su im bile prve svjetske izložbe koje su privukle velik broj posjetitelja. Tako je nakon Svjetske izložbe u Beču 1873. godine na istom prostoru nastao zabavni park *Prater* sa vrtuljcima, streljanama i sličnim ondašnjim velikim atrakcijama. Nakon Svjetske izložbe održane u Chicagu 1893. godine kada je kao atrakcija izložen i divovski kotač-vrtuljak (*Ferris Wheel*) krenuo je nagli val osnivanja zabavnih parkova, čiju su izgradnju financirale prijevoznike kompanije kako bi povećale

broj putnika vikendom.¹ Najpoznatiji parkovi iz tog vremena bili su u New Yorku na otoku Coney Island i Blackpool blizu Londona. Nakon Drugog svjetskog rata i izgradnje prvog *Disneylanda*, počela je prava utrka u izgradnji što većih i skupljih parkova sa širokom ponudom zabave, jer su jedino one mogle zadovoljiti ukus sve više izbirljivije i zahtjevnije publike.

1.1. Počeci zabavnih parkova

Zabavni parkovi su proizašli iz ranijih tradicija zabave, među kojima se na prvom mjestu našao jedan od najstarijih sajmova iz srednjeg vijeka, Bartolomejski sajam u Engleskoj. Započeo je još 1133. godine pa sve do 1855. godine kada je bio održavan svake godine 24. kolovoza u dijelu grada Sionskog na West Smithfieldu, izvan Aldersgatea kraj Londona. Nakon raspada, sajam se nastavio organizirati unutar župe Sv. Bartolomeja Velikog, međutim kratkog vijeka. Javnost je na sajmu mogla doživjeti razne priredbe nakaza (tzv. *Freak show*), cirkuse, akrobate i žonglere kako prikazuju svoje vještine i mogli su sudjelovati u raznim natjecanjima tijekom cijelog sajma.²

Slika 2. Bartolomejski sajam 1808. godine (glavni sajmišni trg)



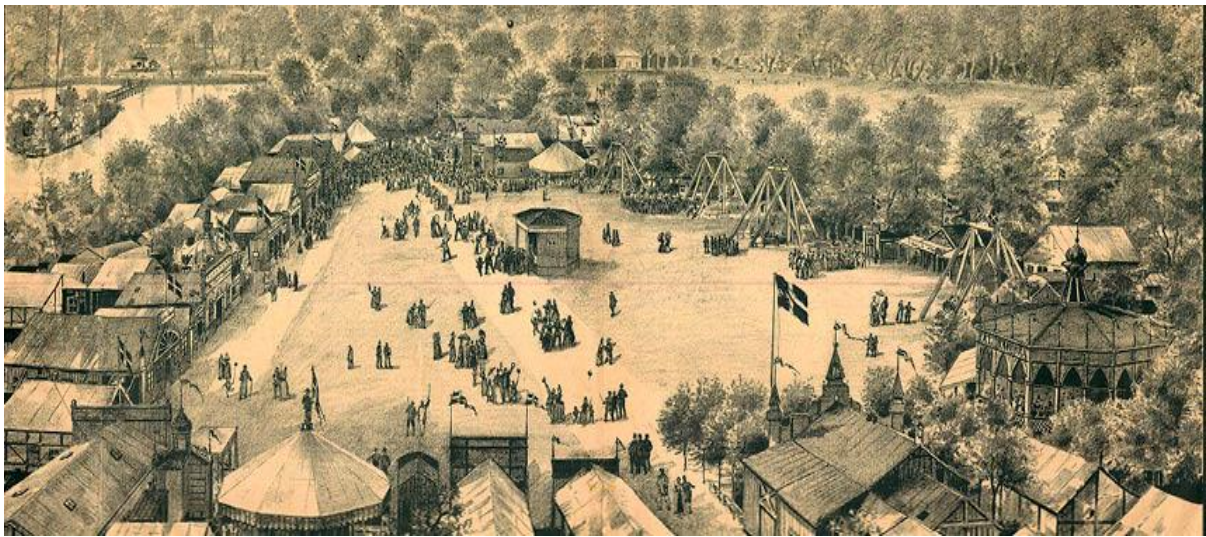
Izvor: Bartolomejski sajam, <http://www.motco.com/series99/SeriessearchPlatesFulla.asp?mode=query&artist=360&other=417&x=11&y=11>, (12.09.2015.)

¹ Hillman, J., 2013: *Amusement parks*, Shire General, Oxford, str:12

² Morley, H., 1859: *Memoirs of Bartholomew fair*, Chapman and Hall, London, str: 5-25

Prvi i najstariji svjetski zabavni park pojavio se u Europi i to u Klampenborgu, sjeverno od Kopenhaga u Danskoj pod nazivom *Bakken* (hrv., brdo). Izgrađen je davne 1583. godine te je stoljećima bio omiljena destinacija ljudima iz Kopenhaga. Tijekom ljetnih mjeseci obitelji s djecom, mladi parovi i umirovljenici podjednako bi pohrlili u zabavni park i okolne šume kako bi uživali u cjelodnevnoj zabavi u parku. Park je imao jedinstveni položaj u središtu Danske u jednoj od najljepših šuma gdje su posjetitelji mogli nailaziti na raznu zabavu iznenađenja usred zelenila.³

Slika 3. Zabavni park *Bakken* oko 1800. godine



Izvor: Bakken - najstariji zabavni park u svijetu, <http://www.bakken.dk/english/bakken-the-worlds-oldest-amusement-park>, (14.09.2015.)

Park danas nudi savršen spoj dječje zabave, restorana, *pubova* i barova za zabavu s živom glazbom. To nije samo mali dječji zabavni park, nego i mjesto gdje se cijela obitelj može zabavljati. Zbog svoje povijesne vrijednosti i jedinstvenog položaja, u parku nema poznatih brendova brze prehrane ili raznih drugih proizvoda te su također zabranjene rasvjetne reklame. Umjesto komercijalne i potrošačke "zbrke" koju nalazimo u svakom današnjem parku, *Bakken* posjetiteljima nudi razne drvene i autohtone objekte (vlakovi smrti, dućani, restorani, itd.) te male obrtnike i nezavisne trgovce koji prodaju Danske autohtone proizvode. U parku je zadovoljstvo posjetitelja na prvom mjestu.

Uz oba začetnika zabavnih i tematskih parkova (Bartolomejski sajam i *Bakken*) postojao još jedan veoma bitan začetnik budućih zabavnih parkova, a to je bio *Vauxhall Gardens* u Londonu. Bilo je to jedno od vodećih mjesta za javnu zabavu u Londonu, od

³ Bakken - najstariji zabavni park u svijetu, <http://www.bakken.dk/english/bakken-the-worlds-oldest-amusement-park>, (14.09.2015.)

sredine 17. stoljeća pa sve do sredine 19. stoljeća. Davne 1662. godine vrt se sastojao od samo nekoliko drveća i grmlja s atraktivnim šetnjicama uzduž velikih drvoreda te je ulaz bio slobodan, a uzduž šetnice nalazili su se štandovi koji su prodavali hranu i piće za posjetitelje. *Vauxhall Gardens* bio je smješten na južnoj obali rijeke Temze, te se vrt sastojao od raznih vrsta stabala i cvijeća, pješačkih staza i paviljona osvijetljenih s tisućama plinskih svjetiljki.⁴

Slika 4. *Vauxhall Gardens* 1751. godine



Izvor: Povijest Vauxhall Gardens, http://www.vauxhallgardens.com/vauxhall_gardens_Briefhistory_page.html, (18.09.2015.)

Nakon nekoliko godina, 1732. godine u park se uvodi naplata ulaza te su posjetitelji mogli šetati vrtom i diviti se raznovrsnoj flori parka, a uz razne skulpture mogli su uživati i uz glazbu koju je izvodio Londonski orkestar. Do 1820. godine u vrtu se moglo uživati u plesu, raznim igrama, hrani, piću i vatrometu te su se organizirale i izložbe balonaških klubova. Uz raznovrsnu zabavu i pirotehniku, vlasnici parka dovode i družine glumaca na pozornicu te uprizoruju posjetiteljima Napoleonov poraz u bitci kod Waterlooa, natjecanje rimskih kola i napada križara na grad Acre.⁵ *Vauxhall Gardens* danas je gradski park, s mnogo listopadnog drveća i na njemu se nalazi gradska farma životinja. Također, vrt se koristi za dobrobit

⁴ Coke, D., Borg, A., 2011: *Vauxhall Gardens: A History*, Paul Mellon Centre BA; Second edition, London, str: 75-81

⁵ Povijest Vauxhall Gardens, http://www.vauxhallgardens.com/vauxhall_gardens_Briefhistory_page.html, (18.09.2015.)

lokalne zajednice, te se unutar njega organiziraju razni sajmovi, sezonski festivali, koncerti na otvorenom i vatrometi.

Chicago je 1890-ih postao rodno mjesto modernih zabavnih parkova kakve danas poznajemo. Nakon Svjetske izložbe održane u Chicagu 1893. kad je kao atrakcija izložen divovski kotač (eng. *Ferris wheel*) nastao je val osnivanja zabavnih parkova, čiju su izgradnju većim dijelom financirale prijevoznike kompanije kako bi povećale broj putnika vikendom na mjesta gdje su se planirali izgraditi zabavni parkovi.⁶ Najpoznatiji parkovi iz tog vremena bili su na Coney Islandu blizu New Yorka.

Možemo reći kako su rani počeci zabavnih parkova ili prvi začetnici zabavnih parkova nudili ipak znatno drugačiju ponudu za zabavu, ali na kraju se uvijek sve svodilo na jednu stvar kao i dan danas – da bi se ljudi za vikende jednostavno mogli odmoriti i zabaviti sa svojim najbližima te provesti ugodan dan na otvorenom.

Slika 5. *Ferris wheel*, Svjetske izložba Chicago 1893. godine



Izvor: Divovski kotač (eng. *Ferris wheel*), Svjetska izložba u Chicagu, https://en.wikipedia.org/wiki/Amusement_park#/media/File:Ferris-wheel.jpg, (25.09.2015)

⁶ Hillman, J., 2013: Amusement parks, Shire General, Oxford, str: 24

industrijski poslodavci i njihove kompanije uspjeli iskoristiti priliku kako bi ljudima ponudili da svoje slobodno vrijeme provedu u njihovim parkovima za zabavu.

Blackpool se u svojim ranim počecima počeo razvijati kao ljetovalište i vikend destinacija u Engleskoj. Kroz vrijeme su se počeli razvijati razni zabavni sadržaji te je Blackpool dobio svoj prvi zabavni park *Blackpool Pleasure Beach* (1904. godine) koji još do današnjeg dana radi. Posjetitelji su dolazili vlakom iz svih smjerova kako bi uživali u svom slobodnom vremenu uz more. To je svakako potaklo i motivaciju poduzetnika da krenu s izgradnjom hotela i stvaraju nove sadržaje što je dovelo do više posjetitelja i naglog ciklusa rasta destinacije i parka tijekom 19. stoljeća.

Slika 7. *Blackpool Pleasure Beach* 1907. godine



Izvor: Blackpool Pleasure Beach, 1907. godine, <http://entertainmentdesigner.com/history-of-theme-parks/the-history-of-pleasure-beach-blackpool-the-uks-number-one-amusement-park/>, (25.09.2015.)

Blackpool je ubrzo postao glavna atrakcija za sve posjetitelje Blackpoola i okolice Londona. Osim standardnih vrtuljaka i velikog kotača u ponudu su spadali i veliko operno kazalište, plesna terasa s živom muzikom, razne predstave žonglera te posjet raznih cirkusa tijekom cijele godine. Veliki dijelovi šetnice također su bili osvijetljeni s raznim rasvjetnim tijelima kako bi se sam prostor dočarao opuštajućim što je rezultiralo da bi se posjetitelji zadržali duže od jednog dana ili vikenda. Blackpool je s vremenom postao prava turistička destinacija koja je uz svoju ponudu zadovoljavala sve potrebe ondašnjih posjetitelja. Danas je

Blackpool Pleasure Beach jedan od vodećih zabavnih parkova u Engleskoj te još dan danas jedna od poželjnijih destinacija za odmor u Engleskoj.

Slično zabavno središte u Sjedinjenim Američkim Državama bio je Coney Island u Brooklynu u New Yorku. Tamo su još ljudi u ranim počecima 19. stoljeća dolazili pomoću zaprežne tramvajske linije kako bi našli svoje zadovoljstvo uz obalu atlantskog oceana i uživali u njemu. Naravno da se kroz vrijeme i ovdje pokazalo kako je potrebno izgraditi hotele i dodatne sadržaje za zabavu, pa se već 1870. godine postavio prvi vrtuljak, a samo nekoliko godina kasnije i prvi vlak smrti (naziv za vlak koji ide po tračnicama koje su u zraku i tehnički je siguran) *Switchback Railway* koji je pušten u rad 1884. godine.⁸

Slika 8. Vlak smrti *Switchback Railway*, Coney Island 1910. godine



Izvor: New-York tribune, 1910, september 11, Page 5, Image 21, <http://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83030214/1910-09-11/ed-1/seq-21/>, (25.09.2015.)

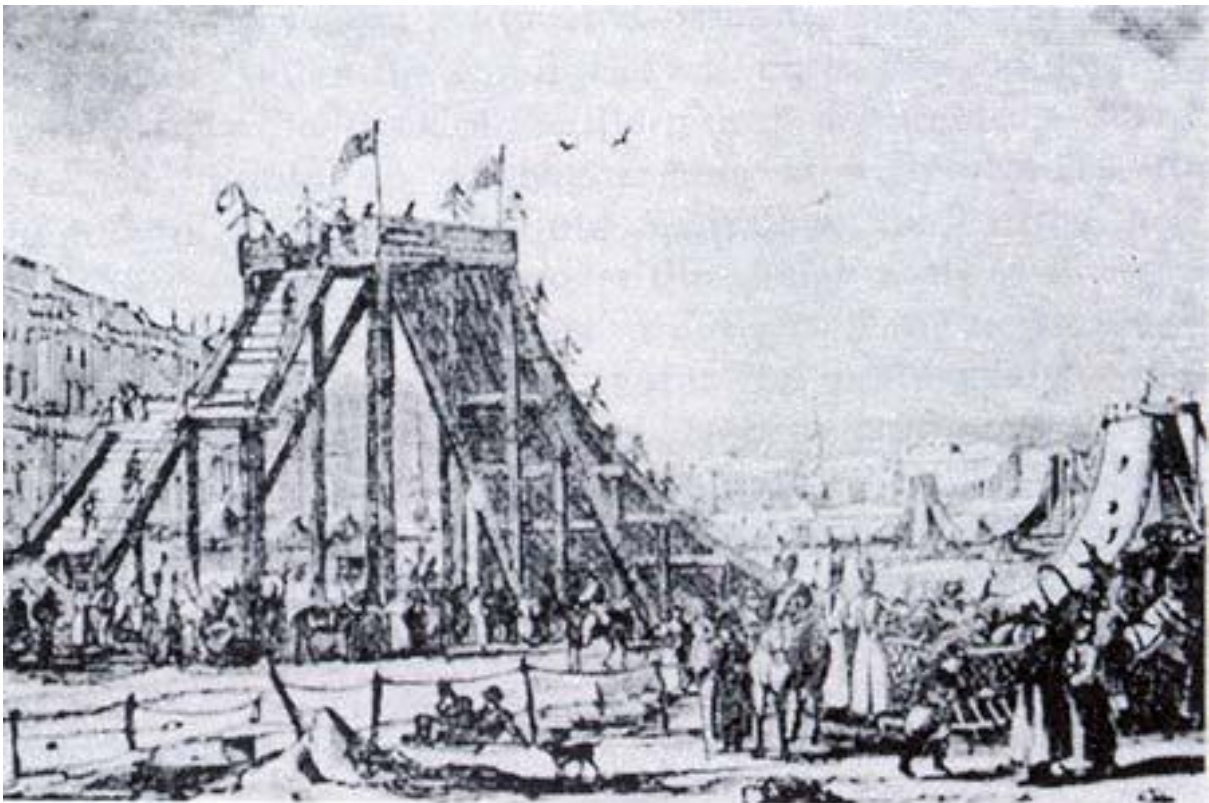
U posljednjem desetljeću 19. stoljeća u svim većim američkim gradovima pojavili su se električni tramvaji te je javni prijevoz u Americi doživio svoj prvi razvoj. Zanimljivo je da su prijevozničke tvrtke financirale parkove kako bi posjetitelji koristili njihov javni prijevoz za prijevoz do željenih parkova ili destinacija za odmor. Prijevozničke tvrtke su uzele u najam razne javne lokacije kako bi mogle razviti tramvajske linije i stvoriti naviku posjetiteljima da koriste javni prijevoz. Uz tramvajsku kartu posjetitelji su svoj novac trošili i u zabavnim dijelovima parka za mehaničku zabavu (vlakovi smrti, vrtuljci), plesne dvorane, sportske terene, vožnje brodom, restorane i ostale sadržaje u parku. Takvim konzumerističkim

⁸ Clave, S.A., 2007: *The Global Theme Park Industry*, CABI Publishing, Cambridge, str: 38

pristupom su se počeli razvijati prvi zabavni parkovi koji su kasnije utjecali na strategiju razvoja modernih zabavnih parkova kakve danas poznajemo.

Zanimljiva povijesna činjenica je da prvi preteči vlakovi smrti ne potječu iz Amerike, već iz Rusije. U Rusiji su još u 15. stoljeću imali izgrađenu drvenu konstrukciju s toboganom po kojem su se ljudi na kocki leda i s slamnatim sjedalom spuštali niz padinu. Tobogan je bio visok oko 21 metar te su se ljudi niz padinu spuštali s kockom leda i dosegali brzinu do 80 kilometara na sat, što je rezultiralo da su tobogan nazvali „Leteća planina“.

Slika 9. „Leteća planina“ 1650. godine



Russian Ice Slides—1650

Izvor: Povijest vlakova smrti, <http://www.britannica.com/topic/roller-coaster>, (26.09.2015.)

Vožnja je kasnije službeno otvorena u St. Petersburgu na lokalnom sajmu 1784. godine, gdje se koristila i produžena verzija tobogana s dugačkim zavojima i malim brežuljcima kako bi ljudi pri vožnji niz padinu mogli malo skočiti u zrak. Ista je vožnja kasnije predstavljena i u Parizu na poduzetničkom sajmu 1804. godine, kao brzinski tobogan koji se zvao „Ruska planina“, ali zbog nedostatka snijega i leda u Parizu, sanjke (kao kocka leda) su bile opremljene s malim kotačima. Današnji povjesničari zabavnih parkova su potvrdili kako su upravo to bili prvi vlakovi smrti koji su potaknuli američke industrijalce da

pokušaju istu vožnju predstaviti u svojoj zemlji. Nacionalna povijesna organizacija zabavnih parkova (NAPHA) je „Leteću planinu“ priznala i uvrstila kao prvi vlak smrti u svijetu.⁹

1.3. Moderni zabavni parkovi

Prvi ograđeni prostor za zabavu i odmor bio je osnovan u Coney Islandu, 1895. godine pod nazivom *Sea Lion park* u Brooklynu.¹⁰ Ovaj park je bio jedan od prvih naplatnih parkova te se za ulaz plaćala ulaznica koja je vrijedila za sve atrakcije u parku. Iako je to bio potpuno nov pristup naplate ulaznica, to se vrlo brzo pokazalo kao odlična ideja te su i ostali parkovi u Americi učinili identičan korak naplate.

Nakon samo par godina *Sea Lion park* se pridružio *Steeplechase Parku* koji se također nalazio na Coney Islandu te je bio jedan od triju najvećih zabavnih parkova na otoku. George Tilyou, američki poduzetnik i dizajner *Steeplechase Parka* imao je ideju kako bi htio stvoriti park koji bi nudio razna uzbuđenja i zabavu za sve posjetitelje. Kombinacija parka i lokalnog stanovništva New Yorka stvorilo je od Coney Islanda jedan ogroman uspjeh te je park već 1910. godine imao preko milijun posjetitelja godišnje što je rezultiralo s daljnjim razvojem parka. Možemo slobodno reći kako je Coney Island bio začetnik prvih modernih zabavnih parkova koji još dan danas zabavlja sve uzraste željne dobre zabave u parkovima diljem cijelog svijeta. Uz *Steeplechase Park* su se tokom narednih godina razvila i još druga dva parka pod nazivom *Luna Park* i *Dreamland*, te su sva tri parka za svog vremena radila s punim kapacitetom i privlačili širu publiku tokom svakog vikenda. U ono vrijeme kada su se parkovi gradili od drveta jedina je i najveća opasnost za konstrukciju bila vatra. Tako je nažalost, već 1911. godine *Dreamland* kao prvi park izgorio do temelja zbog rasvjete, dok je *Luna Park* izdržao do 1944. godine, kada je također izgorio. *Steeplechase Park* je također pretrpio dva veća požara, međutim nastavio je raditi sve do 1964. godine kada je i službeno zatvoren. Danas je kompletan prostor prenamijenjen za bejzbolski stadion *MCU PARK*, ali su određeni objekti od industrijske važnosti zabavnih parkova zaštićeni od strane Nacionalne povijesne organizacije zabavnih parkova (NAPHA-e).¹¹

⁹ Povijest zabavnih parkova, <http://www.napha.org/HISTORY/tabid/65/Default.aspx>, (25.09.2015)

¹⁰ Hillman, J., 2013: Amusement parks, Shire General, Oxford, str: 59

¹¹ Povijest zabavnih parkova, <http://www.napha.org/HISTORY/tabid/65/Default.aspx>, (25.09.2015)

1.4. Zlatno doba zabavnih parkova

Krajem 19. i početkom 20. stoljeća, amerikanci su počeli manje raditi u industriji, tj. uveden je osmosatni radni dan te su ljudi imali više slobodnog vremena i osobnog dohotka.¹² S ušteđenim novcem i pronalaskom slobodnog vremena ljudi su počeli tražiti nove prostore i aktivnosti za zabavu kako bi svoje slobodno vrijeme maksimalno iskoristili. Već u samome početku su se zabavni parkovi pokazali kao pun pogodak gdje bi ljudi mogli provesti svoje slobodno vrijeme. Parkovi su ljudima jednostavno služili kao izvor mašte i bijega iz stvarnog života, tj. nudili su im potpuno novo iskustvo opuštanja.

Početkom 1900-ih dolazi do naglog rasta zabavnih parkova diljem SAD-a i Kanade te su tramvaji stajali ispred svakog parka i dovozili posjetitelje kako bi se zabavili. Nalazili su se često blizu poznatih parkova, plaža ili mjesta gdje su se održavali veliki sajmovi. U to vrijeme su razni parkovi poput *Steeplechase Parka*, *Luna Parka* i *Dreamlanda* doživjeli svoj procvat, te možemo reći kako je to bilo njihovo zlatno doba.

Zlatno doba zabavnih parkova uključivalo je i dolazak *Kiddie Parka*. Osnovan je 1925. godine i smješten u San Antoniu u Texasu gdje je još uvijek u pogonu. *Kiddie parkovi* postali su popularni dječji zabavni parkovi diljem Amerike nakon Drugog svjetskog rata.

Slika 10. Kiddie Park, San Antonio 1953. godine



Izvor: Povijest Kiddie parka, <http://kiddiepark.com/main/history/>, (25.09.2015.)

¹² Povijest američke industrije, <http://historymatters.gmu.edu/d/6645/>, (25.09.2015.)

To je bilo razdoblje kada se dogodio nagli razvoj parkova i uslijedile su razne tehničke inovacije vrtuljaka, vlakova smrti i raznih drugih vrsta atrakcija. Atrakcije su postale sve veće, a posjetitelji parkova su iz godine u godinu tražili uvijek nešto novo. Do kraja prvog svjetskog rata, ljudi su se počeli ponašati kao da žele još uzbudljiviju zabavu te je nakon toga uslijedio nagli razvoj sve bržih vlakova smrti. Iako je razvoj automobila pružao ljudima više mogućnosti za zadovoljavanje svojih potreba u pogledu zabave, zabavni parkovi su nakon drugog svjetskog rata i dalje bili veoma uspješan produkt, dok su mali urbani zabavni parkovi gubili sve više publike. U 1920-ima su vlakovi smrti doživjeli svoje tzv. zlatno doba, gdje se u Americi u to vrijeme registriralo preko 1,500 vlakova smrti koji su zabavljali američke posjetitelje diljem zemlje.

Slika 11. *Crystal Beach Cyclone*, Ontario 1927. godine



Izvor: O *Crystal Beach* parku , <http://aphan.ca/crystalbeach.html>, (25.09.2015.)

1.5. Depresija i Drugi svjetski rat

Nakon velike depresije koja je počela 1929. godine i za vrijeme Drugog svjetskog rata naglo su opadali brojevi aktivnih zabavnih parkova, te se većina zatvorila jer su ljudi počeli manje izlaziti u parkove u predgrađe i počeli su više gledati televiziju i zadržavati se kod kuće zbog svjetske financijske situacije i ratnog stanja. Do 1950-ih došlo je do raznih urbanih problema poput propadanja gradskih četvrti, kriminala, pa čak i segregacije (rasne podjele), što je dovelo je do promjena u tome kako su ljudi željeli provoditi svoje slobodno vrijeme.¹³

¹³ Povijest vlakova smrti, http://www.ultimaterollercoaster.com/coasters/history/early_1900/depression.shtml, (26.09.2015.)

Mnogi od starijih, tradicionalnih zabavnih parkova bili su zatvoreni i napušteni ili su izgorjeli do temelja zbog vandalizma.

Slika 12. Vlak smrti u derutnom stanju



Izvor: Povijest vlakova smrti, http://www.ultimaterollercoaster.com/coasters/history/early_1900/depression.shtml, (26.09.2015.)

Za vrijeme velike depresije postojala je vrlo mala mogućnost za pronalazak financijskih izvora koji su bili voljni održavati industriju zabavnih parkova te time pokrenuti posrnulu američku ekonomiju. Veliki faktor koji je pridonio u propasti zabavnih parkova je bila njihova prodaja preko prijevoznčkih kompanija (javni prijevoz) koje su bilježile veliki pad prihoda. Većina prijevoznčkih kompanija u američkim gradovima bile su kupljene od strane proizvođača automobila i guma kako se ne bi natjecale s razvojem automobilima. S druge strane, sve je više ljudi kupovalo automobile i htjeli su vidjeti ostale dijelove zemlje, a ne zastarjele zabavne parkove niz ulicu. Nemarnost prema parkovima rezultirala je velikim troškovima održavanja koje parkovi nisu mogli priuštiti te su bili primorani na zatvaranje. Za vrijeme drugog svjetskog rata bilo je teško financirati parkove zbog nedostatka sirovine (drvo, željezo, itd.) na tržištu, koja se koristila većinom u ratne svrhe te je američka ekonomija stagnirala, a s njom i parkovi. Međutim, nakon rata amerikancima se vraćala želja da posjete stare parkove i tijekom 1950-ih godina ljudi su počeli tražiti zabavu kako bi mogli zaboraviti nacionalne probleme koje su proizašli nakon Drugog svjetskog rata. U tom trenutku razni

parkovi iskoristili su priliku kako bi se ponovno izgradili i vratili osmijeh na lice svim posjetiteljima. Nakon Drugog svjetskog rata počele su se razvijati nove generacije zabavnih parkova, te se u to vrijeme pojavljuju i prvi tematski parkovi poput *Disneylanda* (1955. godine) gdje su posjetitelji mogli doživjeti potpuno drugi svijet, što je posjetitelje iz godine u godinu sve više privlačilo.¹⁴

Slika 13. *Disney World Resort Orlando*



Izvor: O nama, <https://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1950-01-01--1959-12-31>, (26.09.2015.)

Uz specifičnu tematiku prostora posjetiteljima je dan spoj između bajkovitog mjesta i klasičnog zabavnog parka, što je rezultiralo odličnom kombinacijom koja još dan danas privlači razne posjetitelje zabavnih parkova iz cijelog svijeta. Osim Amerike, sve se više razvijaju novi zabavni parkovi na području Europe i Azije i ostalim naseljenim kontinentima, što stvara novu eru modernih zabavnih parkova.

¹⁴ O nama, <https://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1950-01-01--1959-12-31>, (26.09.2015.)

2. ZABAVNI I TEMATSKI PARKOVI DANAS

Zabavni parkovi danas nude veliki raspon ponude, od smještaja, restorana, suvenira koji su spojeni u jednu tematiziranu cjelinu poput *Disneyland Parka*, *Europa Parka* i *Universal Studiosa* u Hollywoodu. Dok se u manjim i srednjim zabavnim parkovima poput *Six Flags* i *Cedar Fair* koji su rasprostranjeni po širem području SAD-a nudi klasična ponuda koja nije tematizirana i koja se isključivo bazira na atrakcijskim vožnjama poput vlakova smrti. Tu možemo navesti još jednostavnije tematske parkove koji su se izravno usmjerili na ponudu za djecu kao što je *Legoland* u Danskoj. Prema Campu D. (1997) tematski parkovi mogu se definirati kao atrakcija na otvorenom, spoj vožnje, atrakcija i predstava. Grade se oko neke središnje teme ili skupine tema, a naplaćuje se samo jedna ulaznica za posjet cijelom parku.¹⁵

Možemo reći kako su današnji tematski parkovi potpuno drugačiji nego nekad jer svojim posjetiteljima nude nešto što nekadašnji zabavni parkovi nisu nudili. Svaki današnji park pokušava biti što više tematiziran kako bi odstupio od klasičnog parka i ponudio nešto što se samo u tom parku može doživjeti ili vidjeti te samim time i posjećenost parka raste. Dobrim brendiranjem i kvalitetnim menadžmentom današnji parkovi mogu bilježiti veliki uspjeh te su bitan dio turističkog proizvoda svake veće turističke destinacije.

2.1. *Disneyland* (Anaheim, Kalifornija)

Disneyland je jedan od prva dva tematska parka koja su danas izgrađena u *Disneyland Resortu* kraj Anaheima u Kaliforniji. Otvoren je 17. srpnja 1955. godine te je bio prvi tematski park u svijetu, a bio je izgrađen pod izravnim nadzorom Walta Disneya.

Ideja o izgradnji prvog *Disneyland* parka došla je Walt Disneyu kada je sa svojom kćeri šetao u Griffith Parku kraj mjesta Anaheima u Kaliforniji. Želio je stvoriti mjesto gdje će se roditelji sa svojom djecom moći zabavljati i uživati tokom cijelog dana. Međutim, njegov plan ostao je dugo godina na stolu. Walt Disney je nakon mnogo godina došao sa završnim konceptom *Disneylanda* kada je sa svojim kćerima 1930-ih i 1940-ih posjetio razne zabavne parkove diljem svijeta. U početku je zamislio izgradnju turističke atrakcije u susjedstvu pored svojih studija u Burbanku, međutim ubrzo je shvatio da je predložena lokacija premala. Nakon što je zaposlio konzultanta da mu pomogne odrediti primjerenu

¹⁵ Pikkemaat, B., Schuckert, M., 2007: *Analiza činitelja uspješnosti tematskih parkova*, Časopis TURIZAM, vol. 55, br.2, str: 204

lokaciju za svoj projekt, Walt Disney je 1953. godine kupio 65 hektara zemlje u blizini Anaheima. Gradnja je započela 1954. godine, a park se predstavio javnosti u posebnom televizijskom programu na ABC televiziji 17. srpnja 1955. godine.

Slika 14. Disneyland, Anaheim 1955. godine



Izvor: Los Angeles Times, <http://framework.latimes.com/2014/07/16/disneylands-1955-opening/#/0>, (26.09.2015.)

Od svog otvaranja pa sve do danas, *Disneyland* je prošao kroz niz proširenja i renoviranja, uključujući dodatak New Orleans trga 1966. godine, *Critter* Države 1972. godine, *Mickey Toontown* 1993. godine. itd. Od nekadašnjeg izvornog parkirališta, 2001. godine izgrađen je *Disney California Adventure Park*. *Disneyland* danas ima veću kumulativnu posjećenost od bilo kojeg drugog tematskog parka na svijetu s više od 650 milijuna gostiju od svog otvorenja. U 2014. godini, park je ugostio oko 16,7 milijuna gostiju, što ga čini trećim najposjećenijim parkom na svijetu.¹⁶

¹⁶ TEA&AECOM izvještaj 2014., http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/Theme%20Index_2014_v1_5.PDF, str: 7, (12.09.2015.)

2.2. Europa Park

Europa Park je najveći tematski park u Njemačkoj, a drugi najpopularniji zabavni park u Europi nakon *Disneylanda* u Parizu. Nalazi se u mjestu Rust u jugozapadnoj Njemačkoj između Freiburga i Strasbourga u Francuskoj. Park ima 12 atrakcijskih vožnja, a najstarija je *Alpenexpress* vlak. *Europa Park* ima veliki kapacitet vlakova smrti i atrakcija te može primiti i do 50.000 gostiju dnevno. Park je u 2014. godini imao 5 milijuna posjetitelja kroz koji je ukupan prihod bio oko 300 milijuna eura.¹⁷

Slika 15. Europa Park



Izvor: Panorama Europa parka, <http://www.europapark.de/en/services-info/worth-knowing/arrival>, (26.09.2015.)

Europa Park je u vlasništvu obiteljske tvrtke *Mack Rides* koja stoji iza raznih inovacija u zabavnoj industriji. Tvrtka je u vlasništvu obitelji preko 232 godine, a danas su među vodećim proizvođačima u zabavnoj industriji. Cijeli park je osmišljen kako bi prezentirao Europu, te je podijeljen u 14 tematskih područja nazvanih po europskim zemljama. Osim vlakova smrti, tu se još mogu naći brojne vodene atrakcije, 4D kina, razne predstave, interaktivne atrakcije, pustolovne vožnje te još mnogo drugih sadržaja za djecu i odrasle. Prva tematska cjelina parka bila je Italija, koja otvorena 1982. godine te je tu cjelinu kao i većinu originalnih tematskih područja u *Europa Parku* projektirao Ulrich Damrau.

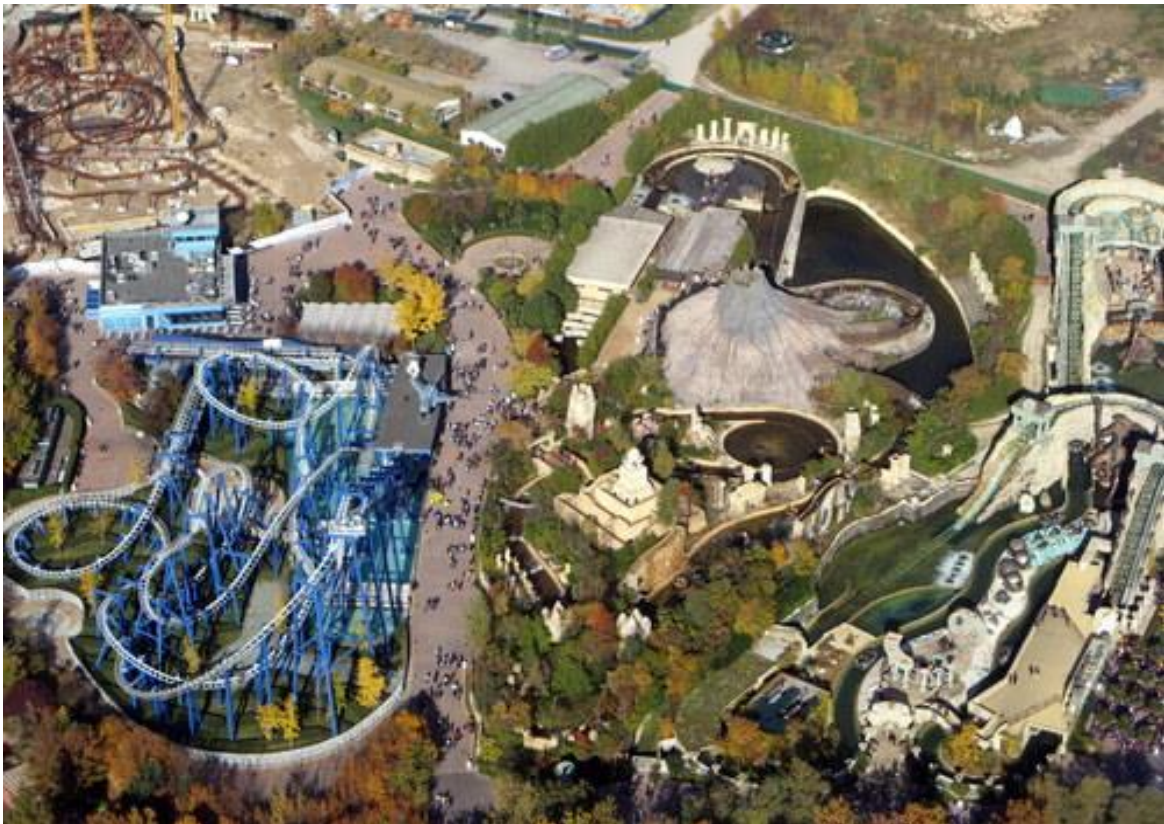
¹⁷ TEA&AECOM izvještaj 2014., http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/Theme%20Index_2014_v1_5.PDF, str: 7, (12.09.2015.)

Svake dvije do četiri godine u parku se otvorila nova zemlja, kao što je Nizozemska 1984. godine, Engleska 1988. godine, Francuska 1990. godine, Skandinavija 1992. godine, Španjolska 1994. godine, Njemačka 1996. godine, itd.¹⁸ Danas *Europa park* spada među vodeće primjere europskih parkova te je dobar primjer prakse kako stvoriti kvalitetan tematski park.

2.3. Gardaland

Gardaland je zabavni park smješten blizu gradića Castelnovo del Garda u Italiji. Godišnje broji tisuće posjetitelja, a turisti dolaze iz cijelog svijeta. Park je otvoren 1975. godine i već je 1984. godine brojao preko milijun posjetitelja. Park se trenutno sastoji od 6 velikih vlakova smrti (*Blue Tornado*, *Magic Mountain*, *Sequoia Adventure*, *Orto Bruco*, *Mammuto*, *Fuga da Atlantide* i *Raptor*). Park ukupno broji oko 56 vožnji te je najveći zabavni park u Italiji, a danas park posjeti preko 2.7 milijuna gostiju godišnje.¹⁹

Slika 16. Gardaland



Izvor: *Gardaland* panorama, <http://en.wikigogo.org/en/339579/>, (26.09.2015.)

¹⁸ Kako je sve počelo, <http://corporate.europapark.com/en/company/historie/>, (26.09.2015.)

¹⁹ TEA&AECOM izvještaj 2014., http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/Theme%20Index_2014_v1_5.PDF, str: 7, (12.09.2015.)

Uz adrenalinski dio parka, *Gardaland* u svojoj ponudi ima i tematizirani akvarij *Gardaland Sealife Aquarium*. U njemu posjetitelji mogu kroz niz tematskih cjelina doživjeti preko 5000 vrsta morskih životinja u čak 37 velikih akvarija. Uz *Gardaland* i *Gardaland Sealife Aquarium* park nudi i smještaj u njihovom istoimenom resortu, gdje se ujedno nalazi i veliki broj smještajnih kapaciteta.

2.4. Zabavni i tematski parkovi budućnosti

Zabavni parkovi su u tehničkom smislu daleko dogurali otkako se na Coney Islandu otvorio prvi zabavni park gdje je javnosti predstavljen prvi vlak smrti *Switchback Railway*, još 1884. godine. Danas se parkovi mogu pohvaliti kako imaju najbrže vlakove smrti kao što je *Formula Rossa* u Dubaiju u UAE koji za 4,5 sekundi dosegne brzinu od 240 kilometara na sat ili da je ove godine službeno u rad pušten prvi najviši vlak smrti *Fury 325* u Charlotte u Sjevernoj Karolini koji vozi na visini od 171 m.

Dakle, može se zaključiti kako su današnji parkovi potpuno oslonjeni na mehanički dio stvaranja doživljaja, što predstavlja potpuno standardiziranu atrakciju za svaki zabavni park. Kakve nove doživljaje i iskustva u budućnosti mogu ponuditi takvi novi zabavni parkovi, u kojem smjeru se trebaju razvijati, da li će se ponuda promijeniti ili će se i dalje stvarati iste atrakcije kako bi bile što veće i brže, vrijeme će pokazati. Da li će tržište zabavnih parkova doživjeti stagnaciju te će se morati okrenuti novim inovacijama i proizvodima koji će posjetitelje na novo privući u već stvorene zabavne i tematske parkove ili će jednostavno i dalje raditi po istom principu razvoja, pokazat će se u budućnosti. Milman, A. tvrdi kako je još uvijek nemoguće predvidjeti budućnost industrije zabavnih parkova, jer su parkovi još uvijek uključeni u razne razvojne promjene, a na njih utječe i velik broj vanjskih čimbenika poput politike, ekonomije te same turističke stabilnosti, što uvelike otežava buduću predodžbu razvoja parkova.²⁰

Predlaže se da suvremeni zabavni i tematski parkovi moraju razviti proizvode koji će posjetiteljima pružati jedinstveno iskustvo i uroniti ih u bajku osjećaja, izvan njihovog dosega te da se prepuste potpuno novim doživljajima (vizualni 4D efekti, led svjetla, hologrami) koje još nisu doživjeli. Tematski parkovi budućnosti će svakako morati nastaviti pratiti nove promjene na tržištu poput potrošačke demografije, novih potencijalnih tržišta, promjena u tehnologiji i njihov ukupni utjecaj na društveno-kulturne promjene. U budućnosti će se

²⁰ Milman, A. 2001: *The Future of Theme Parks and Attractions*, University of Central Florida, Orlando, str 187

parkovi svakako morati razvijati u smjeru tematskih parkova, koji će svojim posjetiteljima ponuditi razne tematizirane priče poput tehnoloških čuda (*Tesla Park, Einstein World*), spektakularne atrakcije (noviteti na području vlakova smrti i vrtuljaka), obrazovne teme (prirodoslovni park, morski park, itd) te razne glumačke predstave (tematizirane po pričama ili legendama). Uz gore navedeno, parkovi će zbog potrebe za cjelogodišnjim radom i produženjem sezone morati nuditi razne proslave (poput Božićnih, Uskršnjih i drugih praznika) uz tematiziranu ili autohtonu ponudu jela i pića.

Slika 17. Avatar Land



Izvor: Parkovi budućnosti *Avatar Land*, <http://edition.cnn.com/2014/10/19/travel/future-theme-parks/>, (29.09.2015.)

Budućnost zabavnih parkova još nije do kraja definirana, iako već sada iz godine u godinu susrećemo razne tehničke novitete na području zabavne industrije. Budući će parkovi svoju privlačnost steći kroz edukativan karakter u tematiziranom okruženju u kojem će posjetitelji imati priliku doživjeti i naučiti nešto novo, a s takvim pristupom parkovi će dobiti novu dimenziju te će kroz svoje atrakcije posjetiteljima ponuditi i edukativan pristup zabave. Zabavni parkovi će se prezentirati kroz edukativno-zabavni pristup koji bi trebao osigurati veći broj posjetitelja, a u najvišem broju posjetitelja s djecom. Takav način zabave može se doživjeti u muzejima, međutim u zabavnim parkovima će se taj pristup postaviti na potpuno novu razinu doživljaja.

3. IAAPA

Međunarodna udruga zabavnih parkova i atrakcija (IAAPA), pod punim nazivom *International Association of Amusement Parks and Attractions* osnovana je 1918. godine.²¹ Osnovana je kao kolektivno udruženje kako bi njeni članovi bili u mogućnosti saznati više o novim proizvodima i širenju trenutne industrije zabave te kako bi povećali profitabilnost poslovanja, s obzirom da je IAAPA najveća međunarodna udruga za zabavne sadržaje u svijetu te se posvećuje očuvanju i prosperitetu zabavne industrije. To je najveća udruga zabavnih parkova koja povezuje i otkriva nove zabavne parkove i suradnike diljem svijeta kako bi stvorila svjetsku međunarodnu suradnju. IAAPA pomaže svojim članovima poboljšati učinkovitost poslovanja, marketing, sigurnost i profitabilnost uz održavanje najviših profesionalnih standarda u industriji. Organizaciju predstavlja skupina od preko 4.800 parkova, dobavljača i individualnih članova, a povezuje članove iz ukupno 90 zemalja u cijelom svijetu, uključujući i stručnjake iz:²²

- zabavnih parkova, tematskih parkova i ostalih atrakcija,
- obiteljskih zabavnih centara,
- muzeja i znanstvenih centara,
- vodenih parkova i odmarališta,
- zooloških vrtova i akvarija,
- industrije proizvođača i dobavljača.

Slika 18. Logotip IAAPA



Izvor: O nama, <http://www.iaapa.org/about-iaapa>, (12.09.2015.)

²¹ O nama, <http://www.iaapa.org/about-iaapa/history-facts/iaapa-history>, (12.09.2015.)

²² O nama, <http://www.iaapa.org/about-iaapa/history-facts/iaapa-history>, (12.09.2015.)

Međunarodna organizacija IAAPA predstavlja i zastupa sve vrste zabavnih objekata poput zabavnih parkova, tematskih parkova, obiteljsko zabavnih centara, muzeja, vodenih parkova, akvarija, znanstvenih centara, zooloških vrtova, odmarališta i kasina, pa sve do industrije za opremanje parkova, distributera i operatera. Međunarodna organizacija također provodi i obuku na području zabavne industrije te svojim članovima pruža mogućnost educiranja osoblja kroz raznovrsne radionice, seminare, video seminare i priručnike. Putem IAAPA Instituta, organizacija pruža školovanje za osposobljavanje *Attractions Show* menadžera putem kojeg veliki broj ljudi u sektoru zabavne industrije stječe iskustvo i znanje te pronalazi svoje radno mjesto.

3.1. Organizacijska struktura

Organizacija IAAPA ima svoje sjedište u SAD-u, a također posjeduje i regionalne urede u Bruxellesu (Belgija), Hong Kongu (Kina) i Meksiko Cityu (Meksiko). Međunarodna organizacija ulazi i druge globalne saveze s drugim istaknutim zabavnim organizacijama kao što su AALARA (Australija / Novi Zeland), IAAPI (Indija), AAPA (Argentina), ADIBRA (Brazil), CAAPA (Kina) i IAAPA ASEAN (jugoistočna Azija). IAAPA ima i odjel za zastupanje koji komunicira s državnim tijelima u SAD-u i drugim zemljama kako bi države zastupale zabavnu industriju za sadašnje i buduće zabavne parkove. Naglasak na privlačnost i ulaganje u buduće parkove te usklađivanje zakona, propisa i ostalih državnih akata, organizacija smatra prioritetima.²³

3.2. IAAPA sajam atrakcija

Organizacija trenutno upravlja s dobro poznatim godišnjim sajmom industrije *IAAPA Attractions Expo*, zajedno s azijskim sajmom *Asia Attractions Expo* (AAE) i europskim sajmom *Euro Attractions Show* (EAS) te nudi razne informativne, operacijske, sigurnosne i organizacijske konferencije tijekom sajma.

²³ O nama, <http://www.iaapa.org/about-iaapa/history-facts/iaapa-history>, (12.09.2015.)

Slika 19. IAAPA Attractions Expo u Orlando, SAD



Izvor: IAAPA Expo, <http://www.iaapa.org/news/funworld/funworld-magazine/bigger-and-better--january-2015>, (12.09.2015.)

3.3. IAAPA publikacije

Međunarodna udruga također objavljuje mjesečni časopis koji šalje svojim članovima u cijelom svijetu pod nazivom *FUNWORLD Magazin*.²⁴ Time pomaže da svi globalni članovi prate trenutne promjene svih državnih, regionalnih i lokalnih zakona koji izravno utječu na industriju zabave.

Također, članovi svakodnevno primaju i elektroničku poštu *e-bilten* koja pruža sve informacije o industriji zabave iz cijeloga svijeta. *FUNWORLD Magazin* je jedan od najpoznatijih časopisa koji trenutno postoji na tržištu zabavne industrije.

²⁴ Vijesti, <http://www.iaapa.org/about-iaapa/history-facts/iaapa-history>, (12.09.2015.)

4. TEA

Tematsko Zabavna Udruga (TEA), punim nazivom *Themed Entertainment Association* je međunarodna neprofitna udruga koju zastupaju stvaratelji, programeri, dizajneri i proizvođači tematsko zabavne industrije. Njihova je misija, kao što je i navedeno u njihovim aktima olakšavanje komunikacije između svojih članova, te poticanje na razmjenu znanja i zajedničkog profesionalnog razvoja kako bi se proširila svijest o tematsko zabavnim industrijama.

Slika 20. Logotip TEA



Izvor: Službena stranica TEA, <http://www.teaconnect.org/>, (12.09.2015.)

Članovi organizacije donose određenu stručnost u raznim disciplinama na području koje se stalno razvija: stvaranje uspješne, vrlo zanimljive atrakcije za posjetitelje i ponuditi nova iskustava u slobodno vrijeme. Zabavni i obrazovni projekti organizacije uključuju tematske parkove, vodene parkove, muzeje, zoološke vrtove, korporativne centre za posjetitelje, kockarnice, restorane, multimediju, maloprodajna mjesta, naselja i gostoljubivost odredišne atrakcije te još mnogo toga. Članovi TEA-e su inovatori koji pronalaze razna rješenja te se konstantno suočavaju s jedinstvenim izazovima. Oni su stručnjaci koji realiziraju nedovršene projekte raznih planiranih parkova i otvaraju nove granice tehničke integracije, kreativnosti i angažmana u proširenju ponude za buduće posjetitelje.²⁵

²⁵ O nama, <http://www.teaconnect.org/About-us/About-us/>, (12.09.2015.)

4.1. Povijesni razvoj

TEA je osnovana 1991. godine, te trenutno obuhvaća oko 1.000 članova i četiri glavna odjela u:²⁶

- istočnoj Sjevernoj Americi,
- zapadnoj Sjevernoj Americi,
- Europi,
- Bliskom Istoku,
- Aziji,
- Pacifiku.

U svojih 20 godina postojanja, TEA je promijenila globalnu svijest o zabavnim parkovima te je usmjerila međunarodnu pozornost na aktivne niše popularne kulture zabavne industrije. Njeni vodeći doprinosi su godišnje nagrade *Thea*, priznate u svijetu kao vrh industrijske časti i godišnja konferencija *SATE* (*Storytelling*, arhitektura, tehnologija, doživljaji).

Pomoću odgovarajućih kanala i mogućnosti umrežavanja TEA nudi edukaciju i poslovnu pomoć te buduću karijeru za sve svoje članove. Postoje mnoge prednosti vezane uz članstvo u organizaciji, a jedna od njih je da kao plaćeni član imate pravo na mjesto u TEA zajednici. TEA je samo još jedna u nizu organizacija koja za svoje članove jamči najbolje rezultate poslovanja u sektoru zabavne industrije.²⁷

4.2. *Thea* nagrada

Nagrada *Thea* se dodjeljuje jednom godišnje od 1994. godine od strane TEA-e. Njihov je cilj prepoznati izvrsnosti i velike inovacije bilo tehnološke ili umjetničke koje se provode u sektoru tematsko zabavne industrije. S obzirom na posebnu prirodu procesa prijave i izbora pobjednika, broj nominiranih projekata nije ograničen. Ipak, *Thea* nagrade predstavljaju dvije jedinstvene nagrade: *Buzz Price Thea Award* (Nagrada za životno djelo) koja je za doprinos u cijeloj poslovnoj karijeri i *Thea Classic* koji prepoznaje određeni projekt po svojoj

²⁶ O nama, <http://www.teaconnect.org/About-us/About-us/>, (12.09.2015.)

²⁷ O nama, <http://www.teaconnect.org/About-us/About-us/>, (12.09.2015.)

kreativnosti i originalnosti. Ostali dobitnici su nagrađeni nagradom *Thea* za izvanredan doprinos u tematsko zabavnoj industriji.²⁸

4.3. TEA/AECOM Izvještaj

Među glavnim inicijativama, organizacija također od 2008. godine objavljuje indeks godišnjeg izvješća o poslovanju tematskih parkova u svijetu i većih muzeja (u izvješću od 2012. godine) u suradnji s uredom za istraživanje tržišta AECOM. Indeks prikazuje izvješće najvećih tematskih parkova, vodenih parkova i muzeja diljem svijeta (Amerika, Europa i Azija) i provodi se svake godine. Podaci su podijeljeni po geografskom području i vrsti. Izvješće prikazuje godišnju posjećenost za tematske i zabavne parkove, muzejske djelatnosti što je zapravo vrlo vrijedna poslovna referenca za industriju posjetitelja.

Slika 21. TEA/AECOM izvještaj 2014



Izvor: TEA&AECOM izvještaj 2014., http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/Theme%20Index_2014_v1_5.PDF, (12.09.2015.)

²⁸ O nama, <http://www.teaconnect.org/About-us/About-us/>, (12.09.2015.)

5. NAPHA

Od svog osnutka NAPHA (*National Amusement Park Historical Association*) je surađivala s svim poslovnim subjektima u svijetu zabavne industrije kako bi unaprijedila svoju misiju očuvanja povijesne baštine i tradicije zabavnih parkova. Kao svjetska udruga, jedina je organizacija posvećena svim aspektima povijesti zabavne industrije te ispunjava jedinstvenu ulogu kao svjetski arhiv zabavnih parkova.

5.1. Povijest

Nacionalna povijesna organizacija zabavnih parkova (NAPHA) bavi se očuvanjem industrije zabavnih i tematskih parkova, tj. predstavlja i čuva sve dokumente iz prošlosti i sadašnjosti u nacionalnom arhivu zabavnih parkova. Osnovana je 1978. godine od strane bivšeg voditelja zabavnog parka *Chicago Riverview Parka* (koji se zatvorio 1967. godine) te se organizacija kroz godine postojanja proširila i zaposlila razne entuzijaste iz zabavne industrije iz cijeloga svijeta.²⁹

Slika 22. Logotip NAPHA



Izvor: O nama, <http://www.napha.org/ABOUTUS/tabid/65/Default.aspx>, (13.09.2015)

5.2. Očuvanje zabavne industrije

Kao dio NAPHA-ine misije očuvanja baštine i tradicije u zabavnim parkovima, organizacija nastoji surađivati s industrijom zabave kako bi mogla zaštititi ključne komponente povijesti zabavnih parkova.

²⁹ O nama, <http://www.napha.org/ABOUTUS/tabid/65/Default.aspx>, (13.09.2015)

Organizacija također ulaže velike napore u očuvanje nekoliko važnih povijesnih atrakcija, što se može vidjeti na sljedećim primjerima:³⁰

- atrakcija, *Tilt-A-Whirl* (1949 godine., *Fairyland Park*, Kansas)



Izvor: <http://www.filmwasters.com/guests/v/guestgallery50/jpg.html>, (13.09.2015.)

- jedna od posljednjih klackalica, *Teeter Dip* (1918 godine., *Conneaut Lake Park*, Pennsylvania)



Izvor: <https://www.pinterest.com/pin/418271884119042102/>, (13.09.2015.)

³⁰ O nama, <http://www.napha.org/ABOUTUS/tabid/65/Default.aspx>, (13.09.2015)

- jedna od posljednjih mletačkih ljuljačka (*Crossroads Village, Flint*)



Izvor: <http://www.jonra.com/village/swings.shtml>, (13.09.2015.)

- poznati vrtuljak *Smith & Smith Chair plane* (iz 1936. godine, *Bay Beach Park, Green Bay*)



Izvor: <http://historyinphotos.blogspot.hr/2014/07/lafayette-studio.html>, (13.09.2015.)

Kako bi NAPHA mogla financijski poduprijeti misiju očuvanja baštine i tradicije u zabavnoj industriji, 1994. godine osnovala je fond za prikupljanje sredstava za očuvanje povijesnih atrakcija zabavne industrije. Sredstva se prikupljaju od članstva, dobrovoljnih donacija, aukcija i drugih humanitarnih akcija. Fond uspije donirati gotovo i do 40.000 dolara godišnje organizacijama za zaštitu i očuvanje zabavne industrije, što omogućuje lakše financiranje očuvanja zabavnih atrakcija od povijesne važnosti.³¹

³¹ O nama, <http://www.napha.org/ABOUTUS/tabid/65/Default.aspx>, (13.09.2015)

6. EKONOMSKI I SOCIOLOŠKI UTJECAJI ZABAVNIH PARKOVA

Zabavni parkovi od velike su važnosti za dokoličarsku i turističku privredu, međutim kroz analize ključnih čimbenika njihove uspješnosti oni su do sada bili pomalo zanemareno područje istraživanja dokolice i turizma. Većina današnjih stručnjaka se uglavnom slaže da su autentičnost i sposobnost inscenacije turističkog doživljaja glavni čimbenici koji izravno utječu na odluku posjetitelja da odabere određeni dokoličarski ili turistički proizvod.

6.1. Ekonomski utjecaji

Razvoj dopunske ponude u turističkim destinacijama nužan je preduvjet za povećanje iskorištenosti smještajnih kapaciteta i povećanje prosječne potrošnje turista te doprinosi daljnjem razvoju turizma destinacije ili regije, međutim treba planirati unaprijed. Za odmak od *image-a* destinacije sunca i mora potrebno je motivirati, inicirati i poduprijeti razvoj nove turističke ponude poput zabavnih parkova, ali bez dobre strategije razvoja takvi projekti često nailaze na razne probleme. Utjecaji zabavnih parkova na destinaciju gledaju se s tri aspekta - utjecaja na lokalnu zajednicu, gospodarstva i okoliša. Izgradnja i korištenje prostora morala bi svakako biti usklađena s postojećim prostornim planovima te poštivati opteretni kapacitet danog prostora i svakako stvoriti razvojnu simbiozu između investitora i lokalnog stanovništva kako bi se zajedničkim snagama razvijao park u onome smjeru koji bi bio prilagođen prostoru u kojemu se nalazi.

Kušenova (2002.) je klasifikacija utemeljena na odnosu turističkih destinacija i turističkih mjesta, pa on razlikuje:³²

- osnovnu turističku destinaciju, kao širi funkcionalni prostor najmanje jednog turističkog mjesta,
- potencijalnu osnovnu turističku destinaciju u kojoj postoji atrakcijska osnova i mogućnost razvoja u turističku destinaciju,
- turističku destinaciju višega reda, koju čini šira prostorna cjelina, regija ili županija na primjer.

³² Kušen, E., 2002: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, str: 42

Uz kvalitetan marketing temeljen na stvarnim potencijalima te kreiranje priče ili doživljaja vezanog za taj potencijal, park svakako može postati dodatni pokretač razvoja u istarskoj regiji ukoliko ga se izabere kao strateški razvojni faktor. Svaka se regija treba usredotočiti na razvoj turističke ponude koja će se temeljiti na specifičnostima upravo tog prostora te adekvatno zapošljavati proizvodne faktore. Takvim jasnim opredjeljenjem može se optimalno utjecati na rast bruto domaćeg proizvoda i zaposlenosti, te privući dodatni investicijski kapital.

Naravno da planiranje i upravljanje razvojem turizma na svim razinama nemoguće je bez poznavanja novih svjetskih trendova. Lokalne institucije koje upravljaju razvojem turizma trebale bi biti svjesne da sve više turista putuje radi rekreacije, sporta, avanture, učenja o povijesti, kulturi i okolišu područja koje posjećuju. Turisti danas traže destinacije u kojima im se nude novi oblici turističkih proizvoda. Mnogi od njih žele posjetiti destinacije sunca i mora, ali su također spremni izdvojiti svoje vrijeme i novac za dodatne sadržaje u destinaciji ukoliko su im isti ponuđeni.

Masovni turizam je nakon 80-ih godina 20. stoljeća ustupio mjesto tzv. „mekom“, humanijemu, turizmu okrenutom pojedincu. Višak slobodnog vremena, socio-ekonomske i tehnološke promjene utjecale su na transformaciju turizma. U sljedećoj tablici prikazat će se obilježja strukturne transformacije "tvrdogo" u "meki" turizam potkraj 20. stoljeća.³³ Suvremeni turist želi doživljaj ambijenta u kojemu boravi, kontakt s lokalnim stanovništvom, upoznavanje povijesti i kulture sredine koju je odabrao na temelju njezinih atrakcija, a sve su to faktori koji današnjeg turista potpuno razlikuju od prijašnjeg koji je bio okrenut standardiziranom masovnom turizmu.

Tablica 1. Strukturna transformacija turizma

| OBILJEŽJA | OD 2.SVJ.RATA DO 80-IH G.20.ST. "TVRDI" TURIZAM | 90-E GODINE 20 ST. "MEKI" TURIZAM |
|---|--|--|
| Osnovna obilježja turizma | <ul style="list-style-type: none"> Masovni (grupni) turizam | <ul style="list-style-type: none"> Individualni turizam podređen potrebama svakoga pojedinoga turista (različiti segmenti) |
| Organizacija putovanja | <ul style="list-style-type: none"> Unaprijed isplanirani, čvrsti paket aranžmani | <ul style="list-style-type: none"> Individualne, spontane odluke |
| Pripreme za putovanje u domicilu | <ul style="list-style-type: none"> Minimalne ili nikakve Nepoznavanje jezika | <ul style="list-style-type: none"> Prethodno zanimanje za zemlju koja se posjećuje Upoznavanje jezika, običaja i kulture |

³³ Kušen, E., 2002: Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, str: 69

| | | |
|--|---|--|
| Cilj putovanja | <ul style="list-style-type: none"> • "3S" destinacije (sunce, pijesak, more - sun, sand, sea) | <ul style="list-style-type: none"> • "3S" destinacije uz dodatne sadržaje • Glavni gradovi • Egzotične zemlje • Zabavni parkovi |
| Broj i vrsta putovanja tijekom godine | <ul style="list-style-type: none"> • Jedan glavni odmor u godini | <ul style="list-style-type: none"> • Jedan glavni odmor u godini • Nekoliko kraćih tematskih putovanja (sport, kultura, rekreacija, zabavni parkovi) |
| Motivi putovanja | <ul style="list-style-type: none"> • Odmor, kupanje, sunčanje | <ul style="list-style-type: none"> • Avantura, zabava, hobi, zdravlje, uživanje, porast kvalitete života |
| Razdoblje u tijeku godine kad se putuje | <ul style="list-style-type: none"> • Isključivo u "špici" sezone | <ul style="list-style-type: none"> • Zbog promjene vrste putovanja i profila turista sezona se produžuje |
| Korištena prijevozna sredstva | <ul style="list-style-type: none"> • Isključivo brza prijevozna sredstva | <ul style="list-style-type: none"> • Adekvatna prijevozna sredstva (mogu biti i spora) |
| Način provođenja odmora | <ul style="list-style-type: none"> • Miran, pasivan, udoban | <ul style="list-style-type: none"> • Aktivan i naporan |
| Odnos prema destinaciji/ponašanje na odmoru | <ul style="list-style-type: none"> • Nadmoćnost u odnosu na lokalno stanovništvo • Nemanran odnos prema zaštiti okoliša | <ul style="list-style-type: none"> • Upoznavanje i stjecanje prijatelja među lokalnim stanovništvom • Veća pozornost zaštiti okoliša |
| Dodatne aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> • Kupovina (suveniri) | <ul style="list-style-type: none"> • Donošenje poklona i prenošenje impresija |
| Vrsta smještaja | <ul style="list-style-type: none"> • Veliki, gigantski hoteli (neboderi) | <ul style="list-style-type: none"> • Obiteljski pansioni i izuzetno kvalitetni hoteli visoke razine usluga |
| Zahtjevi na odmoru | <ul style="list-style-type: none"> • Unificirani paket aranžman zadovoljstva | <ul style="list-style-type: none"> • Traži se "value for money" |

Izvor: Kušen, E., 2002: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb, str: 27

Turizam je već u svojoj posljednjoj četvrtini 20. stoljeća postao vodećim socio-ekonomskim sektorom u svjetskim razmjerima i jedan od vodećih komponenti međunarodne trgovine. Podaci Svjetske turističke organizacije (UNWTO) govore o tome kako je već 1997. godine svijetom putovalo preko 612 milijuna turista i proizvelo 443 milijarde američkih dolara deviznih prihoda. Do 2020. godine UNWTO predviđa preko 1,6 milijardi međunarodnih turističkih dolazaka koji će proizvesti preko 2 trilijuna američkih dolara prihoda.³⁴

U sljedećoj tablici će se prezentirati statistički podaci istraživanja vodećih zabavnih parkova u Europi, Bliskom Istoku i Africi, te se može zaključiti kako je ovaj sektor industrije veoma jak.

³⁴ World Tourism Organization, Publications, (<http://publications.unwto.org/>), (23.09.2015.)

Tablica 2. Top 20 Zabavnih parkova u Europi, Bliski Istok i Afrika

| Rank | Park and Location | % promjena | 2013 | 2014 |
|-------------|--|-------------------|-------------|-------------|
| 1 | DISNEYLAND PARK, Marne-La-Vallee, France | -4.7% | 9,940,000 | 10,430,000 |
| 2 | EUROPA PARK, Rust, Germany | 2.0% | 5,000,000 | 4,900,000 |
| 3 | TIVOLI GARDENS, Copenhagen, Denmark | 6.6% | 4,478,000 | 4,200,000 |
| 4 | DE EFTELING, Kaatsheuvel, Netherlands | 6.0% | 4,400,000 | 4,150,000 |
| 5 | WALT DISNEY STUDIOS PARK, Marne-La-Vallee, France | -4.7% | 4,260,000 | 4,470,000 |
| 6 | PORT AVENTURA, Salou, Spain | 2.9% | 3,500,000 | 3,400,000 |
| 7 | LISEBERG, Gothenburg, Sweden | 8.4% | 3,100,000 | 2,860,000 |
| 8 | GARDALAND, Castelnuovo del Garda, Italy | 1.9% | 2,750,000 | 2,700,000 |
| 9 | ALTON TOWERS, Staffordshire, U.K. | 3.0% | 2,575,000 | 2,500,000 |
| 10 | LEGOLAND WINDSOR, Windsor, U.K. | 7.3% | 2,200,000 | 2,050,000 |
| 11 | THORPE PARK, Chertsey, U.K. | 5.0% | 2,100,000 | 2,000,000 |
| 12 | LEGOLAND BILLUND, Billund, Denmark | 6.9% | 1,925,000 | 1,800,000 |
| 13 | PUY DU FOU, Les Epesses, France | 9.9% | 1,912,000 | 1,740,000 |
| 14 | PHANTASIALAND, Bruhl, Germany | 5.4% | 1,845,000 | 1,750,000 |
| 15 | PARC ASTERIX, Plailly, France | 11.1% | 1,800,000 | 1,620,000 |
| 16 | FUTUROSCOPE, Jaunay-Clan, France | 13.7% | 1,665,000 | 1,464,000 |
| 17 | CHESSINGTON WORLD OF ADVENTURES, Chessington, U.K. | 6.7% | 1,600,000 | 1,500,000 |
| 18 | GRONALUND, Stockholm, Sweden | 3.3% | 1,550,000 | 1,500,000 |
| 19 | HEIDE PARK, Soltau, Germany | 5.4% | 1,475,000 | 1,400,000 |
| 20 | PARQUE WARNER, Madrid, Spain | 25.9% | 1,460,000 | 1,160,000 |

Izvor: TEA&AECOM izvještaj 2014., http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_Documents/Theme%20Index_2014_v1_5.PDF, (12.09.2015.)

6.2. Sociološki utjecaji

Bitan element kod razvoja zabavnih parkova predstavlja i stav lokalnog stanovništva iz razloga što lokalna zajednica može imati višestruke koristi od zabavnog parka. Neke od tih koristi su unapređenje turističke potrošnje u lokalnoj ekonomiji, prvenstveno ako park svojim radom produžuje turističku sezonu, a ujedno i promotivnu vrijednost postizanjem prepoznatljivosti grada kao vrijednog mjesta za život i rad.

Cilj razvoja zabavnog parka nije samo korist za turizam, već i korist za lokalnu zajednicu. Socijalni nosivi kapacitet je direktno povezan s opaženim utjecajem kvalitete okoliša, a to je ključno pitanje koje se tiče održivog razvoja turističke destinacije. Tradicijske teme mogu lakše dobiti lokalni interes i podršku. Kako bi se potaklo uključivanje lokalne zajednice u realizaciju projekta trebaju se stvoriti prilike za lokalnu trgovinu, zanatstvo, gastronomiju, prodavače, lokale i restorane. Zbog brzog ritma i načina života nestaju autentičnost, spontanost, te želja za zblizavanjem s posjetiteljima što predstavlja veliki problem i dolazi do opadanje kvalitete doživljaja. Takav gubitak vrijednosti, ali i svjesnosti o njihovoj važnosti predstavlja jednu od najvećih prijetnji za park, pa pružanje turističke ponude bazirane na autentičnosti i tradicionalnoj povijesti dolazi u pitanje hoće li ga se prezentirati na izvoran način.

7. ISTRA INSPIRIT I PROJEKT TEMATSKOG-ZABAVNOG PARKA „INSPIRIT FANTASY PARKA“

Projekt *Inspirit Fantasy parka* je zamišljen kao tematski park koji bi kroz svoje sadržaje i atrakcije posjetiteljima prezentirao prošlost istarske i slavenske mitologije, tradicije i gastronomije, a kao takav predstavljao bi i idealnu platformu za prodaju lokalnih poljoprivrednih proizvoda, prezentaciju cjelokupne istarske gastro ponude te za revitalizaciju starih obrta i zanata. Interaktivnim sudjelovanjem posjetitelja u događajima i radionicama u sklopu parka pružao bi se jedinstveni doživljaj za sve posjetitelje, a ideja je da park postane generator razvoja mjesta iz unutrašnjosti Istre, ali i novi motiv za buduće turističke dolaske u Istru. Prvi koraci u tom smjeru krenuli su još 2012. godine s projektom *Istra Inspirit* i s idejom kazališnih predstava koje bi oživjele i uprizorile istarske legende i mitove na autentičnim lokacijama. Odmah u samome početku projekt se pokazao kao atraktivan i tako je već iste godine zaprimio nagradu *Zlatna koza 2012 / Capra d'oro 2012* – za najbolji inovativni proizvod u Istarskoj županiji. Time se nakon četiri godine rada na projektu došlo do ideje o prvom istarskom zabavnom parku *Inspirit Fantasy parku* koji bi zajedno s projektom *Istra Inspirit* uprizorio istarske legende i mitove na jednom mjestu te time ponudio posjetiteljima jedinstveni doživljaj avanture i bajkovitog okruženja na jednom mjestu.³⁵

7.1. Projekt Istra Inspirit

Istra Inspirit je projekt koji su 2012. godine pokrenuli Istarska županija, Istarska razvojna turistička agencija i Turistička zajednica Istarske Županije. Od 2013. godine kao suorganizator projekta djeluje i udruga Istra Inspirit te od 2014. godine i poduzeće Istra Inspirit j.d.o.o.. S obzirom da se danas sve više potiče kulturološki aspekt neke zemlje, regije ili grada, Istra Inspirit je projekt koji će u budućnosti moći zadovoljiti potrebe svih onih koji su za te elemente zainteresirani, odnosno kulturnih turista. Projekt predstavlja između ostaloga i oživljavanje već postojećih kulturno-turističkih priredaba koje zajedno čine posve drugačiji tip kulturno-turističkog proizvoda što omogućava bolje tržišno pozicioniranje. *Istra Inspirit* kao projekt se sastoji od postojećih priče iz istarske kulturne baštine, čime se priredbama ističe autentičnost kulturnog proizvoda i obogaćuje ponuda događanja u destinaciji.

³⁵ Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr>, (13.09.2015.)

Slika 23. Logotip Istra Inspirit



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (13.09.2015.)

Specifičnost projekta *Istra Inspirit* je u tome što obuhvaća postojeće lokalne priče iz istarske povijesti, čime se ističe autentičnost kulturnog proizvoda. Uz razne partnerske udruge iz cijele istarske regije u projektu su aktivno uključene i lokalne turističke zajednice koje su ujedno i nositelji pojedinih programa. U projektu su uključeni i studenti pulskog sveučilišta te kroz praktični rad stječu dodatna znanja i vještine na području kulturnog turizma. Glavni elementi koji čine *Istra Inspirit* su kazalište, emocija i gastronomija pomoću kojih se uprizoruju istarske legende i mitovi na povijesno autentičnim lokacijama. Oživljavanje povijesnih događaja na interaktivan način stvara mogućnost dodatnog zapošljavanja za lokalno stanovništvo i predstavlja dodatni motiv dolazaka gostiju izvan glavne sezone čime se obogaćuje ponuda kulturnog turizma i događanja u Istri.³⁶

Ovisno o odabranoj predstavi, doživljaji mogu uključivati sljedeće:³⁷

- interaktivnu tematsku kazališnu predstavu s profesionalnim glumcima tematizirana prema povijesnim razdobljima,
- gastronomsku ponudu (posebno pripremljena večera iz pojedinih povijesnih razdoblja),
- prodaju i prezentaciju lokalnih suvenira i tradicionalnih zanata uz degustaciju autohtonih proizvoda,
- posjet i razgled starogradskih jezgri, palača, muzeja, arheoloških lokaliteta,
- humoristični igrokaz, vožnju čamcima (batanama), kazalište sjena, sudjelovanje u spravljanju domaćeg kruha, potragu za blagom, itd.

³⁶ Istra Inspirit, O projektu, <http://www.istrainspirit.hr/hr/content/impressum>, (13.09.2015.)

³⁷ Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr/>, (13.09.2015.)

7.2. Nagrade projekta

Projekt je kroz svoje četiri godine rada nagrađivan raznim nagradama kvalitete i kreativnosti, a neke od njih su sljedeće nagrade:³⁸

- *Zlatna koza 2012 / Capra d'oro 2012* – za najbolji inovativni proizvod u Istarskoj županiji,
- *“Simply the best”* – nagrada UHPA-e i časopisa *Way to Croatia* za kreativni i inovativni pristup oblikovanju turističke ponude,
- *CBTour* – nagrada za najbolji kreativni program hrvatskog poslovnog turizma,
- *Golden Zoom Awards* – najbolja marketinška kampanja turističke destinacije,
- *„XVIII edición Concurso al mejor producto de turismo”*, FITUR, Madrid – nominacija za najbolji međunarodni turistički proizvod,
- *MRAK* (Mreža za razvoj i kreativnost) – nagrada za najbolji kreativni i inovativni turistički proizvod.

7.3. IRTA (Istarska razvojna turistička agencija)

Misija rada Istarske razvojne turističke agencije je da provodi preuzimanje aktivne uloge u kreiranju razvoja turizma Istarske županije, te potiče konstruktivne suradnje na svim razinama s namjerom moderniziranja razvojnih procesa u kojem se isprepliću zajednički interesi privatnog i javnog sektora.

Međusobna suradnja privatnih subjekata, međusobna suradnja javnih subjekata, te posebna suradnja privatnog i javnog sektora s posebnim naglaskom na jedinice lokalne samouprave, predstavljaju fokus rada IRTA-e d.o.o. Na taj način utječe na brži i jasno definirani razvoj s osnovnom misijom povezivanja interesa razvoja i pronalaženja optimalnih rješenja na putu implementacije Master plana razvoja turizma Istre, a s osnovnim ciljem repozicioniranja i restrukturiranja turističke destinacije Istre.³⁹

Vizija IRTA-e:⁴⁰

- institucionalna poveznica privatnog i javnog sektora,
- kreator sinergijskog učinka privatno-javnog partnerstva,

³⁸ Istra Inspirite, <http://www.istrainspirit.hr>, (6.3.2014.)

³⁹ Istarska razvojna turistička agencija, <http://www.irta.hr/>, (13.09.2015.)

⁴⁰ Istarska razvojna turistička agencija, <http://www.irta.hr/>, (13.09.2015.)

- koordinator implementacije Master plana razvoja turizma Istre,
- realizator procesa preobrazbe Istre u visoko kvalitetnu turističku destinaciju,
- sinonim za kvalitetu na principima održivog i odgovornog razvoja.

7. 4. Istarska županija

Istarska županija je najzapadnija hrvatska županija koja uključuje najveći dio Istarskog poluotoka. Upravno sjedište županije je Pazin. Sastoji se od 10 gradova i 31 općine. Najvažnije djelatnosti provode upravna tijela. Upravna tijela Istarske županije su upravni odjeli i službe županije koji su ustrojani za obavljanje poslova iz samoupravnog djelokruga županije, kao i za obavljanje poslova državne uprave prenijetih na županiju. Njihovo ustrojstvo uređuje se općim aktom u skladu sa zakonom i statutom. Upravnim tijelima upravljaju pročelnici koje na temelju javnog natječaja imenuje poglavarstvo. Upravna tijela surađuju sa središnjim tijelima državne uprave, uredima državne uprave u Istarskoj županiji, jedinicama lokalne samouprave s područja Istarske županije, odnosno s gradskim i općinskim tijelima uprave surađuju s pravnim osobama koje obavljaju djelatnosti iz djelokruga upravnog tijela, te usmjeravaju njihov rad, i na zajedničkim osnovama pripremaju stručne podloge za postupak odlučivanja Županijske skupštine i pojedinačnih akata Župana, poduzimaju mjere radi unapređenja i razvoja djelatnosti za koju su osnovani, te o svom radu redovito izvješćuju javnost.⁴¹

7. 5. Turistička zajednica Istarske županije

Turistička zajednica Istarske županije osnovana je u mjesecu prosincu 1994. godine sa sjedištem u Poreču u Pionirskoj ulici 1. Turistička zajednica pravna je osoba. Prava i obveze turističke zajednice utvrđuju se Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i statutom turističke zajednice. Svojstvo pravne osobe turistička zajednica stječe danom upisa u Upisnik turističkih zajednica kojeg vodi Ministarstvo turizma. Glavna zadaća Turističke zajednice Istarske županije je poticanje, očuvanje, unapređivanje i promicanje svih postojećih turističkih resursa i potencijala županije te stvaranje snažnog i prepoznatljivog branda Istre.

⁴¹ Istarska Županija, <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2>, (13.09.2015.)

Neki od zadataka županijske turističke zajednice su:⁴²

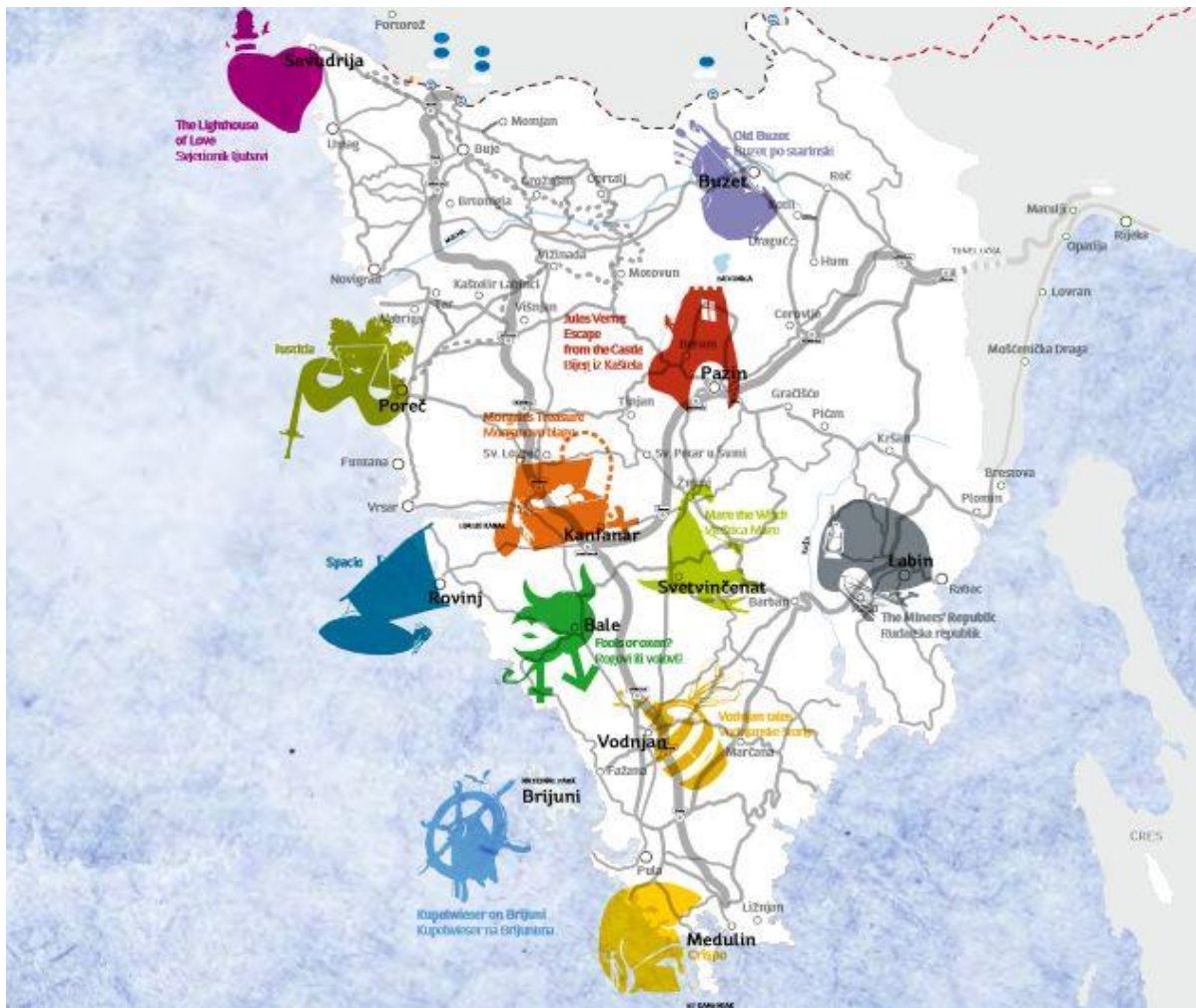
- suradnja i koordinacija s pravnim i fizičkim osobama koje su neposredno i posredno uključene u turistički promet na razini županijskog gospodarskog ustroja radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provođenja plana razvoja turizma kao dijela cjelovitog gospodarskog razvoja županije,
- poticanje i pomaganje razvoja turizma u općinama i gradovima koji nisu turistički razvijeni,
- pružanje stručne i svake druge moguće pomoći turističkim zajednicama općina ili gradova u svim pitanjima važnim za njihovo djelovanje i razvoj,
- poticanje, koordinacija i ustrojavanje, gospodarskih, kulturnih, športskih i drugih priredbi i događanja (manifestacija) značajnih za cijelu županija,
- izrada programa i planova promocije turističkog proizvoda županije, vodeći računa o posebnostima svakog turističkog mjesta,
- utvrđivanje, ustrojavanje i provođenje svih radnji promocije turističkog proizvoda županije sukladno osnovnim smjernicama Hrvatske turističke zajednice,
- dnevno prikupljanje i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu i svih drugih podataka bitnih za praćenje izvršenja postavljenih ciljeva i zadaća (zbirno izvješće općina i gradova).

7.6. Istra Inspirit doživljaji

U 2015. godini *Istra Inspirit* doživljaji su se održavali redovito svakog četvrtka i subote u razdoblju od lipnja do rujna (25. lipnja – 27. kolovoza) te u pred i post sezoni ovisno o upitima od strane raznih poduzeća, agencija, autokampova i hotelijera za ekskluzivnim predstavama. Predstave projekta *Istra Inspirit* odvijale se na autentičnim lokacijama na cijelom geografskom području Istarske županije kao što je prikazano na slici broj 12. Kroz navedenu kartu može se zaključiti kako je *Istra Inspirit* veoma ključan generator kulturnog turizma na području Istarske županije te stvara dodatan motiv dolaska u destinaciju.

⁴² Turistička zajednica Istarske Županije, <http://www.istra.hr/hr/ostalo/tzi>, (13.09.2015.)

Slika 24. Postojeći Istra Inspirit doživljaji



Izvor: Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr>, (13.09.2015)

Mitska bića Istre – Pula (samo na upit)

Slika 25. Logotip Mitska bića Istre



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

U Istri nailazimo na razne mitologije bogate čudesnim bićima, od sitnih kućnih vilenjaka do velikih divova. Kroz Mitska bića Istre štrige i štriguni, vampiri i vilenjaci, pripremaju čudesnu i bajkovitu zabavu za djecu. Doživljaj počinje cirkuskom predstavom kakvom su nekada žongleri, muzičari, klaunovi i fakiri uveseljavali posjetitelje drevnih

vašara, ili kako ih u Istri zovu, merkata. Oni hodaju po užetu, gutaju mačeve i vatru, žongliraju lopticama i čunjevima. Na kreativnim radionicama djeca izrađuju svoje čarobne napitke, uče žonglirati ili hodati po konopu, pa čak i zaplesati s vješticama. Ovaj interaktivni program sastoji se od zabavnih skečeva, radionica-igraonica i cirkuske predstave.⁴³

Crispo – Medulin

Slika 26. Logotip Crispo



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Ova rimska priča se odvija u vrijeme vladavine rimskog cara Konstantina Velikog koji 326. godine svog sina Crispa proglašava prijestolonasljednikom trona Rimskog carstva. Fausta, Crispova maćeha, znatno mlađa od njegova oca, odlučuje postati ljubavnicom budućem prijestolonasljedniku, kako bi osigurala svoju poziciju na njegovu dvoru, ali je Crispo odbija. Prema predaji Crispo je zatočen i ubijen u ladanjskoj vili na Vižuli, a predstava prepričava taj događaj i gledatelje uvodi u svijet rimskih spletki i intriga, ljubavi, mržnje i osvete. Osim kazališne predstave koja se igra na autentičnoj lokaciji antičke rimske vile, ovaj doživljaj uključuje i tradicionalnu rimsku gozbu koja se kuha po starim rimskim receptima. Gozba se sastoji od kruha, zobene kaše, ribe, školjaka, pikantnih kobasica, raznih kolača i medenjaka, sve kao u drevnom Rimu.⁴⁴

Spacio – Rovinj

Slika 27. Logotip Spacio



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

⁴³ Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr/>, (13.09.2015)

⁴⁴ Istra Inspirit, Crispo, <http://www.istrainspirit.hr/hr/crispo/tickets-84.html>, (13.09.2015)

Rovinjnski podrumi (Spacio) u kojima vinogradari čuvaju svoje vino, a koje ribari posjećuju nakon dana provedenog loveći ribu iz svojih brodica „batana“, mjesto su susreta, druženja i zabave. Ne tako davno, jedni bi pekli ribu, drugi točili vino, a onda malo založili i zajedno zapjevali o svom životu, nesretnim ljubavima i sretnim završecima priča. Komentirali bi svakodnevne događaje pa bi se, opijeni dobrim vinom, koji put i posvađali. U atmosferi istarskog podruma, izvornog spacia, ovaj doživljaj uključuje druženje s pravim istarskim vinogradarima i ribarima uz bogatu ribarsku večeru.⁴⁵

Vještica Mare – Svetvinčenat

Slika 28. Logotip Vještica Mare



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Mare Radolovich lokalna travarka i ljekarica, koju su 1632. godine njeni susjedi, isti oni koje je liječila i kojima je pomagala, optužili za pakt s vragom, zbog kojeg je Mare nepravедno stradala nekoliko dana kasnije, spaljena na lomači na glavnom trgu Kaštela. Ovaj doživljaj uključuje tužnu priču, nepravедni proces i na kraju okrutnu smrt spaljivanjem na lomači, a zatim jedinstvenu srednjovjekovnu gozbu. Vještica Mare uvodi posjetitelje u velebno zdanje mletačke utvrde Grimani-Morosini, a osim tužne životne priče, doživljaj uz srednjovjekovnu večeru uključuje i razne radionice.⁴⁶

Morganovo Blago – Kanfanar (Dvigrad)

Slika 29. Logotip Morganovo Blago



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

⁴⁵ Istra Inspirit, Spacio, <http://www.istrainspirit.hr/hr/spacio/tickets-73.html>, (13.09.2015)

⁴⁶ Istra Inspirit, Vještica Mare, <http://www.istrainspirit.hr/hr/vjestica-mare/tickets-75.html>, (13.09.2015)

Novi Istra Inspirit događaj koji priča dramatičnu priču o sakrivanju blaga jednog od najpodmuklijih gusara koje je svijet ikada upoznao – onom Henrya Morgana! U ovom doživljaju posjetitelji postaju dio nezaboravnog mjuzikla uz vesele zvuke gusarskih pjesama i uživaju u pravoj piratskoj zabavi u čarobnom ambijentu srednjovjekovnog grada Dvigrada.⁴⁷

Iustitia – Poreč

Slika 30. Logotip Iustitia



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Nakon mračnog srednjeg vijeka u Istri, novi vijek je obilježilo siromaštvo koje je dovelo do razvoja razbojništva na cijelom poluotoku, a posebno na području Poreča. Domenico Furlan, jedan je od ozloglašanih razbojnika Poreštine. Godine 1699. protagonist priče, Domenico Furlan, provalio je u svetohranište porečke Bazilike i opljačkao je odnijevši zlato i srebro kojim je bila ukrašena. Nakon što je na suđenju proglašen krivim za taj nezapamćen zločin, pogubljen je. Pučka se proslava izvršenja pravde u jednom trenutku pretvara u baroknu zabavu s plesom pod maskama uz bogatu baroknu večeru.⁴⁸

Svjetionik ljubavi – Savudrija

Slika 31. Logotip Svjetionik ljubavi



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

⁴⁷ Istra Inspirit, Morganovo blago, <http://www.istrainspirit.hr/hr/vjestica-mare/tickets-75.html>, (13.09.2015)

⁴⁸ Istra Inspirit, Iustitia, <http://www.istrainspirit.hr/hr/iustitia/tickets-82.html>, (13.09.2015)

Najstariji hrvatski svjetionik visok 36 metara čuva najveću ljubavnu priču na ovom dijelu Jadrana koja je zapisana, između austrijskog grofa Metternicha i savudrijske djevojke. Nadgledajući gradnju svjetionika u Savudriji koji je dovršen 1818. godine grof Metternich se zaljubio u savudrijsku djevojku, te s njome tajno ljubovao u skrivenim prostorijama svjetionika. Predstava uprizoruje priču o zabranjenoj ljubavi uz koju se mogu kušati različiti napitci i afrodizijska hrana. Kroz ovaj doživljaj posjetitelji će upoznati tajno skrovište bogatog grofa i njegove drage, te uživati u romantičnoj večeri.⁴⁹

Jules Verne: Bijeg iz kaštela – Pazin

Slika 32. Logotip Jule Verne: Bijeg iz kaštela



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Jules Verne je svog junaka Mathiasa Sandorfa, smjestio upravo u srce Istre u pazinski kaštel. Kaštel i Pazinska jama mjesto su radnje romana o mađarskom grofu, premda poznati pisac nikada nije kročio na istarski poluotok. U tom romanu mađarski grof Mathias Sandorf s još dvoje urotnika 1867. godine priprema urotu za odcjepljenje Mađarske od Austro-Ugarske Monarhije, no kako biva otkriven, austrijski sud smješta svu trojicu u pazinski Kaštel gdje čekaju pogubljenje. Sandorf i dvoje urotnika bježe iz Kaštela spustivši se niz liticu Pazinske jame u ponor, te nošeni rijekom Pazinčicom njihove se avanture nastavljaju. Sam Jules Verne preuzeo je detaljne opise Pazina, Kaštela i Pazinske jame iz putopisa svoga sunarodnjaka Charlesa Yriarte i na osnovu toga stvorio jedno od svojih najboljih djela prema kojem su kasnije snimljene tri filmske adaptacije. Ovaj doživljaj daje priliku u kojem se posjetitelji mogu uživjeti u odvažni bijeg Mathiasa Sandorfa i njegovih prijatelja, a kasnije slijedi tipična večera i glazba s kraja 19. stoljeća.⁵⁰

⁴⁹ Istra Inspirir, Svjetionik ljubavi, <http://www.istrainspirit.hr/hr/svjetionik-ljubavi/tickets-88.html>, (13.09.2015)

⁵⁰ Istra Inspirir, Jules Verne, <http://www.istrainspirit.hr/hr/jules-verne-bijeg-iz-kastela/tickets-80.html>, (13.09.2015)

Kupelwieser na Brijunima

Slika 33. Logotip Kupelwieser na Brijunima



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Godina je 1893. i područje danas čarobnog brijunskog otočja je malarično, neugledno i zapušteno. No, te godine je veliki austrijski poduzetnik Paul Kupelwieser odlučio kupiti Brijune i na njima uspostaviti poljoprivredno gospodarstvo i kulturni centar za tada rastuću vojnu luku u Puli te oko sebe okuplja tim najvećih stručnjaka iz različitih područja koji će mu pomoći u potpunoj obnovi Brijuna. Počinje se s uređenjem okoliša, arheoloških iskapanjima, iskorjenjivanjem malarije s otočja... Nakon njihovog dugog i napornog rada, brijunsko otočje dobiva novo ruho i postaje pravim biserom Mediterana čije ljepote zapanjuju svakoga tko na Brijune kroči. Kroz ovu priču može se doživjeti nesvakidašnje šetnje Brijunima, upoznati osobe koje su Brijune pretvorile u raj na Zemlji i otputovati u doba Austro-Ugarske s Paulom Kupelwieserom i njegovim pomoćnicima.⁵¹

Buzet po starinski – Buzet

Slika 34. Logotip Svjetionik ljubavi



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

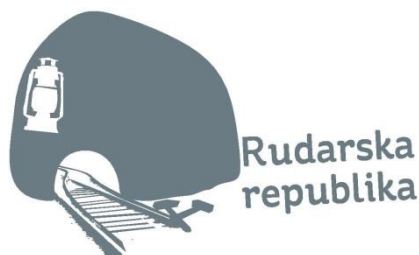
U izuzetnom ambijentu stare jezgre Buzeta mogu se doživjeti zvukovi, okusi i mirisi, govor, glazba i duh dvadesetog stoljeća. Starogradska jezgra Buzeta pretvara se u prirodnu pozornicu, a na ulicama i trgovima oživljavaju se stari zanati, kovačnica, lončarstvo, pletarstvo uz kušaonice, vinoteke i suvenirnice. Posjetitelji na ovom *Istra Inspirir* doživljaju

⁵¹ Istra Inspirir, Kupelwieser na Brijunima, <http://www.istrainspirit.hr/hr/kupelwieser-na-brijunima/tickets-86.html>, (13.09.2015)

mogu naučiti peći kruh po starinski, „zaigrati na pljočke“, kušati lokalne specijalitete i rakije, te zaplesati uz harmoniku, bajs i violinu.⁵²

Rudarska republika – Labin

Slika 35. Logotip Svjetionik ljubavi



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Putujte kroz vrijeme i vratite se u 1921. godinu, 150 metara ispod površine zemlje, ispod 20 milijuna tona kamenja, gdje sunčeva svjetlost i vrijeme prestaju postojati. Postoji samo tama...i REVOLUCIJA! Spustite se u labirint labinskog rudnika, svjedočite teškom životu rudara i budite dio potresne priče o ljudskoj snazi i ponosu. Proživite jedan dan u životu labinskih rudara.⁵³

Osim redovnih Istra Inspirita doživljaja koji sačinjavaju ponudu Istra Inspirita ove sezone su se uprizorili i dva nova Inspirita u Vodnjanu te u Balama.⁵⁴

VODNJAN - Vodnjanske štorije

Slika 36. Logotip Vodnjanske štorije



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

⁵² Istra Inspirita, Buzet po starinski, <http://www.istrainspirit.hr/hr/buzet-po-starinski/tickets-86.html>, (13.09.2015)

⁵³ Istra Inspirita, Rudarska republika, <http://www.istrainspirit.hr/hr/rudarska-republika/tickets-79.html>, (13.09.2015)

⁵⁴ Istra Inspirita novosti, <http://www.istrainspirit.hr/hr/novost/dva-nova-istra-inspirita-do-C5%BEivljaja-u-2015-%E2%80%93-vodnjan-i-bale>, (19.09.2015.)

Ovim vremeplovom Istra Inspirita otputujte u Vodnjan kakav je bio u 19. st. i upoznajte sasvim drugačiji način života. Umjesto automobilom, nekad se prometovalo vodnjanskim taksijem – vozom s magarcima, a ulice su grada vrvile djecom koja uživaju u maštovitim starim igrama. Uz neodoljive mirise i okuse tradicijske kuhinje, naučiti će te nešto o starim poljoprivrednim zanatima, zaplesat će te uz folklor i zabaviti se uz interaktivna uprizorenja priča po kojima je ovaj grad poznat. Saznat će te kako su Vodnjanci dobili svoj nadimak „bumbari“ i po kojim su još sve avanturama poznati.⁵⁵

BALE - Rogovi ili volovi?

Slika 37. Logotip Rogovi ili volovi?



Izvor: <http://www.istrainspirit.hr/>, (19.09.2015.)

Ova priča nas vraća u uzbudljivo doba Mlečana u čarobnim Balama, čiji je statut bio strah i trepet nestašnom lokalnom stanovništvu. Strogi su zakoni Statuta branili sve što ne potiče mir i gospodarski razvoj grada, što ponekad nije lako bilo poštovati. Naizgled jednostavno suđenje zbog preljuba i iskorištavanja lokalne djevojke pretvara se u pravu dramu kada se otkrije da zapravo nitko nije naivan u ovoj priči koja će svakog posjetitelja nasmijati do suza. Tko je koga prevario i kako su se iz svega izvukli – nijedna sapunica ne može se mjeriti s ovom ljubavnom zgodom starih Baljana.⁵⁶

⁵⁵ Istra Inspirita novosti, <http://www.istrainspirit.hr/hr/novost/dva-nova-istra-inspirit-do%C5%BEivljaja-u-2015-%E2%80%93-vodnjan-i-bale>, (19.09.2015.)

⁵⁶ Istra Inspirita novosti, <http://www.istrainspirit.hr/hr/novost/dva-nova-istra-inspirit-do%C5%BEivljaja-u-2015-%E2%80%93-vodnjan-i-bale>, (19.09.2015.)

7.7. Projekt *Inspirit Fantasy Park*

Projekt *Inspirit Fantasy Park* je budući turistički proizvod u sklopu Istarske županije, Grada Pazina i IRTA-e (Istarske razvojne turističke agencije) po nazivom *Inspirit Fantasy Park*. *Inspirit Fantasy Park* je tematski i zabavni park koji se bazira na svijetu istarske i slavenske mitologije.

Zabavni park *Inspirit Fantasy Park* želi se predstaviti kao originalan turistički proizvod koji ima specifične posebnosti u odnosu na druge postojeće tematske parkove. Inovativnim metodama dizajna i marketinga park je osmišljen kao proizvod visoke atraktivnosti za ciljanu publiku dok s druge strane uzima u obzir lokalne specifičnosti i ekonomske okvire isplativosti ulaganja. Primarni cilj parka je povećanje turističkih dolazaka, same atraktivnosti i konkurentnosti na turističkom tržištu. Projektom bi trebalo rezultirati ulaskom Istre između veće vodeće turističke destinacije u europski po kriteriju zabavne industrije. Projekt *Inspirit Fantasy Park* Istarska je županija kandidirala na natječaje Fondova Europske Unije i Ministarstva turizma, Ministarstva regionalnog razvoja kako bi skupa s gradom Pazinom mogla financirati sredstava potprograma „Priprema regionalnih razvojnih projekata“. Također, smatra se kako bi projekt trebalo pripremiti za kandidiranje za Europski fond za regionalni razvoj koji bi omogućio još dodatna sredstava za ostvarenje ideja i samih ciljeva za razvoj parka.⁵⁷

Ciljevi razvojnog projekta:⁵⁸

- direktno zapošljavanje,
- povećanje potražnje za smještajnim kapacitetima u središnjoj Istri, a osobito u ostatku Istre (donoseći povećanje prometa u ostatku istre izvan sezone),
- povećanje volumena potrošnje kroz kreiranje volumena posjetitelja i dodatne ponude turistima koji su došli u ostatak Istre,
- povećanje poslova svim lokalnim tvrtkama,
- indirektno zapošljavanje,
- nastajanje potreba za novim poslovima (usluge u parku...npr. servis i održavanje),
- plasman niza lokalnih poljoprivrednih proizvoda,
- te za prezentaciju i prodaju produkata starih zanata.

⁵⁷ Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr> (13.09.2015.)

⁵⁸ Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

Zabavni sadržaji poput *Inspirit Fantasy Parka* su itekako potrebni u Hrvatskoj i Istri, s obzirom da je već dosegnut maksimalni kapacitet ponude u ljetnim mjesecima pa se ne može doći do povećanja potrošnje u tim mjesecima, osobito kad pada kiša i vrijeme nije idealno. Rješenje pomoću ovog parka ima veliku mogućnost sinergijskog potencijala između središnje Istre, ostatka Istre i cijele Hrvatske za povećanjem samog dohotka u turističkom sektoru. S tim proizvodom Istra bi kao turistička regija Hrvatske ponudila nešto potpuno novo i neotkriveno svim trenutnim te budućim posjetiteljima navedene turističke regije.

7.8. Sadržaj parka

Inspirit Fantasy Park želi otvoriti novi sadržaj koji bi bio komplementaran s istarskim turizmom, kojim će se povećati zaposlenost te generalno gospodarske aktivnosti u cijeloj regiji. Kao lokacija odabran je grad Pazin zbog svoje izvrsne povezanosti sa svim dijelovima Istre ali i šire te prema njemu također gravitira veliki broj stanovnika regije u radijusu od 200 kilometara. Prednost parka je svakako to što nepostojanje sličnih sadržaja u krugu od 400 kilometara ima veliku prednost (*Gardaland* je zabavni park ne tematski) i da Istra bilježi sezonski posjet od oko tri milijuna gostiju godišnje u Istri.

Inspirit Fantasy park, struktura parka:⁵⁹

- 10 ha površine,
- 5 tematskih cjelina,
- 8 mehaničkih atrakcija,
- 3 scene s pozornicama,
- 3 igraonice (1 na zatvorenom),
- 5 adrenalinskih igraonica,
- 4-5 objekata prehrane,
- 10-15 lokala široke namjene.

Inspirit Fantasy park, broj i potrošnja gostiju:⁶⁰

- otvoren 300 dana – zatvoren siječanj/veljača,
- 150.000 do 200.000 posjetitelja godišnje,

⁵⁹ Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

⁶⁰ Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

- 3.000 maksimalni dnevni kapacitet,
- 152 - 200 kuna prosječna potrošnja gosta.

Slika 38. Presentacija *Inspirit Fantasy parka* u Pazinu



Izvor: 1. Presentacija *Inspirit Fantasy parka* u Pazinu, <http://www.pazin.hr/ministar-lorencin-projektom-inspirit-fantasy-park-letvica-visoko-postavljena/>, (19.09.2015)

Specifičnost *Istra Inspirit Fantasy parka* u odnosu na druge tematske parkove je veća orijentiranost na interakciju s posjetiteljima u smislu *rpg-a* (Role Playing Game) tj. sudjelovanja u raznim kostimiranim događajima i edukativnim radionicama. Posjetitelj tako aktivno sudjeluje u kreiranju jedinstvenog doživljaja. Univerzalna prodajna točka *Istra Inspirit Fantasy parka* je jedinstveni doživljaj avanture za cijelu obitelj u bajkovitom okruženju. *Istra Inspirit Fantasy park* je tematski zabavni park koji se bazira na oživljavanju svijeta istarske i slavenske mitologije. Atrakcije se grade kombinacijom tehničkih sprava poput rollercoastera i atraktivne scenografije koja s kostimiranim glumcima i posjetiteljima stvara bajkoviti i opuštajući ambijent. Također, na pozornicama *Inspirit Fantasy parka* će se na dnevnoj bazi odigravati kostimirane predstave uključujući i sve predstave projekta *Istra Inspirit*.⁶¹

⁶¹ Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

Uz svaku tematsku cjelinu pridružena je najmanje jedna tehnička atrakcija dok su u gradu i selu pridodani prostori za izvođenje edukativnih programa. Dio većine cjelina će biti i sadržaji za konzumiranje hrane i pića.

Uz svaku tematsku cjelinu pridružena je najmanje jedna tehnička atrakcija. Glavne tehničke atrakcije su:

- rollercoaster (adrenalin),
- vlak kroz tunele (avantura),
- vlak preko jezera (avantura),
- galija duhova (adrenalin).

Posebnost *Istra Inspirita Fantasy parka* je uključivanje publike u događaje kroz:

- sudjelovanje u dnevnom zadatku,
- sudjelovanje u edukaciji i radionicama,
- sudjelovanje u kostimiranim igrama,
- gledanje kostimiranih predstava,
- interakcijom s domaćim životinjama (npr. jahanje konja).

Na prostoru *Istra Inspirita Fantasy parka* na dnevnoj bazi će se odigravati kostimirane predstave uključujući i sve predstave Istra Inspirita. U sezoni, predvečer svakog dana, u obliku dnevnog finala, odvijati će se skupna scenska igra velika bitka. U velikoj bitci sudjeluju profesionalci i posjetitelji. Svaki sudionik *rpg-a* uz nadoplatu će dobiti igrani film sa snimljenom avanturom. U filmu je posjetitelj predstavljen s imenom i prezimenom kao jedan od glavnih glumaca.⁶⁴ Osim zabavnog u *Inspirita Fantasy parku* će se održavati razni edukativni sadržaji poput škola i radionica na temu: upoznavanja s životom u srednjem vijeku, upoznavanje s florom i faunom zavičaja, izrade viteške opreme, šivanja oprave za princezu, izrade nakita, priprema hrane, itd.

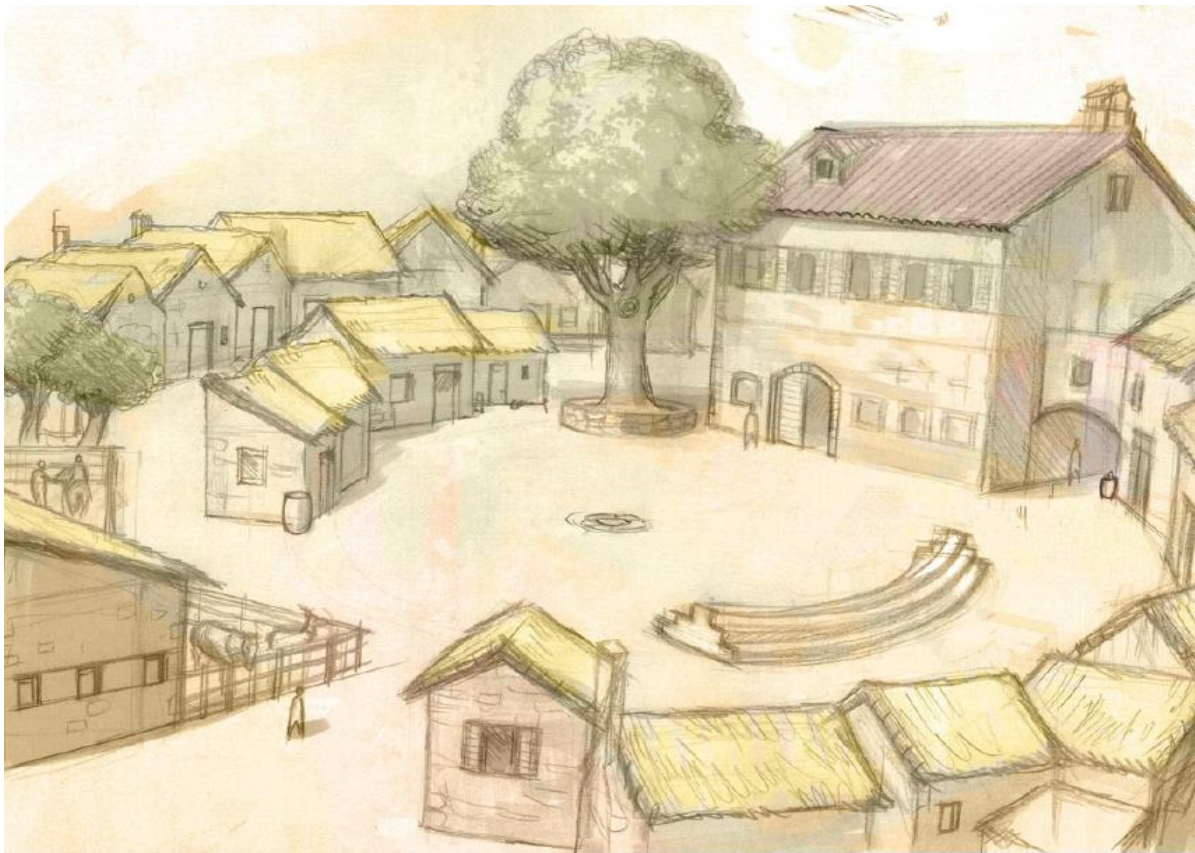
Pomoću takvih sadržaja i ponude park bi u svojoj budućnosti imao veliku posjećenost s obzirom na vrstu teme parka i same ponude koja bi isključivo prikazivala povijest i život lokalne zajednice što u današnjim turističkim trendovima predstavlja veliku prednost.

⁶⁴ Baus, M., 2014: *Inspirita Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

7.9. Opis cjelina parka

Srednjovjekovno selo je na površini cca. 50 x 50 metara, sastoji se od niza kuća s vrtovima i štalama (uključuje žive životinje).⁶⁵ Od većih zgrada su tu: restoran, igraona i učionica. Ispred zgrada je trg, koji je pozornica i gledalište. Kuće su oko trga, kamene su, mediteranskog tipa raznog sadržaja. U selu žive seljani s domaćim životinjama te razna mitološka bića.

Slika 40. Srednjovjekovno selo (Istarsko selo)



Izvor: Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park, Idejno rješenje

U selu se može:⁶⁶

- pojesti autohtoni istarski ručak,
- kupiti eko proizvode,
- sudjelovati u školi i radionicama,
- sudjelovati u kostimiranim igrama,
- gledati predstave,

⁶⁵ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

⁶⁶ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

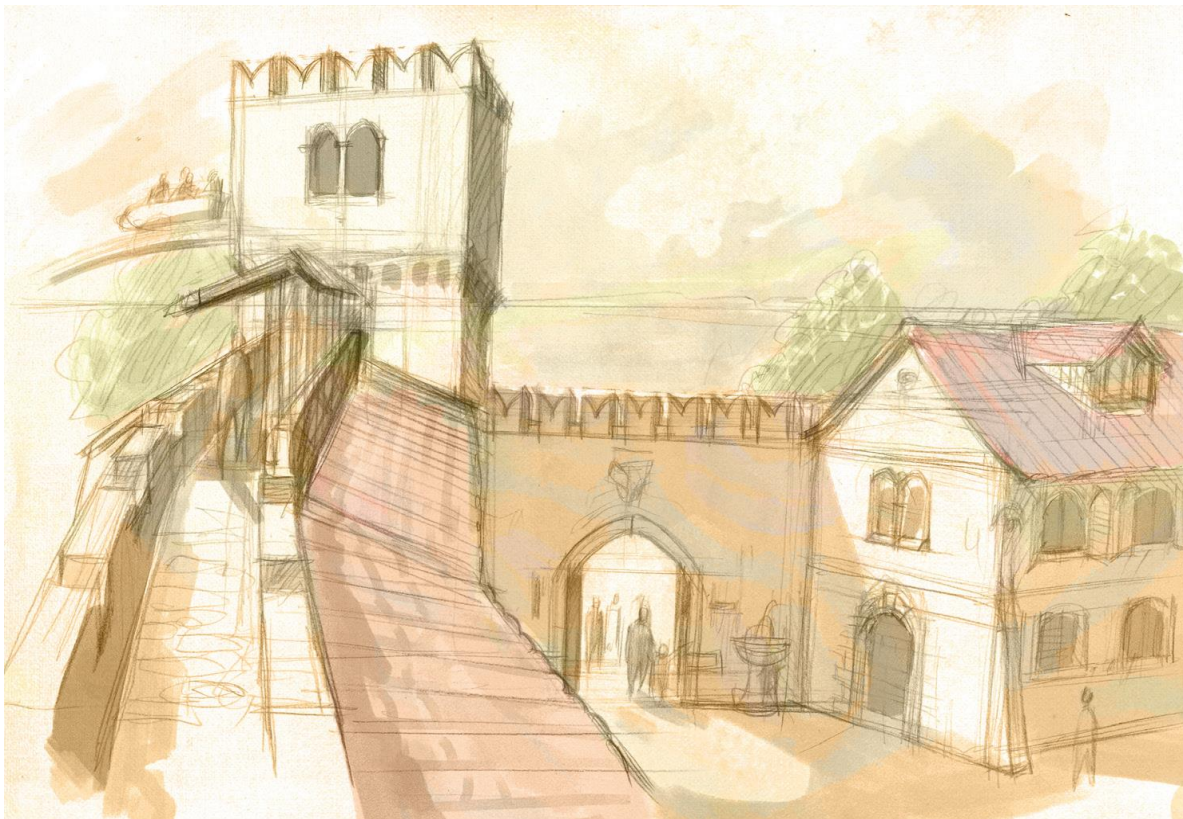
- unajmiti pony za jahanje,
- u krčmi saznati informacije vezane za dnevni zadatak,
- dobiti dnevni zadatak.

Akcijski dio sela je:

- igraonica za djecu od 4-10 g.

Utvrđeni grad je utvrda na površini cca. 100 x 50 metara. Okružen je zidinama s četiri kule. Tlocrt je pravilni. U sredini grada su dvije velike građevine, restoran i igraonica (50 x 50 metara).⁶⁷ Ispred njih je trg, sa strane, uz zidine su male kuće - krčma, radionice i prodavaonice. Grad ima četvero vrata, po svaka na jednu stranu svijeta. U gradu žive kralj, princeza, vitezovi i građani. U gradu se također može pojesti autohtoni istarski ručak, kupiti eko i razne druge proizvode, sudjelovati u školi i radionicama (npr. izrada viteške opreme), sudjelovati u kostimiranim igrama, gledati predstave, u krčmi saznati informacije vezane za dnevni zadatak i od kralja dobiti dnevni zadatak.

Slika 41. Utvrđeni grad



Izvor: Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park, Idejno rješenje

⁶⁷ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

Akcijski dio grada:⁶⁸

- je igraonica za djecu od 5 do 12 godina na zatvorenome,
- veliki vrtuljak za djecu i odrasle,
- rollercoaster (adrenalinska vožnja).

Zmajeva špilja je napušteni rudnik tj. brdo na površini cca. 100 x 50 metara, ima okno za ulaz i izlaz.⁶⁹ Unutrašnjost je ispunjena tunelima. Kroz tunele prolazi vlak, pored zmaja a iznad lave. Vožnja je avanturistička s blago adrenalinskim efektima. Iz vlaka se mogu gađati mete (goblino) koje iskaču sa strane. U rudniku živi ognjeni zmaj i njegovi pomoćnici goblino. U špilji se može:

- skupljati elemente za dnevni zadatak,
- gledati predstave.

Akcijski dio špilje je: vožnja vlakom (avantura)

Slika 42. Zmajeva špilja



Izvor: Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park, Idejno rješenje

⁶⁸ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

⁶⁹ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

Čarobna šuma je na površini 100 x 100 metara, to je labirint od stabala i grmlja. Vilinsko naselje je na stablima povezanim visećim mostićima. Središnji proplanak je pozornica (25 x 25 metara).⁷⁰ Proplanak je okružen stablima. U šumi je kuća na kokošnjim nogama u kojoj živi čarobnica. U šumi žive vile, vilenjaci i druga mitološka bića.

Slika 43. Čarobna šuma



Izvor: Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park, Idejno rješenje

U šumi se može:

- pojesti obrok (bar),
- sudjelovati u kostimiranim igrama,
- od čarobnice dobiti dnevni zadatak,
- gledati predstave,
- sudjelovati u edukaciji.

Akcijski dio šume je:

- labirint (avantura).

⁷⁰ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

Jezero duhova je na površini 100 x 100 metara, to je vodeni labirint od stijena i trava. Centralni dio jezera je poluotočić (75 x 75 metara) s nasukanom galijom (10 x 25 metara) ispred koje je pozornica.⁷¹ Kroz jezero prolaze barkice (vlak). Iz barkica se može pucati na mete. U jezeru žive gusari i duhovi.

U brodu se može:

- sudjelovati u kostimiranim igrama,
- od gusara dobiti dnevni zadatak,
- gledati predstave.

Akcijski dio jezera:

- je vožnja vlakom kroz labirint od stijena (avantura),
- brod je tunel strave (adrenalin).

Slika 44. Jezero duhova



Izvor: Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park, Idejno rješenje

⁷¹ Baus, M., 2014: Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje, Parabureau, Zagreb

Važan dio parka predstavljaju punktovi s hranom i pićem poput restorana i barova. Takva mjesta su po uređenju i atmosferi, također u stilu mitološkog svijeta. Jela i pića se poslužuju u stilu srednjeg vijeka. U okviru parka ulični umjetnici začinjavaju atmosferu igrama sa vatrom ili sličnim cirkuskim trikovima. Za obavljene dnevne zadatke posjetitelju se dodjeljuje nagrada koju osiguravaju sponzori parka.

7.10. SWOT analiza *Inspirit Fantasy parka*

SWOT analiza služi za procjenu razvojnih prednosti i nedostataka i to kroz analizu resursa, institucionalne i tržišne osnovice.⁷² Ona predstavlja koristan alat za analizu trenutačne situacije poslovnog subjekta na tržištu i analizu resursa. Temelji se na analiziranju snaga i slabosti, te prilika i prijetnji iz okoline. Skraćenica S znači na engleski strengths, što u prijevodu znači snage a odnosi se na resurse, koji se mogu iskoristiti kao osnova za razvijanje konkurentne sposobnosti. Skraćenica W znači na engleski weaknesses što bi u prijevodu značilo slabosti što znači nedostatak određenih resursa odnosno snaga koje se mogu promatrati kao slabost. Skraćenica O znači na engleskom oppurtunities što u prijevodu znači prilike, a to su analize eksterne okoline koje mogu ukazati na postojanje novih prilika za rast i ostvarivanje profita. Skraćenica T znači na engleskom threats što bi značilo u prijevodu prijetnje, a to su promjene u eksternoj okolini koje mogu predstavljati i prijetnje za rast i razvoj, te opstanak na tržištu.

Tablica 3: SWOT analiza *Inspirit Fantasy parka*

| Snage | Slabosti |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Jedinstvena priča i Role Playing • Središnje područje unutar Istre (dobra prometna povezanost i jednaka udaljenost unutar Istre) • Inovativan sadržaj vezan uz povijest i kulturu Istre (za razliku od druge ponude) • Komplementarnost s okolnim turističkim centrima u Istri (dodatna ponuda za oko 3 milijuna gostiju koji su već smješteni u drugim dijelovima Istre) • Usklađenost sa prostornim planom i drugim strateškim dokumentima • Mala fleksibilna organizacija • Relativno mali operativni troškovi (u odnosu na Disneyland, npr.) | <ul style="list-style-type: none"> • Sezonski režim rada u turizmu • Nepostojanje ugostiteljske ponude • Nepostojanje pristupne ceste • Nije u sklopu velikih turističkih centara u Istri • Potreban prijevoz od velikih turističkih centara u Istri • Nov, još nepoznat brand • Nov park, nema prethodnog iskustva ni tradicije u ovom poslovanju |

⁷² Dulčić, A., Petrić, L., 2001: *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, str: 347

| Prilike | Prijetnje |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Oko 400.000 domaćih posjetitelja unutar 1 sata vožnje • Dodatnih 1 milijuna stranih posjetitelja (Trst, Kopar,...) unutar 1 sata vožnje • Dolazak 3 milijuna turista u Istru • EU fondovi (zaštita okoliša, konkurentnost destinacije...) • Participativna platforma za dionike • Mogućnost produljenja sezone • Mogućnost integracije unutar ponude okolnih turističkih mjesta • Mogućnost integracije u školske i rekreativne programe domicilnog stanovništva Istre, Rijeke i Kvarnera • Pozitivan stav lokalne zajednice prema projektu (uvršten u LAG) • Uvrštenje u strategiju Pule/Istre Europske Prijestolnice Kulture 2020. • Relativno niska razina zasićenja tržišta – prava konkurencija daleko, lokalna previše fokusirana na ljetne mjesece. | <ul style="list-style-type: none"> • Ne pronalaženje odgovarajućeg partnera i financijera (EU fondovi) • Smanjivanje financijskih mogućnosti grada Pazina (npr. smanjivanje poreza na dohodak za “srednje dohotke” od 2015. godine) • Pojava konkurencije u okruženju • Prirodne nepogode poput poplava i snijega na lokalitetu |

Izvor: Izradio autor

Po završetku ove SWOT analize, dobiva se i bliža slika o tome koje su snage i slabosti te prilike i prijetnje *Inspirit Fantasy parka*.

Iz analize se može zaključiti da park ima veliku snagu u tome što je orijentiranost na interakciju s posjetiteljima u smislu *rpg-a* (Role Playing Game) tj. sudjelovanja u raznim kostimiranim događajima i edukativnim radionicama velika prednost. Geoprometna povezanost je veoma dobra te se iz svih smjerova Istre stiže unutar sat vremena vožnje. Snaga parka leži i u atrakcijskoj kombinaciji svijeta istarske i slavenske mitologije te tehničkih sprava poput rollercoastera i atraktivne scenografije koja s kostimiranim glumcima i posjetiteljima stvara bajkoviti ambijent. S obzirom da je kompletni projekt usklađen s prostornim planom i drugim strateškim dokumentima, projekt *Inspirit Fantasy park* ima veliku mogućnost odličnog tržišnog pozicioniranja na kartama zabavnih parkova ne samo u Hrvatskoj nego i u cijeloj Europi.

Naravno da svaki projekt ima svoje prijetnje pa tako i *Inspirit Fantasy park*. Još uvijek možemo reći kako u hrvatskom turizmu prevladava sezonski režim turizma te na neki način predstavlja poslovnu prijetnju. Također postoji problem u prometnoj povezanosti, jer s lokacijom parka jer još ne postoji pristupna cesta. U početku može imati i loš utjecaj na

poslovanje zbog udaljenosti od ostalih velikih turističkih centara u Istri te će svakako biti potreban organizirani prijevoz do parka. S marketinške strane morat će se puno truda i sredstava uložiti u brendiranje parka kako bi svim gostima u Istri *Inspirit Fantasy park* bio poznat kao što je npr. *Gardaland* u Italiji.

Prilika se pruža u tome što se na samo sat vremena vožnje od parka u blizini nalazi preko 400.000 domaćih posjetitelja, a još dodatnih 1 milijuna stranih posjetitelja (Trst, Kopar, itd.). Veliku priliku čini i to što Istra ima oko 3 milijuna dolazaka, pa su ovakve brojke veoma ohrabrujuće za održiv rad parka. Kroz razne EU fondove park si može izrealizirati i određene financijske potpore (zaštita okoliša, konkurentnost destinacije, itd...) kako bi nastavio daljnji razvoj ponude. Mogućnost da se produži ljetna sezona i da se park integrira unutar same ponude okolnih turističkih mjesta. U svakom slučaju dobro je što postoji pozitivan stav lokalne zajednice prema projektu kroz koje domicilno stanovništvo vidi priliku stalnog zaposlenja i to što park nije samo oslonjen na rad u ljetnim mjesecima nego i tokom cijele godine.

Prijetnje koje se svakako mogu očitati u ovom projektu su da se ne pronade odgovarajući partner i financijer (EU fondovi) te također smanjivanjem financijskih mogućnosti grada Pazina u ulaganju u park. U prijetnje također možemo uvrstiti i pojavu nove konkurencije u okruženju te prirodne nepogode poput jakog vjetera, potresa, poplava i snijega na lokalitetu.

7.11. Konkurencija na tržištu

Ideja je da *Inspirit Fantasy Park* bude otvoren 300 dana u godini (osim siječnja i veljače) od čega bi glavnina posjetitelja došla za vrijeme turističke sezone (svibanj i listopad). Turisti koji su posjetili Istru 2013. i 2014. godine ostvarili su preko 3 milijuna noćenja, od čega je od srpnja do listopada bila polovica, s tim da je u tom razdoblju prosječan ostanak bio (broj noćenja po dolasku) oko 7 dana.⁷³ Tako da se može pretpostaviti ne samo jedan posjet *Inspirit Fantasy Parku* već ponekad i više puta.

Što se tiče konkurencije *Inspirit Fantasy Parku*, je novo otvoreni vodeni park *Istralândia* kraj Poreča koji je privukao preko 120.000 posjetitelja, iako je otvoren tek u lipnju, i ne radi u mjesecima izvan špice turističke sezone.⁷⁴ Također, može se istaknuti i *Dinopark* u Funtani kraj Poreča koji je privukao nešto manje od oko 100.000 posjetitelja,

⁷³ Državni zavod za statistiku, <http://www.dzs.hr/>, (21.09.2015.)

⁷⁴ O nama, <http://www.istralandia.hr/>, (21.09.2015.)

međutim tokom cijele godine.⁷⁵ Treći je Adrenalinski zabavni park kod Umaga, Stella Maris koji predstavlja dodatnu zabavu za turiste tijekom turističke sezone. Veći turistički gradovi imaju luna-parkove za goste u kojima se nerijetko ostavi i puno više novaca od planiranog pa se po posjetu na raznim spravama i igrama potroši veća svota novca.

Na širem geografskom području poznati su *Gardaland* u Italiji i *Prater* u Beču, no s svojom udaljenošću većom od četiri sata oni zapravo ne spadaju direktno u konkurentsko područje. Međutim iako po najširem opisu (zabavni park, tematski park) gore navedeni parkovi ne spadaju u direktnu konkurenciju *Inspirit Fantasy parku* jer nijedan od njih nema jedinstvenu priču kroz interaktivnost, *rpg* igru i zaokruženost lokalnog karaktera kao što ima *Inspirit Fantasy park* te zbog toga ima prednost kao prvi tematski park u ovom dijelu Europe.

Slika 45. Gardaland



Izvor: O resortu, <http://www.gardaland.it/resort/index-en.php>, (21.09.2015.)

Prema svemu navedenom može se zaključiti, a osobito iskustvima *Istralandie* i *Dinoparka*, da je opravdano očekivati minimalno 150.000 posjetitelja u *Inspirit Fantasy Parku* i da dnevna ulaznica u visini od 150,00 kuna nije previsoka.⁷⁶ Potrebno je predviđati

⁷⁵ O Dinoparku, <http://dinopark.hr/hr/park/>, (21.09.2015.)

⁷⁶ Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb

dva segmenta posjetitelja tj. lokalni (domaći) i turistički, a pristupi tim segmentima posjetitelja bitno se razlikuju. Za inozemne posjetitelje potrebno je uspostaviti odlične odnose s turističkim zajednicama i turističkim tvrtkama (turističke agencije, hotelijeri, hosteli, autokampovi, privatni iznajmljivači, itd) u velikim turističkim centrima Istre kako bi *Inspirit Fantasy Park* bio ponuđen kao dodatna ponuda za njihove goste. Lokalne (domaće) posjetitelje potrebno je također uzeti u obzir u marketinškom planiranju te ih informirati o parku sa svim mogućim marketinškim alatima koji su uobičajeni za promociju. Ujedno, u današnje vrijeme od velike važnosti je što više iskoristiti marketinške kanale kao što su internet i društvene mreže. Park je poželjno reklamirati i u raznim turističkim brošurama i info punktovima (turističke zajednice) kako bi informacija o parku uvijek bila dostupna svim stranim i lokalnim posjetiteljima. Prodajno-reklamni kanali mogu biti i oni na kojima se već nude putnički aranžmani, edukacije (škole) i zabava. Potrebno se oglašavati i putem nekih online kanala (lastminute.com, tripadvisor, booking.com, itd.). koji su sve više zastupljeniji kod turista te mogu biti ključna referenca za odabir destinacije ili mjesta zabave tj. *Inspirit Fantasy Parka*.

Park će sigurno kroz svoju specifičnu ponudu i pristupačnost doprinijeti turizmu ne samo Istre već i cijele Hrvatske te će svojim budućim gostima ponuditi jedno potpuno novo iskustvo koje još nisu doživjeli. Osim uobičajenih sadržaja koji se mogu očekivati u zabavnom parku, *Inspirit Fantasy Park* će imati tu specifičnost zbog spajanja istarskih priča i legenda kroz višestruku ulogu, zabavnu, znanstvenu i edukativnu dimenziju. S obzirom da je park već u ranom početku zainteresirao velik broj ljudi iz različitih sektora, ne sumnja se kako će ova priča uskoro doživjeti svoju projektnu realizaciju.

ZAKLJUČAK

Današnje zabavne parkove možemo definirati kao mjesta zabave i razonode za sve dobne skupine koji su željni novih doživljaja i iskustava. Bili to mladi ljudi koji traže adrenalinsku zabavu ili obitelj koja traži zabavu za sebe i svoju djecu, zabavni parkovi će im uvijek pružiti doživljaje i sjećanja na nezaboravnu zabavu koje će se uvijek rado sjetiti. Današnji turisti ne putuju u određene destinacije samo zbog sunca i mora nego i zbog rekreacije, sporta, avanture te učenja o povijesti i prirodi. Nekadašnji masovni turizam je krajem 20. stoljeća ustupio mjesto turizmu okrenutom pojedincu što je stvorilo potpuno nove turiste koji putuju zbog novih razloga, putuju da upoznaju nešto novo.

Zabavni parkovi su nastali prije svega zbog ljudske potrebe za odmorom i zabavom koju danas moderni turisti uz svoje slobodno vrijeme, traže više nego ikad. U usporedbi s nekadašnjim zabavnim parkovima, današnji zabavni i tematski parkovi turistima nude potpuno novu ponudu zabave, koja može biti i edukativnog karaktera te posjetitelja upoznati s lokalnom kulturom i poviješću. Uz zabavu, turisti su željni doživjeti nešto drugačije, biti dio neke priče ili događaja pa se u tematskim parkovima nude razni sadržaji koji posjetitelje stavljaju korak bliže nečemu potpuno novom (emocije i doživljaji). Tematski parkovi pojačavaju atraktivnost destinacije i dovode više posjetitelja koji su zainteresirani za kulturu, gastronomiju, tradiciju i običaje određene destinacije. Razni lokalni proizvodi, doživljaji (tematizirane predstave) i lokalno stanovništvo su temelj dobrog tematskog parka, kako bi svojim posjetiteljima ponudili specifičnu ponudu koja je autohtonog karaktera. Predstavljanje lokalne kulture jedna je od glavnih karakteristika modernog turizma što dovodi do potrebe za tematskim parkovima koji će kompletnu lokalnu povijest uključiti u sve svoje sadržaje. Nove potrebe modernih turista uvjetovale su tome da imaju sve veću želju za lokalnim doživljajima, pa tako i za tematskim parkovima i zbog toga je posjet istima postao novi motiv dolaska turista.

Predstavljeni projekt *Istra Inspirit* je koristio lokalnu kulturu kao i povijesne lokacije kako bi uprizorio istarske legende i mitove te je time dao novi motiv turistima da posjete Istru, koja se može definirati kao turistička destinacija koja nudi sve moguće segmente kulturne turističke ponude, ali se većina ponude još uvijek bazira za vrijeme trajanja glavne turističke sezone.

Iz tog razloga, u radu je prikazan projekt tematskog parka u Istri koji bi trebao biti buduća turistička atrakcija, pod nazivom *Inspirit Fantasy Park*. Park je zamišljen kao

tematski park koji će se bazirati na svijetu istarske i slavenske mitologije. U odnosu na druge postojeće tematske i zabavne parkove, *Inspirit Fantasy Park* bi svojim gostima ponudio potpuno novi doživljaj zabave s interakcijom, tj. sudjelovanjem gostiju u raznim kostimiranim događajima i edukativnim radionicama. Takav pristup razvoja parka stvorio bi posjetitelju potpuno novo i neotkriveno zabavno okruženje u kojemu može aktivno sudjelovati u kreiranju jedinstvenih doživljaja. Kroz razne atrakcije s kombinacijom tehničkih sprava poput vlakova smrti i atraktivne scenografije s kostimiranim glumcima, turistima će biti stvoren bajkoviti i opuštajući ambijent koji će svakako zapamtiti i rado ga se sjetiti. *Inspirit Fantasy Park* može postati jedan od glavnih motiva dolaska turista u Istru u pred i post sezoni.

Na kraju se može zaključiti kako projekt poput *Inspirit Fantasy Parka* ima veliku snagu privlačnosti, ponajviše iz razloga što je Istra kao destinacija prepuna nematerijalne i materijalne kulturne baštine te bogate povijesti. Oživljavanje povijesnih priča i događaja unutar parka stvorilo bi novu doživljajnu i edukativnu sferu za sve posjetitelje. Kroz ovakvu ponudu Istra ne bi samo dobila veću atraktivnost i bolju turističku ponudu, već bi kroz takav park upoznala i educirala sve goste s istarskom tradicijom, kulturom i poviješću.

POPIS LITERATURE

KNJIGE:

1. Clave, S.A., 2007: *The Global Theme Park Industry*, CABI Publishing, Cambridge
2. Coke, D., Borg, A., 2011: *Vauxhall Gardens: A History*, Paul Mellon Centre BA; Second edition, London
3. De Groot, P., 2010: *Globalisation of commercial theme parks Case: the Walt Disney Company*, Universiteit Hasselt & KU Leuven, Budapest
4. Dulčić, A., Petrić, L., 2001: *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb
5. Henckel, D., 2007: *Freizeit und Kommune : Begriffe, Definitionen, Erläuterungen*, Universitätsverlag der TU Berlin, Berlin
6. Hillman, J., 2013: *Amusement parks*, Shire General, Oxford
7. Kušen, E., 2002: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb
8. Milman, A. 2001: *The Future of Theme Parks and Attractions*, University of Central Florida, Orlando
9. Morley, H., 1859: *Memoirs of Bartholomew fair*, Chapman and Hall, London
10. Sacha-Roger. S. 2006: *Rausch und Rummel: Attraktionen auf Jahrmärkten und in Vergnügungsparks*, Transcript Verlag, Freiburg
11. ZELENKA, R., 2000: *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, četvrto izdanje - Ekonomski fakultet Sveučilište Rijeka, Rijeka

INTERNET STRANICE:

1. Bakken - najstariji zabavni park u svijetu, <http://www.bakken.dk/english/bakken-the-worlds-oldest-amusement-park>, (14.09.2015.)
2. Bartolomejski sajam, <http://www.motco.com/series99/SeriessearchPlatesFulla.asp?mode=query&artist=360&other=417&x=11&y=11>, (12.09.2015.)
3. Državni zavod za statistiku, <http://www.dzs.hr/>, (21.09.2015.)
4. IAAPA Expo, <http://www.iaapa.org/news/funworld/funworld-magazine/bigger-and-better---january-2015>, (12.09.2015.)
5. Istarska razvojna turistička agencija, <http://www.irta.hr/>, (13.09.2015.)
6. Istarska Županija, <http://www.istra-istria.hr/index.php?id=2>, (13.09.2015.)
7. Istra Inspirit, <http://www.istrainspirit.hr/>, (13.09.2015.)
8. Kako je sve počelo, <http://corporate.europapark.com/en/company/historie/>, (26.09.2015.)

9. Los Angeles Times, <http://framework.latimes.com/2014/07/16/disneylands-1955-opening/#/0>, (26.09.2015.)
10. O Crystal Beach parku , <http://aphan.ca/crystalbeach.html>, (25.09.2015.)
11. O Dinoparku, <http://dinopark.hr/>, (21.09.2015.)
12. O nama, <http://www.teaconnect.org/About-us/About-us/>, (12.09.2015.)
13. O nama, <http://www.iaapa.org/about-iaapa/history-facts/iaapa-history>, (12.09.2015.)
14. O nama, <http://www.istralandia.hr/>, (21.09.2015.)
15. O nama, <http://www.napha.org/aboutus/tabid/65/Default.aspx>, (13.09.2015)
16. O nama, <https://thewaltdisneycompany.com/about-disney/disney-history/1950-01-01--1959-12-31>, (26.09.2015.)
17. O resortu, <http://www.gardaland.it/resort/index-en.php>, (21.09.2015.)
18. Panorama Europa parka, <http://www.europapark.de/en/services-info/worth-knowing/arrival>, (26.09.2015.)
19. Parkovi budućnosti Avatar Land, <http://edition.cnn.com/2014/10/19/travel/future-theme-parks/>, (29.09.2015.)
20. Povijest američke industrije, <http://historymatters.gmu.edu/d/6645/>, (25.09.2015.)
21. Povijest Kiddie parka, <http://kiddiepark.com/main/history/>, (25.09.2015.)
22. Povijest Vauxhall Gardens, http://www.vauxhallgardens.com/vauxhall_gardens_briefhistory_page.html, (18.09.2015.)
23. Povijest vlakova smrti, http://www.ultimaterollercoaster.com/coasters/history/early_1
24. Povijest vlakova smrti, <http://www.britannica.com/topic/roller-coaster>, (26.09.2015.)
25. Povijest zabavnih parkova, <http://www.napha.org/HISTORY/tabid/65/Default.aspx>, (25.09.2015)
26. Prezentacija *Inspirit Fantasy parka* u Pazinu, <http://www.pazin.hr/ministar-lorencin-projektom-inspirit-fantasy-park-letvica-visoko-postavljena/>, (19.09.2015.)
27. Putovanje Pietro Della Valle , <https://www.saudiaramcoworld.com/issue/201401/pietro.della.valle.pilgrim.of.curiosity.htm>, (26.09.2015.)
28. Službena stranica TEA, <http://www.teaconnect.org/>, (12.09.2015.)
29. Svjetska izložba, Beč 1873. (izložbeni prostor park Prater), http://www.bnprivat.at/bm2/klingende_leopoldstadt/index_prater.html, (12.09.2015.)
30. TEA & AECOM izvještaj 2014., http://www.aecom.com/deployedfiles/Internet/Capabilities/Economics/_documents/Theme%20Index_2014_v1_5.PDF, (12.09.2015.)
31. Turistička zajednica Istarske Županije, <http://www.istra.hr/hr/ostalo/tzi>, (13.09.2015.)
32. Vijesti, <http://www.iaapa.org/about-iaapa/history-facts/iaapa-history>, (12.09.2015.)

33. World Tourism Organization, Publications, (<http://publications.unwto.org/>, (23.09.2015.)

OSTALO:

1. Baus, M., 2014: *Inspirit Fantasy park - Idejno rješenje*, Parabureau, Zagreb
2. Glas Istre, 9. siječnja 2014., četvrtak Pula, Broj 7, godina LXX
3. Kukla, A., 2009: *Niederösterreichs Landesgartenschau 2008 als gartentouristisches Ausflugsziel - Eine Analyse der Konsumentenstruktur der „Garten Tulln“ Besucher unter besonderer Berücksichtigung der Besucherzufriedenheit*, Sveučilište Beč, Beč
4. New-York Tribune, 1910, September 11, Page 5, Image 21, <http://chroniclingamerica.loc.gov/lccn/sn83030214/1910-09-11/ed-1/seq-21/>, (25.09.2015.)
5. Pikkemaat, B., Schuckert, M., 2007: *Analiza činitelja uspješnosti tematskih parkova*, Časopis TURIZAM, vol. 55, br.2, str: 201-211
6. The Global Attractions Attendance Report, 2014: *Theme and Museum Index - Global Attractions Attendance Report*, Entertainment Association (TEA) and the Economics practice at AECOM, 2014.

POPIS TABLICA:

| | |
|--|----|
| Tablica 1. Strukturna transformacija turizma..... | 33 |
| Tablica 2. Top 20 Zabavno /Tematskih arkova u Europi, Bliski Istok i Africa..... | 35 |
| Tablica 3. SWOT analiza Inspirit Fantasy parka..... | 60 |

POPIS SLIKA:

| | |
|--|----|
| Slika 1. Svjetska izložba, Beč 1873. (izložbeni prostor park <i>Prater</i>) | 3 |
| Slika 2. Bartolomejski sajam 1808. godine (glavni sajmišni trg) | 4 |
| Slika 3. Zabavani park <i>Bakken</i> oko 1800. godine | 5 |
| Slika 4. <i>Vauxhall Gardens</i> 1751. godine..... | 6 |
| Slika 5. Ferris wheel, Svjetske izložba Chicago, 1893. godine | 7 |
| Slika 6. Veliki kotač u Bugarskoj 1615. godine..... | 8 |
| Slika 7. <i>Blackpool Pleasure Beach</i> 1907. godine | 9 |
| Slika 8. Vlak smrti <i>Switchback Railway</i> , Coney Island 1910. godine | 10 |
| Slika 9. „Leteća planina“ 1650. godine..... | 11 |
| Slika 10. <i>Kiddie Park</i> , San Antonio 1953. godine | 13 |
| Slika 11. <i>Crystal Beach Cyclone</i> , Ontario 1927. godine..... | 14 |

| | |
|---|----|
| Slika 12. Vlak smrti u derutnom stanju | 15 |
| Slika 13. <i>Disney World Resort Orlando</i> | 16 |
| Slika 14. <i>Disneyland</i> , Anaheim 1955. godine | 18 |
| Slika 15. <i>Europa Park</i> | 19 |
| Slika 16. <i>Gardaland</i> | 20 |
| Slika 17. <i>Avatar Land</i> | 22 |
| Slika 18. Logotip IAAPA..... | 23 |
| Slika 19. IAAPA Attractions Expo u Orlando, SAD | 25 |
| Slika 20. Logotip TEA | 26 |
| Slika 21. TEA/AECOM izvještaj 2014 | 28 |
| Slika 22. Logotip NAPHA | 29 |
| Slika 23. Logotip <i>Istra Inspirit</i> | 38 |
| Slika 24. Postojeći <i>Istra Inspirit</i> doživljaji..... | 42 |
| Slika 25. Logotip Mitska bića Istre | 42 |
| Slika 26. Logotip Crispo | 43 |
| Slika 27. Logotip Spacio | 43 |
| Slika 28. Logotip Vještica Mare | 44 |
| Slika 29. Logotip Morganovo Blago..... | 44 |
| Slika 30. Logotip Iustitia..... | 45 |
| Slika 31. Logotip Svjetionik ljubavi | 45 |
| Slika 32. Logotip Logotip Jule Verne: Bijeg iz kaštela | 46 |
| Slika 33. Logotip Kupelwieser na Brijunima..... | 47 |
| Slika 34. Logotip Buzet po starinski | 47 |
| Slika 35. Logotip Rudarska republika..... | 48 |
| Slika 36. Logotip Vodnjanske štorije | 48 |
| Slika 37. Logotip Rogovi ili volovi?..... | 49 |
| Slika 38. Prezentacija <i>Inspirit Fantasy parka</i> u Pazinu | 52 |
| Slika 39. Mapa <i>Inspirit Fantasy parka</i> | 53 |
| Slika 40. Srednjovjekovno selo (Istarsko selo) | 55 |
| Slika 41. Utvrđeni grad | 56 |
| Slika 42. Zmajeve špilje | 57 |
| Slika 43. Čarobna šuma..... | 58 |
| Slika 44. Jezero duhova..... | 59 |
| Slika 45. <i>Gardaland</i> panorama | 63 |

POPIS PRILOGA:

Prilog 1. Promotivni letak Istra Inspirit doživljaja za 2015 godinu.

Prilog 2. Glas Istre, četvrtak Pula, 9. siječnja 2014., Broj 7, godina LXX, intervju s njemačkim konzultantom Franz Dombrova, str: 25

Prilog 3. Internetske stranice Glasa Istre, ponedjeljak, 30. travanj 2014., prezentacija Istra Inspirit Fantasy Park projekta

Prilog 1. Promotivni letak Istra Inspirat doživljaja za 2015 godinu.



www.istrainspirat.hr



dinner & show

Travel through time
Putujte kroz vrijeme.



dinner & show





Istra

CROATIA

IRTA

Booking&info

-10%
online booking
online rezervacije



T: +385 (0)52 880 088
E: info@istrainspirat.hr
www.istrainspirat.hr

Sponsors
Sponzori

Tickets Ulaznice

Price (except Brinjan) Cijena (osim Brinjuna)
200kn (27€) per person po osobi

Family pack Obiteljski paket
480kn (64€)

Brinjani event event
210kn (28€) per person po osobi

Prices include VAT. Cijene su s PDV-om.














Istra Inspirat, theater and gourmet experience, offer unforgettable moments on authentic locations, with local food and customs, in series of events all over Istra.

Istra Inspirat, festival gastro kazališnih doživljaja, vas vodi na nezaboravne autentične lokacije s tradicionalnom hranom i običajima, u seriji evenata diljem Istre.

Istra Inspirat events schedule

Istra Inspirat kalendar događanja

| Day/Weekend | Morgan's Treasure Morganovo blago | The Miners' Republic Rudarska republika | Spacio Spacio | Kupelwieser on Brinjuni Kupelwieser na Brinjuna | The Lighthouse of Love Svjetionik ljubavi | Crispo Crispo | Vodnian tales Vodnjanske bajke | Vodnian tales Vodnjanske bajke | Kupelwieser on Brinjuni Kupelwieser na Brinjuna | Jules Verne: Escape from the Castle Bjeg iz kule | Fools or oxen? Rogovi ili volovi? | Mare the Witch Vještica Mare | Morgan's Treasure Morganovo blago | Kupelwieser on Brinjuni Kupelwieser na Brinjuna | Iustitia Iustitia | Old Buzet Buzet po starinski |
|-------------------|--------------------------------------|--|-------------------|--|--|-------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|--|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|--|----------------------|---------------------------------|
| 25 Jun 19:30 h | 9 Jul 14:00 h | 16 Jul 19:00 h | 22 Jul 19:00 h | 23 Jul 20:30 h | 30 Jul 19:30 h | 31 Jul 20:00 h | 1 Aug 20:00 h | 4 Aug 19:00 h | 5 Aug 20:00 h | 11 Aug 20:30 h | 13 Aug 20:00 h | 18 Aug 19:30 h | 19 Aug 19:00 h | 20 Aug 20:00 h | 27 Aug 18:30 h | |



Morgan's Treasure
Morganovo blago
Brijuni
25 Jun
18 Aug
1930 h

Crispo
How Constantin the Great celebrated arrival of his son Crispus and why the stepmother was mean?
Kako je Konstantin Veliki proslavio povratnik svoga sina Crispa i zašto je majka bila zloba?



Witness the tragic fate of the young heir of Constantine the Great. Crispus. Don prepared according to Roman recipes will take you back to the Roman Empire of the Anno Domini 336.
EXPERIENCE: rich Roman dinner with drinks, archaeological site Vižula tour, Roman tragedy in the sunset, music and dance
MEETING POINT: archaeological site Vižula



Svjedočite tragičnoj sudbini mladog rimskog prijestolonasljednika Crispa. Uz priču o ljubavi, mržnji i osveti te jelima iz rimskog doba vratite se u 336. godinu.
DOŽVLJAJ: rimski gozba i ples, razgled arheološkog lokaliteta Vižula, rimski trapazije uz zalazak sunca, glazba i ples
MEETING POINT: arheološko nalazište Vižula

The Miners' Republic
Rudarska republika
Labin
7 Jul
1130 h

Spacio
What fishesmen and peasants of Rovinj used to dine, and what they talked about in the cellars at the end of the day?
Što su jeli i pili ribari i tešetar Rovinja te o čemu su pričali u kobačama na kraju radnog dana?



Not so long ago, fishesmen of Rovinj would catch their fish with batanas while farmers were working in vineyards. Join them in Spacio (their tavern) feast on their fish and wine.
EXPERIENCE: fishesmen's dinner & drinks, romantic boatna ride, Ecomuseum Batona, music and show
MEETING POINT: Ecomuseum Batona

The Lighthouse
of Love
Svjetionik ljubavi
Savudrija
23 Jul
2030 h



Jed nečuvani, rovinjski su ribari lovili u batanama, dok su kočari marljivo radili u vinogradima. Pridružite im se u Spacia (kobači) i kušajte njihovu ribu i vino.
DOŽVLJAJ: ribarska večera i piće, romantična vožnja batonama, Ekomuzej batona, glazba i show
MEETING POINT: Ekomuzej Batona

Mare the Witch
Vještica Mare
Savudrija
13 Aug
2000 h

Mare the witch
Vještica Mare
Why was the herbalist Mare burn at the stake and how did the executors celebrate?
Zašto je travarka Mare završila na lovači i kako su slavili njezini klevnici?



In 1532 Mare Radolovich was accused of witchcraft and a pact with the devil. Was she really burned at stake or did she survive? Join the medieval feast and find out the truth.
EXPERIENCE: folk dinner/drinks, Grimani-Morosini castle tour, old craftsman tasting of local products, show and music
MEETING POINT: Grimani-Morosini castle



Davne 1532. Mare Radolovich optužena je da je vještica. Je li Mare doista optužena ili se uspjela spasiti? Pridružite se pravom pučkom gozbi i saznajte istinu.
DOŽVLJAJ: pučka večera i piće, razgled srednjovjekovnog kaštela Grimani-Morosini, zamlj i degustacije proizvoda, glazba i show
MEETING POINT: Grimani-Morosini kaštel

Iustitia
Iustitia
What did Domenico Furlan steal in Poreč and how justice was served?
Što je ukradio Domenico Furlan i kako je zadovoljena pravda na ulicama Poreča?



In 1569 a notorious thief Domenico Furlan destroyed the tabernacle of the Basilica in Poreč. Join his arrest and celebrate in Baroque atmosphere with dance and food.
EXPERIENCE: rich Baroque dinner with drinks, historical tour, show along the city and dance
MEETING POINT: Poreč, Peškera bay



Godine 1569. odoljivati razbojnik Domenico Furlan oskvrnio je svetohraniste porečke Bazilike. Pridružite se njegovom uhvaćenju i uživajte u hrmi, uz ples i traskali barok.
DOŽVLJAJ: bogata barokna večera i piće, povijesna tura po gradu, show po gradu i ples
MEETING POINT: ulica Peškera, Poreč

The lighthouse of love
Svjetionik ljubavi
Who was the secret love of Count Metternich and why did they not live happily ever after?
Koga je potajno ljubio grof Metternich i zašto nisu živjeli sretno do kraja?



During the construction of the lighthouse Count Metternich fell in love with a local girl. Discover the sweetness of forbidden love, intensify your senses with aphrodisiac tastes.
EXPERIENCE: Count Metternich's rich dinner and aphrodisiac drinks, sunset on the lighthouse with music and show
MEETING POINT: lighthouse in Savudrija

Morgan's treasure
Morganovo blago
Where pirates dug their treasure and why captain Morgan chose Dvigrad?
Gdje je zakopano guarsko blago i zašto je kapetan Morgan izaberao Dvigrad?



Discover how notorious captain Henry Morgan hid his treasure and enjoy thrilling musical surrounded by pirate battles and famous pirate songs in medieval town of Dvigrad.
EXPERIENCE: rich pirates' dinner, musical, pirates games, fire-eaters and acrobats show, treasure chase
MEETING POINT: Dvigrad

Old Buzet
Buzet po starinski
How did they make bread and what music did they dance to in old Buzet?
Kako se nekada pekao kruh, prala roba i na kojim se glazbu plesalo u starom Buzetu?



Revive old Buzet! learn to make bread, dance old dances to the sounds of accordion, violin and double bass, peak into old workshops, tasting rooms, enothecases.
EXPERIENCE: dinner with drinks, sight tour, presentations of old crafts and tasting of local products, show, music and dance
MEETING POINT: Buzet old town entrance

The Miner's Republic
Rudarska republika
Is there a sky under the earth? Discover how the miners of Labin lived and what food did they eat.
Ima li neba ispod zemlje? Otkrijte kako su živjeli i što su jeli labinski rudari.



Travel back to the 1920s, 150 meters below the ground. Under 20 million tons of stone. Witness the moving story of human strength and pride.
EXPERIENCE: guided mine tour 150 m below ground, miners' performance, miners' souvenir, miners' brunch
MEETING POINT: KUC Lamparna, Labin
Safety: rules apply for entering the mine, please visit the web www.visitlabin.hr

Jules Verne: Escape from the Castle
Bijeg iz Kaštela
How did Count Sandorf managed to escape from the castle and what does Jules Verne know about this adventure?
Zašto je i kako grof Sandorf pobjegao iz puzinskog kaštela te što o tome zna Jules Verne?



According to the Jules Verne's novel, Mathias Sandorf was preparing a conspiracy against Austro-Hungarian Monarchy. Witness the adrenaline escape from the Pazin Castle, peak into the dungeon and feast.
EXPERIENCE: luxury Austro-Hungarian dinner, Jules Verne's study, the dungeon, show & music
MEETING POINT: Pazin castle



Prima romanu Juleasa Vernea, Mathias Sandorf je pripremao unutra protiv Austro-Ugarske Monarhije. Svjedočite adrenalinskom bijegu iz pazinskog kaštela, zavirite u tamnicu i poduzite svoju osvjetu.
DOŽVLJAJ: bogata austrougarska večera, soba Julesa Vernea i tamnica dvorca, show i glazba
MEETING POINT: Pazinski kaštel

Old Buzet
Buzet po starinski
How did they make bread and what music did they dance to in old Buzet?
Kako se nekada pekao kruh, prala roba i na kojim se glazbu plesalo u starom Buzetu?



Revive old Buzet! learn to make bread, dance old dances to the sounds of accordion, violin and double bass, peak into old workshops, tasting rooms, enothecases.
EXPERIENCE: dinner with drinks, sight tour, presentations of old crafts and tasting of local products, show, music and dance
MEETING POINT: Buzet old town entrance

The Miner's Republic
Rudarska republika
Is there a sky under the earth? Discover how the miners of Labin lived and what food did they eat.
Ima li neba ispod zemlje? Otkrijte kako su živjeli i što su jeli labinski rudari.



Travel back to the 1920s, 150 meters below the ground. Under 20 million tons of stone. Witness the moving story of human strength and pride.
EXPERIENCE: guided mine tour 150 m below ground, miners' performance, miners' souvenir, miners' brunch
MEETING POINT: KUC Lamparna, Labin
Safety: rules apply for entering the mine, please visit the web www.visitlabin.hr

Vodnian tales
Vodnjanske storije
Why Vodnian people are called "bumble-bees" and how emperor Franjo Josip visited them?
Zašto Vodnjance zovu "bumbari" i kako ih je posjetio car Franjo Josip?



Enjoy the old songs, dances and crafts of Vodnian in 19th century and find out what happened when the emperor Franjo Josip visited the town.
EXPERIENCE: sight tour, presentations of old crafts and tasting of local products, show, music and dance
MEETING POINT: Vodnian old town

Fools or oxen?
Rogovi ili volovi?
Was the girl unfaithful and how a trtl became a comedy?
Je li djevojka bila nevjerna i kako je sudjenje pretvoreno u komediju?



Experience the exciting Venetian era and see why the old citizens were so afraid of their city statue. How a common trtl suddenly became a real chaos? Witness a drama turning to be a comedy while enjoying the feast.
EXPERIENCE: adults only comedy, Venetian dinner, music and dance.
MEETING POINT: Soardo-Bembo castle, Bale

Fools or oxen?
Rogovi ili volovi?
Was the girl unfaithful and how a trtl became a comedy?
Je li djevojka bila nevjerna i kako je sudjenje pretvoreno u komediju?



Experience the exciting Venetian era and see why the old citizens were so afraid of their city statue. How a common trtl suddenly became a real chaos? Witness a drama turning to be a comedy while enjoying the feast.
EXPERIENCE: adults only comedy, Venetian dinner, music and dance.
MEETING POINT: Soardo-Bembo castle, Bale

Kupelwieser on Brijuni
Kupelwieser na Brijunima
Why Kupelwieser bought Brijuni islands and how helped make them amazing?
Zašto je Kupelwieser kupio Brijuni i što mu je pomogao učiniti ih čarobnima?



Find out how Kupelwieser bought Brijuni islands, eradicated malaria and turned the island into a true paradise. Take a part in this unusual walk through Brijuni and enjoy delicatessen from monarchy.
EXPERIENCE: sweets and drink, show and music, walk through the paradise
MEETING POINT: boat departure from Fažana

Kupelwieser on Brijuni
Kupelwieser na Brijunima
Why Kupelwieser bought Brijuni islands and how helped make them amazing?
Zašto je Kupelwieser kupio Brijuni i što mu je pomogao učiniti ih čarobnima?



Find out how Kupelwieser bought Brijuni islands, eradicated malaria and turned the island into a true paradise. Take a part in this unusual walk through Brijuni and enjoy delicatessen from monarchy.
EXPERIENCE: sweets and drink, show and music, walk through the paradise
MEETING POINT: boat departure from Fažana

Vodnian tales
Vodnjanske storije
Why Vodnian people are called "bumble-bees" and how emperor Franjo Josip visited them?
Zašto Vodnjance zovu "bumbari" i kako ih je posjetio car Franjo Josip?



Enjoy the old songs, dances and crafts of Vodnian in 19th century and find out what happened when the emperor Franjo Josip visited the town.
EXPERIENCE: sight tour, presentations of old crafts and tasting of local products, show, music and dance
MEETING POINT: Vodnian old town

Vodnian tales
Vodnjanske storije
Why Vodnian people are called "bumble-bees" and how emperor Franjo Josip visited them?
Zašto Vodnjance zovu "bumbari" i kako ih je posjetio car Franjo Josip?



Enjoy the old songs, dances and crafts of Vodnian in 19th century and find out what happened when the emperor Franjo Josip visited the town.
EXPERIENCE: sight tour, presentations of old crafts and tasting of local products, show, music and dance
MEETING POINT: Vodnian old town

Fools or oxen?
Rogovi ili volovi?
Was the girl unfaithful and how a trtl became a comedy?
Je li djevojka bila nevjerna i kako je sudjenje pretvoreno u komediju?



Experience the exciting Venetian era and see why the old citizens were so afraid of their city statue. How a common trtl suddenly became a real chaos? Witness a drama turning to be a comedy while enjoying the feast.
EXPERIENCE: adults only comedy, Venetian dinner, music and dance.
MEETING POINT: Soardo-Bembo castle, Bale

NJEMAČKI KONZULTANT FRANZ DOMBROWA SMATRA DA ISTRI TREBAJU ZABAVNI I TEMATSKI PARKOVI

Zabavni park stvara savršenu iluziju

Istra ima nevjerojatnu prošlost. Tu su gradili na obali, venecijanske građevine, rimski ostaci, a porečka je Bazilika na popisu svjetske baštine. Uz to, imate zaleđe s prirodom koja je jedinstvena. Bio bi predivan zadatak sve to ukomponirati pri planiranju zabavnog parka, istakao je Dombrowa

Razgovarala Barbara BAN

Zabavni parkovi u Europi su pun pogodak i isplativa investicija ako se pomno isplaniraju. Sličan park u Istri naravno s originalnom koncepcijom bio bi isplativa investicija, smatra konzultant za razvoj tematskih parkova Franz Dombrowa koji je radio na konceptu najposjećenijeg njemačkog zabavnog parka Europaparka u Rustu nedaleko Strasbourga, ali i poznatog Disneylanda. O svojim je iskustvima nešto više rekao na istarskom Turističkom forumu u prosincu u Puli.

Fascinantna povijest i priroda

- Je li Istra interesantna regija za gradnju zabavnog parka? U kojem obimu i s kojim temama?

- A što drugo nego Istra? Imate nevjerojatnu prošlost. Rekao bih da ste kotao Europe. Na tom malom poluostrvu ima toliko povijesti. Tu su gradili na obali, venecijanske građevine, rimski ostaci u Puli, a porečka je Bazilika na popisu svjetske baštine. Sve su to povijesne epope koje su ostavile u ovom dijelu Hrvatske svoj pečat. Uz to, imate zaleđe s prirodom koja je jedinstvena. Bio bi predivan zadatak sve to ukomponirati pri planiranju zabavnog parka. Tema se već zadane. Investitor ih samo mora planirati u jednom novom jedinstvenom svijetu. Onda će i takav zabavni park u Istri biti uspješan.

- U Istri se trenutno grade dva vodena parka i u planu je gradnja tematskog parka o legendama i mitovima te povijesti Istre. Koje je vaše mišljenje o tim



Zabavni parkovi zarađuju od 10 do 30 eura uz ulaznicu po gostu

“Zabavni parkovi su “rajski svjetovi” u kojima su snovi klijenata apsolutno u središtu interesa.”

Franz Dombrowa



Franz Dombrowa

projektima? Imaju li oni perspektivu u odnosu na činjenicu da Istra godišnje ostvari oko 22 milijuna noćenja, većinom ljetni?

- Djelomično sam odgovorio na ovo pitanje. Što se tiče planiranih vodenih parkova, pada mi na pamet jedan zanimljivi odgovor. Redovito idem skijati u Alpe. Smatrate li da bih umjesto toga trebao ići u svoju umjetnu skijašku halu? Moje je protupitanje: Oko vašeg poluotoka je Jadransko more, najčistije more Europe. Kakav će učinak na odluku gosta pri bukiranju godišnjeg odmora izazvati gradnja vodenog parka?

110 zabavnih parkova

- Koji su trenutno trendovi u Europi u pogledu tematskih parkova? Koliko ih je u Europi, koliko zarađuju? Koliko imaju posjetitelja godišnje?

- Trenutno su u trendu doživljajni parkovi, odnosno pedagoški i interaktivni zabavni i tematski parkovi. Zabavni park bi trebao danas biti za čitavu obitelj - od djedova i baka preko roditelja pa sve do djece. Male obiteljske zabavne parkove posjećuje od 50 do 100 tisuća posjetitelja. Zabavni parkovi srednje veličine imaju 100 do 500 tisuća posjetitelja, a najveći i najtraženiji zabavni parkovi u Njemačkoj imaju između milijun do 4,5 milijuna posjetitelja. U Europi trenutno ima oko 110 zabavnih parkova, od toga 75 u Njemačkoj. Većina njih dobro zarađuje.

- Poznato je da Nijemci izuzetno vole zabavne parkove. Otkud tako velik interes?

- Godišnji odmor nije samo najljepši dio godine, nego - budući da je ograničen - i najvrjedniji. Turist je sve zahtjevniji. Odrasla diljem svijeta su u snažnoj borbi za svakog gosta, a Nijemci su najveći svjetski putnici. Mi od destinacija stvaramo prave "marke", jedinstvene i nezamjenjive. Njemački turist funkcionira kao svaki drugi normalni potrošač. Ne želi ono uobičajeno. On traži nešto neobično. Želi doživjeti nešto posebno. Svakodnevnicu ima kod kuće.

- Koliko u prosjeku posjetitelji dnevno troše u nekom zabavnom parku?

- U prosjeku posjetitelji troše 15 eura plus ulaznicu. Ali to je veoma relativno. Ovisno o zabavnom parku. Budući da znam mnoge parkove, rekao bih da se potroši između 10 do 30 eura plus ulaznica.

Za domaće stanovništvo

- Koliko noćenja može generirati jedan zabavni park?

- Zabavni parkovi generiraju dodatna noćenja. Ako se radi o hotelima u sklopu parka, onda se postotak posjetitelja s noćenjima kreće oko 20 posto, a u Europaparku i Disneylandu doseže skoro 30 posto. Bez vlastitih hotela, taj se postotak kreće oko 10 do 15 posto. Zlatno pravilo specijalista za zabavne parkove kaže da 80 posto svih posjetitelja čine oni dnevni, dok 20 posto njih noći u parku.

- Što je potrebno kako bi se jedan zabavni park uspio komercijalizirati? Tema, sadržaji, lokacija?

- Lokalno stanovništvo mora park doživjeti kao mjesto gdje se mogu zabaviti sa svojom obitelji i prijateljima. Nadalje, bitno je da vlada vesela i poticajna atmosfera koja će skretati pažnju od svakodnevnice i time stvoriti savršenu iluziju. Ta je iluzija veoma bitna. Pri tome gost uvijek mora biti u prvom planu. Prema tome se moraju ravnati teme i sadržaji. Ako se tome pridoda didaktička dodatna vrijednost kroz popularno-znanstvenu interakciju, napravljen je velik korak za uspješnost parka. Kod Disneyevog parka nisu bitni samo arhitektonski elementi. Svaki park mora imati neku svoju povijest. Dramaturgija, koju je Disney najbolje poznao iz filmskog svijeta, dosegla je apsolutni prioritet. Zabavni parkovi su "rajski svjetovi" u kojima su snovi klijenata apsolutno u središtu interesa. Istraživanja su čak pokazala da pri tome lokacija nije odlučujuća.



Europa Park u njemačkom Rustu je drugi najposjećeniji zabavni park u Europi

Prilog 3. Internetske stranice Glasa Istre, ponedjeljak, 30. travanj 2014., prezentacija Istra Inspirat Fantasy Park projekta

MULTIMEDIJA



Inspirat Fantasy Park: Baština kao inspiracija

Objavljeno: 30.04.2015 | 08:00

Zadnja izmjena: 30.04.2015 | 17:43

0 komentara

Investicijski projekt Inspirat Fantasy park predstavili su jučer u Pazinskom kaštelu Marko Baus iz tvrtke Parabureau i pazinski gradonačelnik Renato Krulčić ministru turizma Darku Lorencinu, istarskom županu Valteru Flegu i predstavnicima turističkih tvrtki i zajednica iz Istre.

Do sada je dovršena prva faza dokumentacije koja uključuje cost benefit analizu, dizajn i idejno rješenje Parka te dizajn mehaničkih naprava, u što su uložene oko dvije godine rada, a rezultat toga na ovoj je promociji predstavljen javnosti.

Pet cjelina

Radi se o tematskom zabavnom parku koji će se graditi na dijelu nekadašnjeg vojnog poligona Lindar nedaleko Pazina. Park se temelji na motivima iz istarske i slavenske mitologije, a koncipiran je kao originalni turistički proizvod, za razliku od ostalih tematskih parkova u širem okruženju, koji se uglavnom temelje na adrenalinskim atrakcijama. Inspirat Fantasy park imat će zapažen udio avanturističkih doživljaja, naglasio je Baus. Njime se, kaže, želi otvoriti novi sadržaj, komplementaran s domaćim turizmom, kojim se želi produžiti sezonu.

VEZANI

Slične teme

NAJČITANIJE

Pamir ljetnik

Italija: D. Antonelli

Jo potrošio 1961

Marcel F.

Premijer tvornici

NAJKOMENTIRANO

Umag: Z ekološke

Radite du

Pula - zag ni za Are

Istarski i na sat

Djeca cip

SAŽETAK

Današnje zabavne parkove možemo definirati kao mjesta zabave i razonode za sve dobne skupine koje su željne novih doživljaja i iskustava. Bili to mladi ljudi koji traže adrenalinske doživljaje ili obitelj koja traži zabavu za sebe i svoju djecu, zabavni će im parkovi pružiti doživljaje kojih će se uvijek rado sjetiti. Može se reći kako današnji turisti ne putuju u određene destinacije samo zbog sunca i mora, već zbog rekreacije, sporta, avanture te učenja o povijesti i prirodi. Uz zabavu, turisti su željni doživjeti nešto drugačije, biti dio neke priče ili događaja pa se u tematskim i zabavnim parkovima nude razni sadržaji koji posjetitelje stavljaju korak bliže potpuno novim emocijama i doživljajima. Tematski parkovi pojačavaju atraktivnost destinacije i dovode više posjetitelja koji su zainteresirani za kulturu, gastronomiju, tradiciju i običaje određene destinacije. Kroz rad je prikazan projekt tematskog parka u Istri pod nazivom *Inspirit Fantasy Park*, koji bi trebao biti buduća turistička atrakcija te je zamišljen kao tematski park koji će se bazirati na svijetu istarske i slavenske mitologije. Park bi svojim gostima ponudio drugačiji doživljaj zabave s interakcijom i sudjelovanjem gostiju u raznim kostimiranim događajima i edukativnim radionicama. Predmet ovog diplomskog rada je obrada povijesne i teoretske podloge zabavnih parkova kroz njihov nezaustavljiv razvoj od prvih srednjovjekovnih sajмова zabave pa sve do današnjih modernih zabavnih parkova. U radu se također govori i o budućim predviđanjima razvoja zabavnih parkova koji će se početi razvijati u drugačijem smjeru, a oslonit će se isključivo na današnju modernu tehnologiju koja će doživljaje u parku postaviti u novu dimenziju za sve posjetitelje. Kroz primjere zabavnih parkova u svijetu, dolazi se do ideje o izgradnji zabavnog parka u Istri, kao prvog zabavnog i tematskog parka u Hrvatskoj. Kroz ovakvu ponudu Istra ne bi samo dobila veću atraktivnost i bolju turističku ponudu, već bi kroz takav park upoznala i educirala sve goste s istarskom tradicijom, kulturom i poviješću.

SUMMARY

Today theme parks can be defined as places for fun and entertainment for all those that are looking for new adventures and experiences. Whether these were young people who are looking for an adrenaline experience or families seeking entertainment for their children, amusement parks will provide them all those experiences. It can be said that today's tourists are not traveling to specific destinations only for the sun and sea, but for recreation, sport, adventure and learning about the history and nature. In addition to entertainment, these tourists want to experience something different, be part of some story or experience and amusement parks offer a variety of contents that can put them one step closer to a completely new emotions and experiences. Theme parks can enhance the attractiveness of destination and bring more visitors that are interested in culture, gastronomy, tradition and customs of specific destination. Through this work, the project of theme park in Istria named *Inspirit Fantasy Park* is presented, which should be a future tourist attraction and is designed as a theme park, which will be based on the world of Istrian and Slavic mythology. Park would offer to its visitors a different experience of entertainment with the interaction and participation in various costumed events and educational workshops. The subject of this work is the study of historical and theoretical basis of amusement parks through their unstoppable development of the first medieval fun fairs to today's modern amusement parks. Through examples of amusement parks in the world, the idea of building an amusement park in Istria, as the first amusement and theme park in Croatia was created. Through such offer, Istria would not only get more attractive with better tourist offer, but it would introduce and educate all visitors with the Istrian tradition, culture and history. This work also deals with future predictions of development of amusement parks which will start to develop in a different direction, and will rely exclusively on modern technology that will set up experiences in the park to a whole new dimension for all visitors.