

Eno-gastronomski turizam u Istarskoj županiji.

Muršić, Lana-Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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:137:030039>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-18**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke
studije

LANA – LUCIJA MURŠIĆ

**ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM U ISTARSKOJ
ŽUPANIJI**

Završni rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke
studije

LANA – LUCIJA MURŠIĆ

**ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM U ISTARSKOJ
ŽUPANIJI**

Završni rad

JMBAG: 0303074666, redoviti student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Posebni oblici turizma

Znanstveno područje: Interdisciplinarne znanosti

Mentor: doc. dr. sc. Nataša Urošević

Pula, rujan, 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani LANA-LUCIJA MURŠIĆ, kandidat za prvostupnika KULTURE I TURIZMA ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Lana-Lucija Muršić

U Puli, 7. RUJNA 2020.



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, LANA - LUCIJA MURŠIĆ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom ENO - GASTRONOMSKI TURIZAM U ISTARSKOJ ŽUPANJI

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, 7. RUJNA 2020.

Potpis

Lana-Lucija Muršić

SADRŽAJ

UVOD	1
1. POSEBNI OBLICI TURIZMA	3
1.1. Definicija i povijest razvoja turizma.....	3
1.2. Posebni oblici turizma kao održiva alternativa masovnom turizmu.....	6
2. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM	10
2.1. Definicija i obilježja	10
2.2. Vinski turizam	11
2.3. Gastronomske turizam.....	12
3. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM – PRIMJERI DOBRE PRAKSE U EUROPI I HRVATSKOJ	14
3.1. Enogastronomske turizam u Italiji.....	14
3.2. Enogastronomske turizam u Francuskoj	15
3.3. Enogastronomske turizam u Hrvatskoj.....	16
4. ISTRA KAO ENO I GASTRO DESTINACIJA.....	22
4.1. Postojeća enogastronomska ponuda	22
4.1.1. Istarska kuhinja i vina.....	23
4.1.2. Vinske ceste.....	26
4.1.3. Ceste maslinova ulja	27
4.1.4. Enogastronomske manifestacije u Istri	28
4.2. Mogućnosti unapređenja i mjere za budući razvoj.....	30
5. STUDIJA SLUČAJA – PULA I MALI LOŠINJ.....	32
5.1. Mali Lošinj	32
5.2. Pula	35
5.3. Zaključak studije slučaja i moguća rješenja.....	37
6. SWOT ANALIZA ENO-GASTRONOMSKOG TURIZMA ISTRI.....	39
ZAKLJUČAK.....	42
LITERATURA	43
SAŽETAK	45
SUMMARY	46
POPIS SLIKA I TABLICA.....	47

UVOD

Potreba za hranom i pićem je jedna od neizostavnih i najvažnijih potreba, koja ima vrlo važno mjesto u čovjekovom životu. Hrana i piće nisu više samo elementi preživljavanja, nego su dio kulture, života i običaja nekog naroda. Način pripremanja hrane ili konzumiranja pića, pripremanje i korištenje različitih namirnica, običaji serviranja i rituali prilikom konzumiranja imaju vrlo važno mjesto u promociji turizma i brendiranju destinacije. Hrana i piće su u povijesti bili samo dio turističke ponude, no danas su postali neizostavan dio cjelokupnog turističkog doživljaja u destinaciji. Izdvajanjem posebnih oblika turizma kao suprotnosti masovnom turizmu i masovnosti, izdvojio se i eno-gastronomski turizam. Turisti su sve više zainteresirani za ovakav oblik turizma te svakodnevno putem televizije ili društvenih mreža pronalaze motive za takva putovanja.

Temeljni cilj ovog završnog rada je istražiti i prikazati turističku eno-gastronomsku ponudu Europe i Hrvatske s naglaskom na Istarsku županiju te se upoznati s ponudom koju nam taj oblik turizma trenutačno pruža. U radu će se prikazati francuska, talijanska, hrvatska i detaljnije istarska eno-gastronomska ponuda, kako bi se uvidjele različitosti i specifičnosti u korištenju namirnica, pripremi autohtonih jela, vrstama vina te manifestacijama i atrakcijama vezanim uz hranu i vino. U radu se postavlja hipoteza kako eno-gastronomski turizam u Istarskoj županiji ima velik potencijal da postane prepoznatljiv brend ove destinacije.

Prvo poglavlje rada posvećeno je pojmu turizma i posebnih oblika turizma. U tom poglavlju prikazat će se definicije, povijesni razvoj turizma i posebnih oblika turizma te vrste posebnih oblika turizma. Dugo poglavlje bavi se definicijom i obilježjima eno-gastronomskog turizma i pojedinačno se definiraju enofilski i gastronomski turizam. U trećem su poglavlju navedeni primjeri dobre prakse razvoja ovog oblika turizma u Europi i govori se o eno-gastronomskom turizmu u Hrvatskoj. U četvrtom, ujedno i najvažnijem poglavlju, prikazat će trenutačna ponuda eno-gastronomskog turizma u Istri, od hrane i vina pa do eno-gastronomskim manifestacija i restorana te mogućnosti i mjere za napredak ovog oblika turizma u budućnosti. U petom poglavlju prikazat će se provedena studija slučaja u kojoj je uspoređena eno-gastronomska ponuda Pule i Malog Lošinja, a biti će navedene i mogućnosti za

napredak. U posljednjem poglavlju rada prikazat će se SWOT analiza eno-gastronomskog turizma u Istarskoj županiji s utvrđenim snagama, slabostima, prilikama i prijetnjama. Na kraju rada bit će izveden zaključak i navedena literatura koja je korištena u radu.

1. POSEBNI OBLICI TURIZMA

Turizam je danas najbrže rastuća gospodarska grana koja povezuje različite zemlje i narode i koja omogućuje turističkim destinacijama povoljno pozicioniranje na konkurentnom turističkom tržištu. Zbog porasta životnog standarda, demokratizacije putovanja i slobodnog vremena, turizam je prerastao u masovnu pojavu koja uzrokuje probleme održivosti i gubitka autentičnosti destinacije. Kako bi se riješio taj problem u novije vrijeme nastaju posebni oblici turizma koji su orijentirani na održivi razvoj te su protuteža masovnosti i masovnom turizmu.

Prvi dio ovog poglavlja govori o pojmu turizma i njegovom povijesnom razvoju, dok se u drugom djelu definira pojam posebnih oblika turizma, prikazuje njihov povijesni razvoj, iznosi klasifikacija i moguće vrste posebnih oblika turizma.

1.1. Definicija i povijest razvoja turizma

Turizam je danas najrazvijenija gospodarska grana i vrlo popularna ljudska aktivnost. Označava putovanja unutar domicilne zemlje i putovanja u inozemstvo radi odmora, opuštanja, rekreacije, zdravlja ili posla te je ograničenog trajanja.

Pojmovi turizam i turist počeli su se javljati početkom 19. stoljeća i ubrzo su prerasli u širu upotrebu. Postoje brojne definicije turizma koje su odraz različitih pristupa autora, koje proizlaze iz promatranja turizma iz dinamičkog stajališta, sa stajališta potrošnje i kao složene društveno ekonomske pojave. Ovisno o tome koji se aspekt želi naglasiti (vrijeme, prostor, motivi, gospodarski aspekti), turizam se može definirati na različite načine.¹ Prema najstarijoj definiciji turizma, švicarskih stručnjaka W. Hunzikera i K. Krapfa iz 1924. godine, turizam možemo definirati kao skup odnosa i pojava koje su proizašle iz putovanja i boravka posjetitelja ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s njim nije povezana nikakva privredna djelatnost.² Danas je u većini zemalja najprihvaćenija opća koncepcijska definicija turizma Svjetske turističke organizacije (UNWTO) iz 1999. godine, prema kojoj turizam

¹ Pančić Kombol, T.: *Selektivni turizam. Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji: TMCP Sagena, 2000., str 9

² Čavlek, N.: *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 29

podrazumijeva sve aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine, radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nevezanih uz djelatnost za koju bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju i to ne dulje od jedne godine.³

Turizam kao gospodarska djelatnost i aktivnost ima pet temeljnih obilježja:

1. Turizma nema bez kretanja ljudi, njihovog putovanja i boravka u turističkim odredištima;
2. Putovanje i boravak moraju se zbivati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba kreće, živi i radi;
3. Privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam temelji na dvosmjernom, odnosno kružnom putovanju (domicil-turističko odredište-domicil) te ima određen vremenski interval u kojem se odvija, a koji nije dulji od 12 mjeseci;
4. Svrha turističkog putovanja nikad nije vezana uz stalni boravak u turističkoj destinaciji ili zaposlenje;
5. U turističkom odredištu turisti troše ali ne zarađuju.⁴

Uz pojam turizma važno je definirati i pojam turista. Definicija Državnog zavoda za statistiku definira turista kao svaku osobu koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, posla, javnih misija i skupova.⁵

Čovjek je još od davnina putovao i selio se zbog različitih razloga, prilika i neprilika. Iz tog razloga za turizam možemo reći kako je to pojava stara koliko i čovječanstvo. Turizam se u samim počecima povezivao s migracijama stanovništva koje nisu bile u turističke svrhe, već su se koristile kao bijeg od rata ili u svrhu potrage za kvalitetnijim prostorom za lov, uzgajanje hrane i stoke. Jedina turistička obilježja tih migracija bila su želja za kretanjem i otkrivanjem novih mjesta. Izum kotača, novca i razvoj trgovine u vremenu stare Mezopotamije, prije oko 4000 godina pr. Kr., mnogo

³ Hrvatska enciklopedija, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=62763>, 14.8.2020.

⁴ Čavlek, N.: *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011., str. 30-31

⁵ Ibid. str. 31

su pridonijeli razvoju turizma. Prvi zapisi o prvim putovanjima motiviranim trgovinom spominju oko 4000. godine pr. Kr. kod Sumerana. U tom su razdoblju osim trgovaca putovali i putopisci, zabavljači, državni činovnici i liječnici. U vremenu antičke Grčke, između 776. i 393. godine pr. Kr., putovanja su uglavnom bila vezana uz Olimpijske igre koje su se održavale svake četiri godine te su okupljale velik broj sudionika. Za vrijeme održavanja igara Grčkom se nesmetano moglo putovati, bili su zaustavljeni svi ratovi i nemiri. U tom razdoblju putovalo se u proročišta Delfi i Delos, Olimp kao religijsko i sportsko odredište, u Eubeju i Epidaurum koja su se smatrali ljekovitim mjestima. U vrijeme Rimske države koja je trajala do kraja 5. stoljeća najviše su putovali robovlasnici i pripadnici državne uprave radi opuštanja u termalnim izvorima te su gradili ladanjske kuće (villa rustica) u kojima su se odmarali. Zbog dobre i razgranate mreže cesta i dobre organiziranosti prijevoza, Rimljani su koristeći kola i konje dnevno mogli prelaziti i do 150 km. Nakon raspada Rimske države došlo je do pada zainteresiranosti za putovanjima zbog nemira, visokih poreza i davanja i nesigurnosti cesta koje su bile pune skitnica i razbojnika. U doba renesanse između 14. i 17. stoljeća javljaju se individualna i edukacijska putovanja koja se nazivaju „Grand Tour putovanja“. Takva putovanja trajala su u prosjeku 3 do 4 godine, putovali su mladi pripadnici aristokratske klase iz Engleske, a takvo putovanje je označavalo završnu fazu njihovog obrazovanja. Putovali su iz Engleske preko Francuske i obala Mediterana u pravcu Italije koja je i bila cilj njihova putovanja. Povratak u Englesku bio je preko Švicarske, Njemačke i zemalja Beneluksa. U 19. stoljeću turizam postaje potreba širih slojeva društva, ne putuju više samo članovi aristokracije nego i bogati građani. Također, dolazi do brojnih promjena čiji je uzrok industrijska revolucija. Počinju se razvijati brojne gospodarske djelatnosti kao što su promet, industrija, bankarstvo i trgovina. 1841. godine se Thomas Cook počinje baviti organizacijom turističkih putovanja u kojima je sudjelovalo sve više putnika. Počinju se tiskati brošure, itinereri i vodiči. Načini putovanja se počinju mijenjati zbog izgradnje ugostiteljskih objekata i razvoja željezničke infrastrukture, povećava se broj putovanja u kupališna mjesta, zimi se putuje u primorje, a ljeti u gorje.⁶

Između dva svjetska rata razvoj željeznice, cestovnog i zračnog prometa, veće plaće, uvođenje mirovinskog i zdravstvenog osiguranja, skraćivanje radnog vremena i bolji uvjeti rada omogućuju provođenje slobodnog vremena izvan domicila gotovo u

⁶ Pirjevec, B., Kesar, O.: *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb, 2002., str. 33-37

svim društvenim slojevima. Grade se jeftiniji hoteli i druge vrste smještajnih kapaciteta, nudi se jeftinija zabava, a prijevozna sredstva prevoze sve više ljudi. Uklanjanjem ograničenja širokim društvenim slojevima i stvaranjem nove ponude, turizam je dosegao masovne razmjere. No, ekonomska kriza 1929. godine i Drugi svjetski rat privremeno su zaustavili to masovno širenje turizma. Nakon privremenog mirovanja do kraja 50-ih godina, mnoga područja oživljavaju i ulaze na turističko tržište, a turizam počinje intenzivno rasti, prerasta u masovna kretanja širokih razmjera te tako ostaje do danas.⁷

1.2. Posebni oblici turizma kao održiva alternativa masovnom turizmu

Kao što je u prethodnom potpoglavlju navedeno, turizam se kroz povijest razvijao kroz različite etape, od putovanja samo za elitu u antičkom razdoblju, pa sve do masovnih putovanja nakon Drugog svjetskog rata. Uočavanjem prvih negativnih problema tih masovnih putovanja i masovnog turizma, javlja se potreba za pronalaženjem novog modela koji vodi ka održivom razvoju turizma.⁸

Selektivni oblici turizma počinju se javljati tijekom 1980-ih godina kao protuteža masovnosti i masovnom turizmu te kao odgovor na pretjerani razvoj masovnog turizma. Javljaju se kao posljedica povećanja svjesnosti o očuvanju prirode i zaštite okoliša, sve se više naglašava aspekt održivog razvoja i važnost očuvanja lokalne zajednice.⁹

Tijekom 1980-ih godina počinju se javljati putovanja koja nisu „šematska i bezlična“, pod pojmom „alternativni turizam“. Krippendorf pokušavajući objasniti taj pojam tvrdi kako je to niz različitih vrsta putovanja: obrazovna, pustolovna, pješačenja ili pojedinačna putovanja svjetskih putnika. Želja alternativnih turista bila je odvojiti se od masovnog turizma. Željeli su otići izvan „ugaženih turističkih staza“ i time ostvariti prvi „izlazak iz civilizacije“. Njihov cilj je bio odreći se uobičajene turističke infrastrukture, približiti se domorocima, boraviti u nastambama karakterističnim za zemlju u kojoj borave i koristiti njihova prijevozna sredstva. Krajem 1980-ih godina

⁷ Pančić Kombol, T.: *Selektivni turizam. Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji: TMCP Sagena, 2000., str 8-9

⁸ Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 223

⁹ Ibid. str. 231.

alternativni turizam se počinje smatrati simbolom turizma budućnosti. Alternativni turizam nije nestao iz turističke literature, već se i danas koristi kao suprotnost svemu što izgleda negativno u masovnom turizmu. Kako su se uz masovni turizam stalno javljali i razvijali novi oblici turizma, ali se ni jedan nije isticao kao dominantan motiv koji se može odrediti kao alternativa, istraživači su se usmjeravali na sistematiziranje i klasificiranje različitih oblika turizma, a neki autori su se i opredijelili za pojam „turizam posebnih interesa“.¹⁰ Od početka 20. stoljeća za takav oblik turizma se koristi naziv „selektivni turizam“, a od 1990. godine se najčešće koristi pojam „specifični oblici turizma“. Selektivni oblici turizma se u literaturi još nazivaju odgovornim, individualnim ili alternativnim turizmom, turizmom specijalnih interesa ili turizmom posebnih oblika (interesa), predstavljaju suprotnost negativnim učincima masovnog turizma, a cilj im je zadovoljiti posebne želje i potrebe modernih turista.¹¹

Turizam posebnih interesa možemo okarakterizirati kao: pasivan (predstave, gledanje sportskih događaja), aktivan (avanturistički sportovi, ronjenje), doživljajni (tematski parkovi, svemirski turizam), pustolovni (trekking, posjete afričkim plemenima), kreativni (ples, slikarstvo, fotografija), intelektualan (učenje stranih jezika) i relaksirajući (wellness turizam, promatranje ptica).¹²

Turizam posebnih oblika možemo definirati kao sintetički i generički pojam koji predstavlja novu kvalitetu budućeg i suvremenog turizma, utemeljen je na selekciji programa, odgovornom ponašanju sudionika, ekološkom i ekonomskom načelu uravnoteženog razvoja, kvalitetnoj razini te izvornom identitetu i humanitetu usluge, uz uravnotežen odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na nekom području. Također se može reći da je to odgovorni, individualizirani turizam, čiji je cilj zadovoljiti posebne želje i potrebe suvremenih turista. Znanstvenici smatraju kako je selektivni turizam generički pojam proizašao iz klasičnog masovnog turizma, odnosno iz njegovih pojedinih segmenata i oblika.¹³

Postoji mnogo klasifikacija, podjela, vrsta i podvrsta selektivnog turizma u turističkoj literaturi. U ovome radu će biti prikazana podjela koju je uveo D. Alfier. Po

¹⁰ Pančić Kombol, T.: *Selektivni turizam. Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji: TMCP Sagena, 2000., str. 85-86

¹¹ Dujmović, M.: *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014., str. 105

¹² Ibid. str. 105

¹³ Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 232

njemu selektivne vrste turizma pridonose ekološkoj sanaciji i readaptaciji postojećih elemenata ponude te ju upotpunjuju novim sadržajima. Pri tome se posebni oblici manifestiraju kroz:

- Zdravstveni turizam (talasoterapija, balneoterapija, klimoterapija i silvo terapija);
- Sportski i rekreacijski turizam na moru, vodama i planinama sa specifičnim oblicima kao što su pješački, konjički (jahački), kružni (ciklički), turizam za „opušteni“ odmor u prirodnom okruženju;
- Ruralni ili rustikalni (seoski) turizam u malim mirnim primorskim i kontinentalnim mjestima;
- Kulturni turizam s najrazličitijim sadržajima i oblicima¹⁴

1.3. Vrste posebnih oblika turizma

Posebni oblici turizma se sukladno željama, potrebama i motivima turista dijele na zasebne i posebno prilagođene oblike. Svaka vrsta posebnog oblika turizma ima svoj motiv koji se razlikuje od drugih vrsta. U nastavku će biti objašnjene neke od najpopularnijih vrsta posebnih oblika turizma.

Nautički turizam predstavlja sve aktivnosti vezane uz plovidbu morima, rijekama i jezerima. Odvija se na vodi i uz vodu, a dolazi od grčke riječi „naus“ koja označava brod. Geić u svojoj knjizi spominje definiciju nautičkog turizma koja se nalazi u Zakonu o turističkoj djelatnosti u Hrvatskoj, kojom se definira da nautički turizam podrazumijeva plovidbu i boravak turista nautičara na plovnim objektima i boravak u lukama nautičkog turizma radi odmora i rekreacije.¹⁵

Kamping turizam je posebni oblik turizma u kojem turist, odnosno kampist, slobodno boravi u prirodi. Kamping turisti su ekološki osviješteni, pokretni, aktivni i smješteni u kampu. Kamp je kolektivna vrsta smještaja u ograđenom prostoru za šatore, kamp – prikolice ili kampere u kojem se pružaju određene turističke usluge.¹⁶

¹⁴ Ibid. str. 231-232

¹⁵ Čorak, S. i ostali.: *Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno*, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 40-41

¹⁶ Ibid., str. 66

Kulturni turizam predstavlja putovanja koja su motivirana kulturom, kao što su studijske, kazališne i kulturne ture, hodočašća, putovanja na festivale i slična događanja, posjeti povijesnim lokalitetima i spomenicima i putovanja, kako bi se proučavala priroda, folklor ili umjetnost.¹⁷

Ekoturizam je u današnje vrijeme najčešće spominjani i medijski najzastupljeniji oblik turizma u svijetu. Promatra se kao sredstvo očuvanja osjetljivih prirodnih područja te kao način smanjenja pritiska na obalne destinacije u kojima prevladava obalni turizam.¹⁸

Ruralni turizam predstavlja oblik turizam na ruralnom prostoru, koji je nekad služio kao životni i radni prostor poljoprivrednika. Danas je taj prostor prenamijenjen u prostor gdje se turisti dolaze odmarati. Ruralni prostor je osnovni resurs za razvoj ruralnog turizma te se oslanja na potrebu gradskih stanovnika za mirom i prostorom za sportsku rekreaciju na otvorenom. Ovaj oblik turizma uključuje posjete nacionalnim parkovima i parkovima prirode, ostaloj baštini u ruralnom prostoru, boravak turista na seoskim gospodarstvima, panoramske vožnje i uživanje u krajoliku.¹⁹

Zdravstveni turizam – zdravlje se smatra najjačim i najstarijim motivom putovanja. U svakodnevnoj interpretaciji, ali i stručnoj praksi, zdravstveni se turizam veže uz vrlo široko područje, od wellness turizma i bolničkog turizma pa do ugostiteljskih tvrtki i zdravstvenih usluga koje pružaju zdravstveno-turističke usluge.²⁰

Omladinski turizam je oblik turizma čiju ciljnu skupinu čine djeca i mladi. Obuhvaća sva putovanja mladih od 15 do 29 godina. Sudionici omladinskog turizma su mladi ljudi koji nisu ekonomski samostalni i koji nastoje putovati svijetom sa što manje novca i vidjeti i doživjeti što više te su se spremni prilagoditi niskoj kvaliteti.²¹

¹⁷ Ibid. str. 121

¹⁸ Ibid. str.140-151

¹⁹ Ibid. str. 170

²⁰ Ibid. str. 215

²¹ Ibid. str. 269-270

2. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM

U posljednjem desetljeću 20. stoljeća i u 21. stoljeću dolazi do intenzivnog rasta turizma i podjele turizma na različite oblike koji su se javili kao odgovor na želje i potrebe nove turističke potražnje. Zbog povećane potrebe za upoznavanjem i uživanjem u hrani i vinu nekog područja dolazi do definiranja eno-gastronomskog turizma, kao posebnog oblika turizma. U sljedećim potpoglavljima definirat će se što je zapravo eno-gastronomski turizam, prikazat će se njegova obilježja, pobliže će se objasniti vinski i gastronomski turizam i njihov povijesni razvoj.

2.1. Definicija i obilježja

Eno-gastronomski turizam smatra se podvrstom kulturnog turizma te predstavlja kombinaciju enofilskog odnosno, vinskog i gastronomskog, odnosno kulinarskog turizma. To je vrsta putovanja koja je motivirana uživanjem i upoznavanjem gastronomije i vina određene destinacije, a uključuje konzumiranje hrane i pića, učenje o pripremanju jela, kupovinu proizvoda koji su u vezi s hranom i pićem, organizirane posjete vinskim podrumima i proizvodnjama uz degustaciju i pohađanje tečajeva kuhanja. Možemo reći kako je eno-gastronomski turizam vrsta kulturnog turizma jer kuhinja i vina predstavljaju proizvode lokalnih kuhinja, a tradicionalni načini pripremanja hrane predstavljaju nematerijalnu kulturnu baštinu. Eno-gastronomski turist je osoba koja putuje kako bi probala proizvode lokalne kuhinje i vino karakteristično za neku zemlju ili regiju i takvim turistima hrana i vino predstavljaju turističku atrakciju.²²

U posljednjih je nekoliko godina eno-gastronomski turizam u svijetu znatno porastao te je postao važan tržišni segment koji doprinosi ukupnom razvoju turizma određene destinacije. Eno-gastronomski turizam značajno doprinosi očuvanju krajobraza i raznolikosti destinacije, održava običaje, uporabu i funkcije koje omogućuju očuvanje materijalne i nematerijalne baštine destinacije i očuvanje kulinarske tradicije. On osnažuje sve sudionike koji čine lanac eno-gastronomske vrijednosti (lokalne proizvođače) i čuva autentičnost destinacije. Također, eno-

²² Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 335-336

gastronomski turizam nudi turističkim destinacijama mogućnost izgradnje autentične priče.²³

Vino i gastronomija predstavljaju priliku za revitalizaciju i diverzifikaciju turizma, promiču lokalni gospodarski razvoj, uključuju različite profesionalne sektore te donose nove koristi za primarni sektor. Rast uloge vina i gastronomije prilikom odabira destinacije, rezultirao je rastom ponude temeljene na visoko kvalitetnim domaćim proizvodima i povezivanju odvojenih tržišta hrane i vinskog turizma.²⁴

2.2. Vinski turizam

Enofilski odnosno vinski turizam se može definirati kao posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i događanjima gdje su kušanje i doživljaji vina primarni motivi. Vinski turizam se bazira na posebnim interesima povezanim s vinom, a turisti mogu biti motivirani destinacijom (vinska regija) ili aktivnošću (kušanje vina). Prosječan vinski turist je visokoobrazovana, ekonomski neovisna osoba u dobi od 45 do 50 godina. To su osobe kojima cilj nije puko ispijanje vina, nego želja da preko vinskog turizma upoznaju destinaciju u koju dolaze, njezine ljude, kulturu i povijest. Enofilski ili vinski turizam uključuje potpuno osjetilno iskustvo: okusa (vina i svježeg grožđa), mirisa (zemlje, grožđa, svježeg zraka, podruma i vinarija), dodira (proizvodnja vina, kuhanje s vinom, branje grožđa, vino u boci, čaši), vida (boja lišća, vinograda, prirode i neba, jedinstvena lokalna arhitektura, boja vina, lokalni ljudi u radu) i sluha (punjenje vina u boce, lijevanje vina u čaše, rad vinarske opreme). Svi ti doživljaji doprinose razvitku komplementarnih oblika i formi posebnih oblika turizma.²⁵

Vinski turizam je jedan od novijih oblika turizma. Povijest vinskog turizma razlikuje se od regije do regije. Razvoj vinskog turizma možemo povezati s prvim Grand Tour putovanjima. Sudionici tih putovanja su na svojim putovanjima posjećivali vinograde i kušali vina, iako je njihov interes za prirodom bio relativno malen. Tek sredinom 19. stoljeća, pojavom željeznice, koja je olakšala prijevoz, vino je postalo poseban motiv za putovanja. Osim željeznice, rezultat socijalnih promjena bio je i

²³World Tourism Organization (UNWTO): *Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism* <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957>, 2019., str. 15-18 (1.9.2020.)

²⁴ UNWTO, <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (1.9.2020.)

²⁵ Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 340

nastanak srednjeg staleža, koji je živeći životom aristokratske elite, počeo tražiti konzumaciju kvalitetnih vina. Publikacijom *Classification of the Wines of the Gironde* koja je objavljena 1855. godine, prvi je put priznat destinacijski identitet vinima i vinogradskim područjima. Osim što je ova klasifikacija doprinijela regionalnoj prepoznatljivosti vina, iskorištena je i za marketing pojedinih regija. Industrija povezana s vinskim turizmom značajno se povećala kroz prvo desetljeće 21. stoljeća.²⁶

2.3. Gastronomski turizam

Gastronomski turizam možemo definirati kao posjet destinaciji s primarnim ciljem upoznavanja nacionalne gastronomije i autohtonih proizvoda. Hrana postaje neizostavni element višednevnog putovanja, ali može biti i njegov cilj. Termin gastronomski ili kulinarski turist odnosi se na sve one koji putuju kako bi probali proizvode lokalne kuhinje, koji su karakteristični za neku zemlju ili regiju. Gastronomskim turistima hrana predstavlja glavnu turističku atrakciju.²⁷

Gastronomski se turizam također može definirati kao posjet proizvođačima hrane, festivalima hrane, restoranima i specifičnim lokacijama gdje su kušanje i doživljaj hrane te prehrambenih proizvoda primarni motivi za putovanje.²⁸

Turisti se za gastronomska putovanja odlučuju iz različitih razloga, a mogu ga i različito vrednovati. Na stvaranje takvog gastronomskog doživljaja utječu ne samo opipljivi elementi (kvaliteta hrane, dekoracija restorana, pribor), već i neopipljivi (vizualni efekt hrane, način serviranja, atmosfera).²⁹

Povijest gastronomije i gastronomskog turizma seže u prije više od tisuću godina, kada su civilizirani narodi imali visoko razvijeno kuharstvo. Tu se posebno ističu Perzijanci, Kinezi, Egipćani, Grci i Rimljani. Iz povijesti Perzije poznato je kako su u toj zemlji već u 6.st. pr. Kr. postojali ljudi koji su se bavili isključivo kuhanjem kao zanimanjem te su kuharstvo razvili do pravog umijeća. Grčki i rimski liječnici i prirodoslovci često su se bavili pitanjem hrane, njenom kakvoćom, pripremom i

²⁶ Rabotić, B.: *Selektivni oblici turizma*, ČIGOJA ŠTAMPA, Beograd, 2013., str. 156

²⁷ Krstulović, K. i Sunara, Ž. : *Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, <https://hrcak.srce.hr/182983>, str. 2 (18.4.2020.)

²⁸ Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011. str. 337

²⁹ Rabotić, B.: *Selektivni oblici turizma*, ČIGOJAŠTAMPA, Beograd, 2013., str. 153

djelovanjem.³⁰ U Egiptu i antičkoj Grčkoj se javljaju i prvi objekti za kratkotrajan smještaj i okrijepu ljudi (tzv. karavan – saraji, pandokeji i katagoge), dok se za vrijeme rimske vladavine javljaju svratišta, taberne i hospiciji. U 17. stoljeću nastaju prve kavane koje su bile omiljena okupljališta intelektualaca i umjetnika, a u 19. stoljeću u Francuskoj nastaju prvi restorani s standardiziranim jelovnicima i fiksnim cijenama. Tijekom 20. i 21. stoljeća porastao je broj potrošača zainteresiranih za gastronomski turizam zbog povećanja broja televizijskih emisija o kulinarskim putovanjima.³¹ Razvojem kuharstva kroz stoljeća ne govori se više o kuharstvu, nego o kuharskom umijeću, kulinarskom umijeću ili gastronomiji.

³⁰ Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str.337

³¹ Hrvatska enciklopedija, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=63009> (18.4.2020.)

3. ENO-GASTRONOMSKI TURIZAM – PRIMJERI DOBRE PRAKSE U EUROPI I HRVATSKOJ

Osim predivnih krajolika, bogate prirodne i kulturne baštine, Hrvatska posjeduje bogatstvo okusa i mirisa autohtonih jela i vina. Hrvatska eno-gastronomska kultura smatra se jednom od najzanimljivijih i najbogatijih u Europi. Razlozi su ti što povezuje bogatstvo srednjoeuropske, orijentalne i mediteranske kuhinje i jer se temelji na zdravim i svježim namirnicama. Povijesni događaji, klimatske i zemljopisne karakteristike, bogato kulturno nasljeđe, specifičnosti korijenski različitih tradicija, običaja i navika, raznovrsne ruralne i urbane sredine i mnogi drugi elementi odražavaju se u bogatstvu gastronomskih različitosti na području Hrvatske.³² U nastavku će se prikazati eno-gastronomska ponuda Hrvatske i dva primjera dobre prakse razvoja eno-gastronomskog turizma - Italija i Francuska.

3.1. Eno-gastronomski turizam u Italiji

Italija je jedna od najpoznatijih turističkih i eno-gastronomskih država svijeta. 17% turista dolazi u Italiju s primarnim motivom uživanja u vinskoj i gastronomskoj ponudi te zemlje. U Italiji se eno-gastronomija smatra važnim dijelom svakog turističkog putovanja te svaka regija ima svoje autohtone specijalitete karakteristične za to područje. Također, Italija ima utvrđen zakon kojim 80% jela na meniju restorana trebaju biti tradicionalna talijanska jela, a 60% proizvoda koji se koriste u pripremi jela moraju biti talijanske proizvodnje. U Italiji se mogu izdvojiti tri gastronomske regije: sjeverna Italija, srednja Italija i južna Italija. Talijanska kuhinja se ističe po raznolikosti brojnih jela te po prilagođavanju tradicionalnih specijaliteta novim trendovima. Karakteristike talijanske kuhinje su: korištenje raznovrsnih tjestenina uz koje se kombiniraju umaci od rajčice i mesa (tijesto za pizzu i lasanje), jela unaprjeđuju korištenjem bijelih i crnih vina prilikom kuhanja, prevladavaju mediteranska jela sa zdravim i svježim namirnicama, jednostavnost u pripremi jela te korištenje isključivo sezonskih namirnica. Najpoznatija tradicionalna talijanska jela su: pizza, špageti

³² Hrvatska turistička zajednica: Hrvatska enogastronomija – puna okusa: https://htz.hr/sites/default/files/201802/Enogastro%20bro%C5%A1ura_HR_2017-18.pdf, Zagreb, 2017., str. 10 (18.4.2020.)

bolognese, tiramisu, salata Toscana, focaccia, lasanje, bruscetti i panna cotta. Posebnost eno-gastronomske ponude čine organizirani kulinarski, odnosno gastronomski odmori. Takvi odmori uključuju posjećivanje i obilaženje najpoznatijih gastronomskih regija Italije i kušanje talijanskih tradicionalnih specijaliteta i vina. Veliku važnost u turizmu Italije imaju i kulinarske škole koje su poznate diljem svijeta. Najpoznatija kulinarska škola u Italiji je ALMA (International School of Italian Cuisine), čija je zadaća učenje talijanske kuhinje. U Italiji se tijekom godine organiziraju i brojne gastro manifestacije i festivali koji privlače velik broj turista, kao što su: Terra Madre Salone del Gusto u Torinu, Pitti-Taste u Firenci, te gastronomski sajam Sigep.³³

Italija također ima vrlo bogato i raznoliko vinarsko nasljeđe te tradiciju proizvodnje vina dugu više stotina godina. Kada bi svaki dan kušali jedno talijansko vino, za isprobati sva vina trebalo bi 20 godina. Neka od najpoznatijih talijanskih vina su: moscat, amarone, chianti, prosecco, nero d'avola, inzolia, grillo, catarratto, prosecco, sangiovese, barbera, merlot, barolo i sangiovese.³⁴

3.2. Eno-gastronomski turizam u Francuskoj

Francuska je jedna od najposjećenijih država svijeta. Zbog svoje bogate kulturne i prirodne baštine i kvalitetne autohtone hrane, atraktivna je brojnim posjetiteljima. Francuska vina i kuhinja smatraju se jednim od najboljih na svijetu. Francuzi velik značaj daju svojoj gastronomiji i ulažu velike napore u kreiranje gastronomske ponude koja je prilagođena različitim vrstama prehrane. UNESCO je 2010. godine zaštitio francusku gastronomiju kao nematerijalnu kulturnu baštinu. Francuska se kuhinja dijeli na 4 gastronomske regije, Sjever Francuske, Kuhinja jugoistočne Provanse, Normandija i Lyon, koji se smatra gastronomskom prijestolnicom Francuske. Jela se u Francuskoj uglavnom pripremaju bez masti životinjskog podrijetla, uz dodavanje maslaca ili ulja te uz korištenje različitih začina koji uspijevaju na području Francuske. Svaka regija ima svoje specijalitete i svoje stilove kuhanja, a hranu ne smatraju samo fiziološkom potrebom, već sredstvom za potpuno uživanje. Ručak se obavezno sastoji od tri slijeda, a često i od četiri: predjelo, glavno jelo, sirevi i desert. Specijaliteti po kojima je Francuska poznata u svijetu su:

³³ Italian Tourism Official Website, <http://www.italia.it/en/travel-ideas/gastronomy.html> (18.4.2020.)

³⁴ Travel advisor, <https://travel-advisor.eu/karta-italije/> (18.4.2020.)

kroasani, raznovrsne juhe (juha od gljiva, juha od luka, kremasta juha od tikvica), sirevi (u Francuskoj se proizvodi preko 370 vrsta sireva), čokoladni sufle, Ratatouille, macaronsi, puževi i žablji krakovi. Vino je obavezno, smatra se prehranbenim proizvodom te se uvijek vodi računa o tome da određena vina pašu uz određenu hranu.³⁵ Francuska vina jedinstven su spoj različitih vrsta tla, mikroklima i sorti. Zahvaljujući stoljetnom vinarskom iskustvu, nijedna država svijeta ne može im konkurirati. Prodaja francuskih vina čini 34% ukupne svjetske trgovine vinima. Najpoznatija vine francuske su: chardonnay, grenache, merlot, syrah pinot gris, pinot noir, sylvaner, pinot blanc, carignan, cabernet sauvignon, syrah i mourvedre grenache, cinsant i tibourent.³⁶

3.3. Eno-gastronomski turizam u Hrvatskoj

Teritorij Hrvatske se može prema geografskom položaju, povijesnim utjecajima, načinu pripremanja jela i sličnosti pri odabiru namirnica, podijeliti na pet gastronomskih regija. Te regije su: Dalmacija i Dalmatinska zagora, Istra i Kvarner, Zagorje, Međimurje i Podravina, Gorski Kotar i Lika te Slavonija i Baranja.

Za Dalmaciju možemo reći kako je to zemlja mora, maslina i soli. Ta obilježja uvelike su utjecala na lokalnu dalmatinsku kuhinju. Kuhinja Dalmacije i Dalmatinske zagore temelji se na svježim namirnicama, jednostavnoj pripremi te je bez mnogo začina. Tradicionalni obrok u Dalmaciji treba započeti domaćim pršutom, paškim sirom, zelenim ili crnim maslinama, kaparima, slanim srdelama, incunima ili salatoma od hobotnice. Poseban specijalitet su sirove kamenice iz Stona. Nadalje, vrijedi probati riblju juhu, pašta-šutu, kaštradina, tripice, artičoke s graškom, riba na lešo ili gradele, buzara od škampa i školjaka, crni rižoto od sipe, hobotnicu ispod peke, lignje s gradela, pašticađu (slika 1), janjetinu s povrćem, ispod peke ili na ražnju. Od slastica najpoznatije su dubrovačka rožata, fritule, paprenjaci, rafiole, bobići i mandulati.³⁷

Prehrana karakteristična za Istru i Kvarner je bazirana uglavnom na namirnicama iz mora, uz uporabu lokalnog začinskog bilja, aromatičnih trava i

³⁵ France.fr, <http://ee.france.fr/en/gastronomy-1> (18.4.2020.)

³⁶ Vinarija.com, <https://vinarija.com/1365-francuska-vina-cine-34-cjelokupne-svjetske-trgovine-vinom> (18.4.2020.)

³⁷ Njavro, M.: *Hrvatska gastronomija*, Turistička naklada d.o.o., Zagreb, 2016., str. 25

kvalitetnog maslinovog ulja. Jela i namirnice karakteristične za regiju Istra i Kvarner su riblje paštete, slane srdele, grobnički sir, istarski pršut, sir od tartufa, namaz od bakalara, puževi, razne vrste rižota i tjestenina s plodovima mora, maneštra, jota, različite fritaje, jela od tartufa, rakovi i školjke iz Limskog kanala, kvarnerski škampi, janjetina ispod peke, dimljeni ombolo, kobasice s kiselim kupusom, tradicionalna tjestenina – fuži, pljukanci, posutice, njoki s gulašom od divljači, slastice od kestena, koštule i fritule.³⁸

Regija Zagorje, Međimurje i Podravina obilježena je kuhinjom baka koje su se tijekom teške povijesti i siromaštva, trudile iz ničega napraviti pravu gozbu. Iako je ovakva kuhinja obilježena jednostavnošću, danas je jako cijenjena. Neke od tradicionalnih jela i namirnica koje vrijedi probati u ovoj regiji su: štrukli sa svježim kravljim sirom, jabukama, bučom ili repom, kuhani buncek, šunka u tijestu, purica s mlincima, zagorske srepe ili zljevke, ričet, meso iz tiblice, svježi kravlji siri i vrhnje s crvenom paprikom, sir turoš, domaće krvavice, domaće čvarke, varaždinsko kiselo zelje, gusku na međimurski, bučino ulje, gorički gulaš i pečenu teleću koljenicu. Kao desert u ovoj regiji poslužuju se štrudle, zljevke, međimurska gibanica (slika 1), krapci, i Bregovska pita.³⁹



Slika 1: Međimurska gibanica
(Izvor: Međimurska gibanica,
<https://croatia.hr/hrHR/dozivljaji/gastronomija-i-enologija/sredisnja-hrvatska/medimurska-gibanica>)

³⁸ Ibid. str. 9

³⁹ Ibid. str. 53-55

Kuhinju regije Gorski Kotar i Lika odražavaju životne navike ljudi na planinama i prostorima s gustim šumama, koji žive s hladnim zimama i kratkim ljetima. Ovakvu kuhinju karakterizira upotreba specifičnih domaćih namirnica i priprema jela na otvorenoj vatri. Obrok ličko-goranske gastronomije najbolje je započeti sirom škripavcem (slika 2) i dimljenom slaninom ili pršutom od divljih zvjeri. Nadalje valja probati slane uštipke s kiselim mlijekom, krepku juneću juhu sa suhim mesom, kiselim kupusom ili repom, janjetinu s ražnja ili ispod peke, gulaš od veprovine, medvjedu šapu, pohane žablje krake, punjenu teletinu ili gacku pastrvu. Na kraju se treba zasladiti s tradicionalnim kolačima masnica ili savijača od sira ili jabuka. Ličani i Gorani svoje goste prije obroka počaste tradicionalnom rakijom tzv. drenjulom, šljivovicom ili krušovačom.⁴⁰



Slika 2: Sir škripavac
(Izvor: Škripavac, <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/gastronomija-i-enologija/lika-karlovac/skripavac>)

Karakteristike slavonske i baranjske kuhinje su obilne porcije, ukusna i poprilično jaka i jako začinjena jela. U ovoj se regiji za hladno predjelo obično servira kulen, svježi kravlji sir začinjen slatkom paprikom, vrhnje, slavonska šunka, razno kiselo povrće, čvarci i švargla. Za glavno jelo se poslužuje različita riječna riba kao što je šaran, som, štika, smuđ ili mesni specijaliteti kao što su: paprikaš, divljač, kotlovina,

⁴⁰ Ibid. str. 43

roštilj, sarma, punjeni odresci, guščji paprikaš ili čobanac (slika 3). Kao desert treba probati orehnjaču, makovnjaču, pitu od svježeg kravljeg sira, šape i salenjake s marmeladom ili makom. Domaćini goste nude s domaćom rakijom, travaricom, lozom, medovnjačom ili šljivovicom.⁴¹



Slika 3: Čobanac
(Izvor: Čobanac, <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/gastronomija-i-enologija/slavonija/cobanac>)

U Hrvatskoj se može pronaći mnogo vrsta vina originalnih karakteristika. Vinska područja i autohtona vina Hrvatske možemo podijeliti na dvije velike regije, Kontinentalna i Primorska. Uzgoj vinove loze i proizvodnja pitkih autohtonih vina višestoljetna je tradicija hrvatskih vinogradara u kontinentalnom dijelu Hrvatske i u Primorju. Poznate sorte hrvatskih vina uz jadransku obalu i na otocima su: teran, merlot, kabernet, opolo, babiće, plavac, dingač, postup, malvazija, pošip, pinot, debit, plavina, vranac crni, kujundžuša, vrbnička žlahtina, muškac, vugava i bogdanuša. Dok u kontinentalnom dijelu možemo pronaći vina kao što su: rajnski rizling, graševina, burgundac, traminac, pinot crni, moslavac, portugizac, chardonnay bijeli, sauvignon bijeli i muškac žuti.⁴² Uz vinograde i vina se vežu i vinske ceste. Vinske ceste su

⁴¹ Ibid. 67

⁴² Drpić, K. i Vukman, M.: *GASTRONOMIJA KAO VAŽAN DIO TURISTIČKE PONUDE U HRVATSKOJ*, Praktični menadžment, <https://hrcak.srce.hr/134952>, str. 64 (18.4.2020.)

turistička atrakcija koja privlači sve više domaćih i stranih posjetitelja. To su ceste koje vode posjetitelje u razgled vinograda i okolnih područja, a na označenim punktovima se nalaze podrumi brojnih vinara i ugostiteljski objekti u kojima gosti mogu kušati autohtona vina i hranu. Hrvatska kao vinorodna zemlja ima nekoliko vinskih cesta koje mogu posjetiti eno-gastronomskim turisti:

- Međimurska vinska cesta
- Moslavačka vinska cesta
- Vinska cesta Pelješac – vinsko carstvo
- Zelinska vinska cesta
- Iločka vinska cesta
- Vinske ceste Istre (Bujštine, Poreštine, Bužeštine i Pazinštine)⁴³

U različitim dijelovima Hrvatske se svake godine održavaju broje eno-gastronomске manifestacije, na kojima se posjetiteljima prikazuju i nude Hrvatska autohtona jela i/vina. Neke od eno-gastronomskih manifestacija po kojima je Hrvatska poznata i posjećena su:

- Urbanovo (Štrigova)
- Dani hrane i tradicijskih proizvoda Zagrebačke županije i Grada Zagreba
- Dani istarskih šparoga
- Dani tartufa (Buzet)
- Dani vina (Jastrebarsko)
- Dani školjaka (Umag)
- Festival pršuta (Tinjan)
- Craft Beer Festival (Zadar)
- Vinistra (Poreč)
- Bučijada (Ivanić Grad)
- Festa od kamenica (Dubrovnik)
- Međunarodni sajam GAST (Split)
- Ninska šokolijada (Nin)
- Smotra vina (Gračišće)
- Vinart Grand Tasting (Zagreb)

⁴³ Hrvatska turistička zajednica, <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/gastronomija-i-enologija/najpoznatije-hrvatske-vinske-cesta> (18.4.2020.)

- Međunarodni festival pršuta (Drniš)⁴⁴
- Vinocom (Zagreb)

⁴⁴Portal za kulturni turizam, <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/gastrodogadanja/> (18.4.2020.)

4. ISTRA KAO ENO I GASTRO DESTINACIJA

Za Istru se često kaže kako je zemlja vina, maslina, tartufa i gostoljubivih domaćina. To je mediteranski poluotok kojeg okružuje bistro more, a upotpunjava zelena unutrašnjost. Istra nudi brojne kulturno-povijesne i prirodne znamenitosti kao i nezaboravne poglede iz srednjovjekovnih gradova na brežuljcima. No, Istra krije i pravo bogatstvo okusa i mirisa.⁴⁵ U sljedećim potpoglavljima prikazat će se postojeće stanje istarske eno-gastronomске ponude, autohtone namirnice, jela i vina karakteristična za ovo podneblje, reći će se nešto više o vinskih cestama i cestama maslinovog ulja, te o eno-gastronomskim manifestacijama koje se održavaju diljem Istre.

4.1. Postojeća eno-gastronomska ponuda

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine gastronomija i enologija se smatraju složenim proizvodima koje konzumiraju gotovo svi turisti, iako relativno mali broj stranih turista putuje samo zbog gastronomije ili enologije. Prema Strategiji 160 tisuća građana Republike Hrvatske posjećuje vinske ceste, od čega ih 61% kupuje lokalna vina, 63% lokalne prehrambene proizvode, dok 53% posjetitelja u ugostiteljskim objektima naručuje lokalna vina. Gastronomija i enologija kao turistički proizvodi najrazvijeniji su u Istri, nakon toga u Dalmaciji i Slavoniji. Sustav takve turističke ponude još uvijek je nedovoljno valoriziran, iako je već dugi niz godina dio turističke ponude i promocije zemlje.⁴⁶

Primarni razlozi dolaska turista u Istru i dalje su sunce i more te oni i dalje jačaju u odnosu na druge motive. No, u posljednjih nekoliko godina vidi se blagi porast gastronomije i prirode kao motiva dolaska u Istru. Vino i gastronomija kao glavni razlozi i motivi za dolazak u Istru danas čine tek 1% ukupnog fizičkog prometa.⁴⁷

⁴⁵ Turistička zajednica Istarske županije: *Istra gourmet 2019-2020.*, <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure>, 2019., str. 9 (18.4.2020.)

⁴⁶ Vlada Republike Hrvatske: *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, 2013., str. 9 (18.4.2020.)

⁴⁷ Turistička zajednica Istarske županije: *Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.*, 2015. str. 48 (18.4.2020.)

S više od 25 vinarija i vinskih cesta, preko 200 restorana, od čega je 13 s Michelinovom zvjezdicom, brojnih eno-gastronomskih manifestacije, autohtonih jela i vinskih vrsta,⁴⁸ Istra može dostojno konkurirati na europskom, ali i svjetskom turističkom tržištu. U sljedećim potpoglavljima prikazat će se ta ponuda.

4.1.1. Istarska kuhinja i vina

Istarska gastronomija kombinacija je povijesnih, zemljopisnih i klimatskih karakteristika poluotoka te raznih tradicija i pučke kuhinje, koja se bazira na samoniklom bilju, aromatičnim začinima, sezonskom povrću, plodovima mora i maslinovom ulju. Osnovne značajke istarske gastronomije bile bi: prevladavanje kuhanih nad pečenim jelima, dosta začina, puno samoniklog bilja, dosta ribe, vinski ocat i maslinovo ulje, dok je vino važan sastojak u kuhanju.⁴⁹ Gastronomija u Istri se razvija na temeljima duge tradicije, dok je danas osuvremenjena novim recepturama i maštovitim kombinacijama u kojima je zastupljena i mediteranska i srednjoeuropska kuhinja.⁵⁰

Istarska kuhinja nastala je pod utjecajem nekoliko kultura koje su joj dale poseban pečat koji je karakterističan samo za ovu regiju. U specijalitetima istarske, a i kvarnerske kuhinje možemo vidjeti utjecaje romanskih naroda, njemačke kuhinje i slavenskih predaka iz srednje Europe koji su prilikom dolaska u ove krajeve u 7. stoljeću sa sobom ponijeli u nasljeđe i kulinarske recepte koji su danas postali poseban oblik duhovne baštine.⁵¹

Tradicionalne namirnice koje nalazimo na tlu Istre su: šparoge, istarski pršut, domaći ovčji i kozji sir, domaća tjestenina, domaći med, povrće uzgojeno u vlastitom vrtu, tartufi, šparoge, rakovice iz pulskog akvatorija, samoniklo bilje i začini (majčina dušica, ružmarin, kadulja) i cijenjeno djevičansko maslinovo ulje.⁵² Hladna predjela koja se posebno izdvajaju su riblje paštete, slane srdele, istarski pršut, sir od tartufa,

⁴⁸ Ibid. str.103

⁴⁹ Turistička zajednica Istarske županije: *Istra gourmet 2019-2020.*, <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure>, 2019., str. 9 (18.4.2020.)

⁵⁰ Hrvatska turistička zajednica: *Hrvatska enogastronomija – puna okusa:* https://htz.hr/sites/default/files/2018-02/Enogastro%20bro%C5%A1ura_HR_2017-18.pdf, 18.4.2020., 2017., str. 18

⁵¹ Njavro, M.: *Hrvatska gastronomija*, Turistička naklada d.o.o., Zagreb, 2016., str.9

⁵² Ibid. str. 18-19

te namaz od bakalara. Od toplih predjela vrijedi probati razne vrste rižota i tjestenina s plodovima mora, maneštru, jotu ili različite fritaje. Hladna i topla predjela nadopunjavaju i glavna jela, kao što su svježna morska riba, janjetina ispod peke, dimljeni ombolo, kobasice s kiselim kupusom, fuži, pljukanci, posutice, njoki s gulašom od divljači, maneštra od bobiči, brudet od škarpine, pašta-fažol te palenta s pužima. Deserti koje nude Istrijani su slastice od kestena, fritule, kroštule (slika 4), pinca i kolačići od grožđa.⁵³



Slika 4: Kroštule

(Izvor: Kroštule, <https://croatia.hr/hr-HR/dozivljaji/gastronomija-i-enologija/istra/kroštule>)

Posebno mjesto u istarskoj kuhinji zauzima tartuf. Tartuf je jako cijenjena i skupa gljiva koja raste samo u plodnom istarskom tlu u Motovunskoj šumi, u šumama Buzeštine, Labinštine, i području oko Raše. Pomalo je čudnog izgleda i neugodnog mirisa, no vrhunska je delicija te ima afrodizijačke moći. Rijedak je i teško ga je pronaći pa se za traženje tartufa koriste psi. Postoje dvije vrste tartufa ljetni crni (slika 5) i jesenski bijeli, kojima cijena za kilogram doseže i 25 000 kn. Tartufima su u Istri posvećeni i posebni gastro dani *Natura tartufi*.⁵⁴

⁵³ Ibid. str. 9-23

⁵⁴ Ibid. str. 10



Slika 5: Crni tartuf
(Izvor: Njegovo veličanstvo Tartuf od Istre,
<https://www.istra.hr/hr/gourmet/tartuf/1565>)

Dio teksta o vinima u Istri najbolje je započeti „istarskom supom“. Istra do nedavno nije bila prepoznatljiva vinska regija, no imala je prepoznatljiv tradicijski specijalitet „istarsku supu“. Istarska supa priprema se od davnina, najčešće zimi na otvorenim ognjištima koja su se nekad nalazila u sastavu svake kuće. Ovaj energetski napitak priprema se na način da se u bukaletu (glineni ćup iz kojeg se u Istri od davnina pije vino) stavi malo šećera, papra i maslinovog ulja te se u tu smjesu ulije zagrijano vino i pomiješa. Domaći kruh pečen na gradelama (roštilju) se do pola umoči u tu smjesu i tako se servira. Ovaj napitak je u povijesti hranio istarskog seljaka i težaka, davao se bolesnicima da se brže i bolje oporave, a danas je neizostavan dio zimskih okupljanja u istarskim konobama.⁵⁵

Istra je najzapadnija vinogradarska pod regija u Hrvatskoj. Ima izvrstan zemljopisni položaj, okružena je morem, ima blagu mediteransku klimu te se također nalazi raskrižju različitih kultura. Zbog svih tih prednosti Istra je danas jedno od najvažnijih hrvatskih vinskih područja, a vino tog područja nije samo važan poljoprivredni proizvod, nego i važan čimbenik ukupne turističke ponude. Prije navedena raznolikost prirodno-geografskih uvjeta dovodi do velikoga broja vinskih sorata koje se u Istri uspješno uzgajaju. Specifična klima Istre vrlo povoljno utječe na

⁵⁵ Istrapedia, <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/1596/istarska-supa> (1.9.2020.)

svojstva vina, pa su obično puna, srednje jaka, ali aromatična i uravnotežena. Istra je specifična hrvatska vinska podregija, jer nalazimo podjednako kontinentalne i mediteranske vinske sorte. Vodeća vinska sorta u Istri je dominantna bijela sorta - malvazija istarska. Chardonnay, pinot bijeli i pinot sivi su također dobro poznate sorte koje u Istri daju odlične rezultate. Posebno mjesto među vinima ima sorta muškati bijeli, koja se ovdje najčešće nalazi pod imenom muškati momjanski, po mjestu Momjanu u kojem se već tradicionalno uzgaja. Vodeća crna sorta u Istri je Cabernet, a od ostalih sorti se u Istri uzgajaju i: sauvignon, cabernet franc, pinot crni, teran, merlot i borgonja.⁵⁶

Dobri se restorani mogu pronaći diljem istarske rivijere, a mnogi od njih su zadržali romantičan ugođaj te se nadmeću se u kvaliteti i raznovrsnosti ponude. Neki od najpoznatijih restorana u Istri su: Monte u Rovinju (Michelinova zvjezdica); Badi u Umagu, Damir & Ornella, Novigrad; Konoba Buščina, Umag; Konoba Morgan, Brtonigla; La Puntulina, Rovinj; Meneghetti, Bale; Sv. Nikola, Poreč; Zigante, Livade; Batelina i Banjole.⁵⁷

4.1.2. Vinske ceste

Ljepotu Istre najbolje je otkriti pustolovinom na njenim vinskim cestama. Svaki od vinara uvest će turista u svijet vina zanimljivim pričama, popraćenim degustacijom istarskih vina i gastronomskim specijalitetima koji pojačavaju čaroliju okusa u okruženju zelenih vinograda.⁵⁸ Vinske ceste Istre smatraju se prepoznatljivim turističkim proizvodom koji se stalno usavršava i upotpunjuje. Pa se tako može reći da se radi o sveobuhvatnom procesu (tradicijско, kulturološko, gospodarske i turističke naravi) i to u dinamičnom usponu, koji ima dovoljno prostora za nadogradnju. To nam potvrđuje sedam vinskih cesta na području Istarske županije – Buje – Brtonigla – Umag - Novigrad, Poreč, Vrsar - Funtana, Rovinj, Vodnjan - Pula, Labin – Rabac i

⁵⁶Hrvatska turistička zajednica: *Hrvatska enogastronomija – puna okusa*: https://htz.hr/sites/default/files/2018-02/Enogastro%20bro%C5%A1ura_HR_2017-18.pdf, 18.4.2020., 2017., str. 21-22

⁵⁷ Ibid. str. 19

⁵⁸ Histrica, <http://historica.com/hr/g/gastronomija/vino/vinske-ceste/> (18.4.2020.)

vinska cesta Središnja Istra). Za sve te vinske ceste napravljeno je 110 vinskih itinerara.⁵⁹

4.1.3. Ceste maslinova ulja

Tradicija maslinarstva Istre seže još u davna vremena kada su stari Rimljani prepoznali Istru kao plodno tlo za uzgoj mediteranskog eliksira. O tome svjedoče arheološka nalazišta smještena uz obalu, koja pokazuju kako su u Istri još tada postojali proizvodni kapaciteti. Do danas se maslinarstvo razvijalo, kako u proizvodnji tako i zaštiti autohtonih vrsta, ponudi i prezentaciji proizvoda od maslina. Istarska ulja prema svjetskim mjerilima spadaju među najkvalitetnija, a turisti ih mogu probati ako krenu putem ceste maslina s obilježenim uljarama i konobama najboljih istarskih maslinara, koji će podijeliti s njima sve tajne ovog zanata.⁶⁰

Ceste maslinovog ulja možemo smatrati jednim izrazito atraktivnim turističkim proizvodom. Pod pojmom cesta maslinova ulja podrazumijevamo jedno zaokruženo maslinarsko područje, koje u svojem sklopu ima maslinarske itinerare, odnosno punktove. Maslinari u izravnom kontaktu gostima prenose znanje i tradiciju proizvodnje kvalitetnog maslinovog ulja, koje je neizostavni dio svake gastronomske ponude. Osnovni zadatak svakog maslinarskog itinerera jest promocija maslina, proizvoda od maslina, maslinovog ulja i njegova turistička interpretacija. Ovim projektom se značajno podiže imidž Istre kao turističke regije te se omogućuje produljenje turističke sezone.⁶¹

⁵⁹ Službena stranica turističke zajednice Istarske županije, <http://istra-istria.hr/index.php?id=320> (18.4.2020.)

⁶⁰ Turistička zajednica Istarske županije: Istra gourmet 2019-2020., <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure>, 2019., str. 9 (18.4.2020.), str. 65

⁶¹ Službena stranica turističke zajednice Istarske županije, www.istra-istria.hr/index.php?id=317 (18.4.2020.)

4.1.4. Eno-gastronomske manifestacije u Istri

Istra ima bogatu ponudu zanimljivih eno-gastronomskih festivala, manifestacija i fešti koje su posebno popularne tijekom ljetne sezone kada se u svakom manjem mjestu organizira poneki gastro festival, koji već postaje i tradicija. U nastavku će biti nabrojene neke poznate eno-gastronomske manifestacije u Istri.

- Ribarska fešta u Funtani
- Vrsar Porto Fest
- Aminess Wine&Gourmet Nights
- Fešta od puži, Galižana
- Dani švoja
- Natura tartufi
- Dani jadranskih lignji
- Dani istarskih šparuga (slika 6)
- ISAP – Internacionalni sajam pršuta u Tinjanu
- Hook and cook
- Fešte mladog maslinovog ulja
- Festival Istarske malvazije
- Praznik grožđa
- Vinistra
- Dani momjanskog muškata i tartufa
- Fažanska škola soljenja sardela
- Dani tartufa⁶²

⁶² Ibid.



Slika 6: Dani istarskih šparuga
(Izvor: Dani istarskih šparuga,
<https://www.coloursofistria.com/hr/dogadjanja/gastronomija/dani-istarskih-sparoga>)

Također svako mjesto u Istri ima svoju feštu koja je najčešće vezana uz proslavu sveca zaštitnika tog mjesta ili specifičnu hranu. U novije vrijeme je Istra preplavljena takvim tematski organiziranim feštama s tradicionalnom gastronomskom ponudom, koje su posebno zanimljive turistima. Neke od takvih fešta koje se održavaju u Istri su: Fužijada, fešta od tartufa, fešta od palente, fešta od puževa i fešta od sardela.⁶³

Još jedan vrlo atraktivan događaj u Istri je pješačka avantura po vinskim cestama i vinogradima u sjeverozapadnoj Istri - Istria wine&walk. Istria wine&walk podrazumijeva 11 kilometara dugu šetnju po istarskim vinogradima. Na startu u Bujama se dobije čaša za degustaciju i mapa staze, a na svaka 2 km staze, goste dočekuju istarski vinari, animatori i drugi proizvođači s lokalnim poslasticama i vinima za degustaciju.⁶⁴

⁶³ Službena stranica turističke zajednice Istarske županije, <https://www.istra.hr/hr/kalendar> (18.4.2020.)

⁶⁴ Hrvatska turistička zajednica, <https://croatia.hr/hr-HR/Aktivnosti-i-atrakcije/Dogadjanja/NewEvents/istria-wine-walk> (18.4.2020.)

4.2. Mogućnosti unapređenja i mjere za budući razvoj

Prioritetne aktivnosti razvoja eno-gastronomskog turizma koje su definirane Strategijom razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, a koje se trebaju primijeniti i na Istarsku županiju su:

- Poticanje izvrsnosti u gastronomiji (npr. uspostava Akademije hrvatske kuhinje) i uvrštavanje hrvatske eno i gastro ponude u svjetske gourmet vodiče;
- Brendiranje nacionalne i regionalnih gastro ponuda;
- Povezivanje lokalnih proizvođača poljoprivrednih proizvoda s ugostiteljima;
- Uspostava savjetodavne službe za ambijentalno uređenje objekata na regionalnoj razini;
- Poticanje razvoja eno-gastronomskih tematskih cesta i putova (ceste maslinova ulja, vinske ceste, ceste sira), uključujući i kriterije i sustav upravljanja⁶⁵

Master planom razvoja turizma Istarske županije do 2025. godine planira se povećati udio vina i gastronomije kao primarnih motiva u ukupnom turističkom prometu s postojećih 1% na 4% do 2025. godine te se ovim planom planiraju brojne mjere i strategije kojima će se nastojati unaprijediti i podići na višu razinu eno-gastronomski ponuda Istre.

Prema Master planu razvoja turizma Istarske županije do 2025. godine planira, mjerom Istra bike experience, tematizacija biciklističkih ruta u gastro rute, vinske rute ili rute maslinova ulja, te se planira privući nove turiste novom touring infrastrukturom koja će podrazumijevati paket aranžmana koji će predstavljati kombinaciju kulture, gastronomije i Mediterana. Planira se formiranje nekoliko individualnih interpretacijskih centara za posjetitelje vezanih uz vino i gastronomiju, kao što su interpretacijski centar Istarski tartuf, prekogranični centar vezan uz vino teran i uspostava jedinstvenog izložbeno-prodajno-interpretacijskog centra istarske ruralne proizvodnje koji će biti centralno mjesto prezentacije i komercijalizacije cjelokupne ruralno-poljoprivredne proizvodnje privatnog sektora. Također se planira uspostava turističko-ugostiteljskog centra kompetencija Pula, čiji cilj je povećanje konkurentnosti hrvatskog turizma kroz

⁶⁵Vlada Republike Hrvatske: Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, 2013., str. 43-44 (18.4.2020.)

unapređenje obrazovne infrastrukture i programa obrazovanja u turizmu i ugostiteljstvu.

Planom se planira i rekonstrukcija zgrade Mlina i zgrade uljare Sant Lorenzo u Vodnjanu u gastro centar i suvremeni muzej maslinarstva. Cilj ovog projekta je stvoriti muzej maslinarstva u kojem će gosti moći okusiti maslinovo ulje i autohtona jela iz područja Vodnjana. U općini Tar se planira uspostaviti Eko muzej maslinovog ulja u obliku Kuće maslinovog ulja s rutom maslina i parkom maslina. Ovim projektom se želi stvoriti nova, prepoznatljiva i inovativna destinacija povezivanjem i valorizacijom postojećih elemenata te s ciljem povećanje broja noćenja, stvaranja novih turističkih proizvoda, unapređenja gospodarstva i valorizacije tradicije. U Buzetu se planira izgradnja Kuće tartufa. To je projekt kojim se planira stalnim postavom, aktivnostima i sadržajima valorizacija ove gastronomske delicije. Planira se povezivanjem s lokalnim stanovništvom i njihovom materijalnom i nematerijalnom baštinom kreiranje prepoznatljivog brenda - "Buzet grad tartufa" i jačanje time prepoznatljivosti Istre kao jedinstvene destinacije kulturnog i gastro turizma. Kuća će predstavljati središte priče o tartufima, a svoje ishodište ima u prirodnim, povijesnim, kulturnim i turističkim resursima koji će stvoriti suvremenu interpretaciju baštine i komparativnu prednost Buzeta, a i Istre pred ostalim destinacijama. Izgradnja ove kuće poticati će zaštitu prirodnih resursa, uzgoj te daljnju valorizaciju.⁶⁶

Iz ovog poglavlja vidljivo je kako Istarska županija priprema brojne nove mjere i projekte kojima nastoji valorizirati i podići na višu razinu svoju eno-gastronomsku ponudu te time privući sve veći broj turista. Potrebno je i dalje nastaviti inovirati eno-gastronomsku ponudu Istre i unaprjeđivati znanja vezana uz destinacijski menadžment, jer se eno-gastronomija smatra jednim od temeljnih smjerova razvoja turizma Istre koji direktno utječe na produljenje turističke sezone.

⁶⁶ Turistička zajednica Istarske županije: *Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025.*, file:///C:/Users/Korisnik/AppData/Local/Temp/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_2015-2025.pdf, 2015. (18.4.2020.)

5. STUDIJA SLUČAJA – PULA I MALI LOŠINJ

U ovome poglavlju usporedit će se eno-gastronomska ponuda Pule i Malog Lošinja. Lošinj, koji slovi kao Otok vitalnosti, bit će analiziran kao primjer dobre prakse i za Pulu, čija eno-gastronomska ponuda još uvijek nije dovoljno razvijena. Na kraju poglavlja će se na temelju istraživanja i analize ponude ova dva grada dati moguća rješenja za unapređenje eno-gastronomske ponude u Puli.

5.1. Mali Lošinj

Mali Lošinj dio je lošinjske otočne skupine, koju čine otoci Lošinj, Cres, Unije, Ilovik, Vele i Male Srakane i Susak te koja se proteže od sjeverozapada prema jugoistoku u dužini od 99 kilometara. Grad Mali Lošinj administrativno je središte zapadnog djela Kvarnera i najveće naselje na otoku Lošinju.⁶⁷ 2019. godine je otok Mali Lošinj ostvario 1 969 220 noćenja, od čega su 213 898 noćenja ostvarili domaći, a 1 755 322 strani turisti. Lošinj je uz grad Zagreb, Crikvenicu, Zadar i Vodice bio destinacija u kojoj je ostvaren najveći broj noćenja domaćih turista, što je ukupno 19,2% od ukupnog broja ostvarenih noćenja domaćih turista u Hrvatskoj.⁶⁸

Cresko-lošinjsko otočje spominje se još u antičko doba pod nazivom Apsyrtides, dok su počeci turizma na otoku Lošinju vezani uz zdravstveni turizam i 1885. godinu kada je na otoku registriran prvi turist. Prvi hotel na otoku, *Vindobona*, sagrađen je 1887. godine, a zbog izuzetno povoljne klime Lošinj je 1892. godine proglašen klimatskim lječilištem te je postao omiljeno odredište Austro-ugarske aristokracije.⁶⁹

Zbog blage klime, tradicije zdravstvenog turizma dulje od 125 godina, 1018 biljnih vrsta od kojih 939 pripada autohtonoj flori, više od 200 sunčanih sati godišnje, te 250 kulturno zabavnih manifestacija tijekom cijele godine, Lošinj je danas na turističkom tržištu pozicioniran kao moderna destinacija.⁷⁰ Kako bi se gostima osigurao kvalitetan boravak Turistička zajednica Grada Malog Lošinja svojim kvalitetnim

⁶⁷ Grad Mali Lošinj, <https://www.mali-losinj.hr/o-otoku-losinju/mali-losinj-kao-administrativno-srediste/>, (1.9.2020.)

⁶⁸ Dolasci i noćenja u 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm (1.9.2020.)

⁶⁹ Grad Lošinj, <https://www.mali-losinj.hr/o-otoku-losinju/povijest-losinja/> (1.9.2020.)

⁷⁰ Turistička zajednica Malog Lošinja, <https://www.visitlosinj.hr/hr/losinjski-arhipelag.aspx> (1.9.2020.)

destinacijskim menadžmentom uspjela iskoristiti bogatu prirodnu i kulturnu tradicijsku baštinu, te razviti brend – Lošinj otok vitalnosti.

IQM Destination Lošinj

U skladu s brendom Lošinj otok vitalnosti osmišljeni su brojni projekti kao što je projekt integriranog upravljanja kvalitetom IQM Destination Lošinj. Ovim projektom povezani su svi subjekti u destinaciji koji gostima pružaju najbolju uslugu, preporučuju se najkvalitetniji sadržaji i partneri koji jamče kvalitetu. Svi sudionici ovog projekta da bi bili u skladu s kvalitetnim razvojem, ispunili očekivanja partnera i gostiju te se povezali s partnerima turističke ponude u destinaciji moraju ispuniti određene uvjete za svaku grupu subjekata: hoteli, restorani (slika 7), privatni smještaj, turističke agencije, kampovi, prodavaonice, suvenirnice i wellness sadržaji. Cilj ovog projekta je povećanje razine kvalitete usluga i proizvoda u gradu kroz standarde koje subjekti moraju ispuniti ako žele biti prepoznati kao subjekti koji jamče kvalitetu.⁷¹



Slika 7: IQM Destination Lošinj
(Izvor: <https://www.visitlošinj.hr/hr/o-projektu.aspx>)

⁷¹Turistička zajednica grada Malog Lošinja, <https://www.visitlošinj.hr/hr/o-projektu.aspx> (1.9.2020.)

Neki od restorana s IQM certifikatom na otoku Lošinju su: *Alfred Keller* (vodič za restorane Gault & Millau ga 2018. godine ocijenio s 15 bodova i 3 kuharske kapice), *Artatore*, *Baracuda*, *Bocca Vera*, *Borik Mediterranean Bar*, *Bruschetta*, *Cigale*, *Deveron Gastro Pub*, *Diana*, *Eki*, *Lanterna*, *Manora* i restoran *Marina*.

Apoksiomenova antička kuhinja

Od posebnog kulturno-povijesnog značaja za Lošinjsko otočje je otkriće skulpture grčkog atleta Apoksiomena iz 2.-1. st. pr. Kr. 1996. godine. Potaknuta ovim otkrićem, turistička zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s Gradom Malim Lošinjem, poznatim lošinjskim kuharom Andrijom Nikolićem, povjesničarima i poznavateljima otoka, istražila je utjecaj antike u gastronomiji te uvela antičku vrstu prehrane u restorane i uspješno brendirala Mali Lošinj kao otok s Apoksiomenovom antičkom kuhinjom.

Iz tog razloga se u restoranima diljem Malog Lošinja nude jednostavna i skromna jela, temeljena na žitu, maslinama, vinu, ribi i morskim plodovima. Tradicionalni doručak u Apoksiomenovom razdoblju sastojao se od ječmene pogače, datulja, smokvi, vina ili se jednostavno jeo kruh namočen u razvodnjenom vinu. Za ručak se jela ječmena juha ili ječmeni kruh i kuhano povrće, dok je večera bila obilna i sastojala se od kobasica, riba, sireva, kruha, meda i oraha. Za posebne prigode, kao što su vjenčanja, rođenje djeteta ili pobjeda na natjecanju, pripremalo se meso ovna, vola, koze, peradi, drozdova, prepelica, zečeva i drugih vrsta divljači. Omiljeno voće bile su smokve, jabuke, grožđe, kruške, datulje i kupine, a za zaslađivanje se koristio med. Ovakva kuhinja zasnovana je na poznatoj antičkoj uzrečici „Métron áriston!“ (Sve dobre stvari, umjereno!). Ta umjerenost u antici nije se očitovala samo u količini hrane koja se nudila, već i u načinu konzumacije i odnosu prema hrani.⁷²

Restorani u kojima se nudi Apoksiomenova antička kuhinja su: *Baracuda*, *Bocca Vera*, *Bora bar*, *Deveron gastro pub*, *Diana*, *Manora*, *Punta*, *Silvana*, *Televrin*, *Veli žal*,

⁷² Turistička zajednica Malog Lošinja, <https://www.visitlosinj.hr/hr/apoksiomenova-anticka-kuhinja.aspx> (1.9.2020.)

te *Za Kantuni*.⁷³ Manifestacije koje su vezane uz lošinjsku i Apoksiomenovu antičku kuhinju su Fešta lošinjske kuhinje, te Apoksiomen na otoku vitalnosti.⁷⁴

Apoksiomen u Augustovoj uvali – jednodnevni izlet

Također, neke agencije na Malom Lošinju nude izlete kojima se povezuje eno-gastronomska, kulturna i povijesna baština ovog grada. Ovakvim itinererom gosti na jedinstven način mogu upoznati povijest i uživati u okusima i mirisima neke destinacije.

Itinerar Apoksiomen u Augustovoj uvali uključuje posjet antičkom gradiću Osoru, razgled Malog Lošinja uz posjet Apoksiomenovom muzeju, ručak u poznatom lošinjskom restoranu koji nudi Apoksiomenovu antičku kuhinju, posjet dvorcu iz 19. stoljeća koji je danas preuređen u hotel (Villa Elizabeth) u kojem će se održati edukativna prezentacija o gastronomiji, maslinovom ulju, medu, glazbi, zdravlju i ljepoti u antici uz degustaciju čajeva i vina iz doba Apoksiomena. Povratak kući je predviđen u večernjim satima.⁷⁵

5.2. Pula

Pula je luka i najveći grad istarskog poluotoka koji se smjestio u Pulskom zaljevu na jugozapadnoj obali Istre. Sjedište je upravnih tijela grada i Istarske županije. U 2019. godine je Pula ostvarila ukupno 2 067 041 noćenja, od čega su 124 563 noćenja ostvarili domaći, a 1 942 478 strani turisti.⁷⁶

Prvo naselje na području Pule nalazilo se u 1. st. pr. Kr. na brežuljku uz obalu, ponad izvora pitke vode (danas izvor Karolina). Nastanak Pule veže uz mitološku priču o Argonautima, koji su sklonivši se od progona Kolhiđana, sagradili grad i nazvali ga Polai. Oko 46. godine pr.Kr. su Rimljani podigli grad kao koloniju rimskih građana

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Cappeli turistička agencija, <https://cappelli-tourist.hr/hr/novosti/apoksiomen-u-augustovoj-uvali-jednodnevni-izlet> (1.9.2020.)

⁷⁶ Dolasci i noćenja turista u 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm, (1.9.2020.)

(Pietas Julia), dok je u Augustovo doba Pula dobila urbanistički lik, središte grada Forum te amfiteatar i rimsko kazalište.⁷⁷

Zbog dobrog geografskog položaja, prometne povezanosti, blage mediteranske klime, očuvanog prirodnog okoliša, čistog mora i bogate kulturno-povijesne baštine Pula je danas grad koji živi uglavnom od turizma. Turistička ponuda je raznovrsna i pruža niz mogućnosti za kvalitetan odmor. Uglavnom uz samu obalu, te u središtu grada smješten je velik broj hotela, apartmanskih naselja, kampova, dječjih i ferijalnih ljetovališta, te nekoliko nautičkih marina. Također se na nekoliko kilometara udaljenosti nalazi jedan od najpoznatijih nacionalnih parkova u Hrvatskoj, Otočje Brijuni.⁷⁸

Što se tiče eno-gastronomske ponude Pule, na stranicama Turističke zajednice se navodi kako pulski restorani nude pregršt izvrsnih delicija. Navodi se kako u Puli, kao i u većini istarskih mjesta svakako treba kušati riblje specijalitete, školjke, izvrsne brudete i crni rižoto od sipe. Navodi se kako kao predjelo pulski restorani nude istarski pršut, takozvane fritaje ili omlete koje spravljaju na različite načine (s divljim šparogama, samoniklim biljem, mladim lukom) te kako će restorani svoje goste ponuditi tradicionalnom gustom juhom - maneštrom, fužima, njokima, raviolima i pasuticama, jelima od tartufa i tradicionalnim slasticama kao što su kroštule, fritule i cukerančići.⁷⁹

Od ugostiteljskih objekata gosti u Puli mogu posjetiti konobe (*Taj konoba, Konoba Essenza, Konoba Batelina, konoba Boccaporta*), pivnicu Bulevar, restorane i pizzerie (*Epulon wine&Food, Backyard Restaurant, Restaurant&Pizzeria Papillon, Piazza Nove, Ribarska koliba, QTime, restoran Forum, Mozart, Alighieri, Admiral, Pompei, Marco Polo, Tivoli, Barkun*), vinarije i Wine barove kao što su *Tappo Wine bar, Enoteca Istriana, Boca Bar Pula, Vinarija Benazić*, brojne caffè barove te objekte koji nude brzu hranu.⁸⁰

Eno-gastronomske manifestacije i događanja koja se odvijaju na području Pule su: *Degustacija vina i proizvoda Zigante, Mirisi i okusi Istre, Degustacija vina*

⁷⁷Istrapedia, <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/811/pula> (1.9.2020.)

⁷⁸ Grad Pula, <https://www.pula.hr/hr/opci-podaci/opci-podaci/turizam/> (1.9.2020.)

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

*Matošević, Uskrs u Puli, Degustacija vina Krauthaker, Brodet cup, Summer wine festival i Histria – izložba hrane i pića.*⁸¹

5.3. Zaključak studije slučaja i moguća rješenja

Pula je turistički grad koji nudi mnoge vrste ugostiteljskih objekata u kojima turisti mogu nešto pojesti i popiti. No, velika većina tih objekata nudi brzu hranu, pizze, roštilj te ostala jela koja se mogu naručiti diljem Hrvatske, a i Europe. U Puli postoji samo nekoliko objekata u kojima turisti mogu kušati tradicionalne istarske specijalitete, to su: *Piazza Nove, konoba Boccaporta, restoran Farabuto, Epulon Wine&Food, te konoba Kažun*. Također u Puli se odvija vrlo malo eno-gastronomskih manifestacija koje bi poticale i promovirale istarska vina i tradicionalnu kuhinju.

Turistička zajednica Grada Malog Lošinja svojim je kvalitetnim destinacijskim menadžmentom uspjela iskoristiti bogatu prirodnu i kulturnu tradicijsku baštinu, te razviti prepoznatljiv brend – Lošinj otok vitalnosti. Eno-gastronomska ponuda Malog Lošinja temelji se na izrazitoj kvaliteti i svi segmenti uključeni u tu ponudu brinu da ponude najbolje što mogu te potiču izvrsnost u gastronomiji. Eno-gastronomska ponuda malog Lošinja temelji se na priči o Apoksiomenovoj antičkoj kuhinji koja se nudi u brojnim restoranima diljem otoka, održavaju se i manifestacije, te itinereri koji uključuju gastronomiju i povijesnu baštinu. Time možemo zaključiti kako je Mali Lošinj uspješno putem brenda Otok vitalnosti i IQM standarda povezoao ugostitelje, lokalne proizvođače i ostale segmente turističke ponude na otoku. Također je putem kombinacije bogate povijesne baštine i autohtone hrane napravio jedinstvene paket aranžmane koji privlače brojne turiste.

Po uzoru na Mali Lošinj Pula bi mogla uspješno razvijati eno-gastronomski turizam kroz storytelling i tematske restorane te povezati vino i gastronomiju s antičkim razdobljem, ali i ostalim ključnim povijesnim razdobljima, događajima i ličnostima koji su dio identiteta grada. Rimljani su nadaleko poznati gurmani koji su uživali u hrani te su svojim jelima posvećivali veliku pažnju. Organizacija tematske večere s Rimljanima na kojima se jede rimska hrana i pije vino u posebno tematski uređenom restoranu bio bi jedinstven događaj za posjetitelje. Također bi se mogli organizirati paket aranžmani

⁸¹ Grad Pula: *Strategija razvoja turizma grada Pule 2016.-2020.*, http://old.pula.hr/fileadmin/sadrzaji/dokumenti/2013-2017._GV/20.gv-tematska_22.12.2015/01._Strategija_razvoja_turizma_grada_Pule.pdf, 2015., str. 68-76, (1.9.2020.)

i jednodnevni izleti koji bi uključivali posjet kulturno-povijesnim spomenicima Pule uz degustaciju autohtonih istarskih jela u nekoj od konoba. Jedinstven događaj za turiste bio bi ribolov u ranim jutarnjim satima s pulskim ribarima, gdje bi turisti ulovili svježu ribu ili neku drugu morsku hranu te ju kasnije spremali na tradicionalan način. Puli također nedostaju eno-gastronomske manifestacije tijekom cijele godine koje bi promovirale tradicionalne istarske specijalitete i vina karakteristična za ovu regiju. Razvojem nekih od ovih mjera Pula bi mogla produljiti svoju turističku sezonu i brendirati se u jedinstvenu destinaciju eno-gastronomskog turizma.

6. SWOT ANALIZA ENO-GASTRONOMSKOG TURIZMA ISTRI

Rezultati provedenog istraživanja, s pregledom aktualne situacije u području razvoja eno-gastronomskog turizma u Istri, bit će prikazani u SWOT analizi (tablica 1) u nastavku teksta.

SWOT analiza sumira sve vanjske i unutarnje čimbenike organizacije ili promatranog područja koji su važni za njegovo poslovanje i budućnost, ti čimbenici se nazivaju još i strateški čimbenici. Ova analiza se najčešće koristi u strategijskom planiranju, za procjenu konkurencije, u marketingu, prilikom razvoja proizvoda i kod izvještavanja o poslovanju neke organizacije.⁸²

Tablica 1: SWOT analiza eno-gastronomskog turizma u Istarskoj županiji

Snage	Slabosti
Blizina emitivnih tržišta	Neiskorištenost resursa
Dobra prometna povezanost	Još uvijek neprepoznatljiv brand eno-gastronomskog turizma
Očuvana tradicijska osnova	Nedovoljna realizacija strategije razvoja eno-gastronomskog turizma
Gostoljubivost domicilnog stanovništva	Slaba umreženost pružatelja turističkih usluga
Autentična gastronomska ponuda	Nedovoljna promocija
Prepoznata vrijednost lokalne kulturne baštine	Needucirani proizvođači
Osobna sigurnost	
Kvaliteta	
Prilike	Prijetnje
Razvoj turizma izvan glavne turističke sezone	Sezonalnost
Ponuda svježih i autohtonih proizvoda	Razvoj međunarodne konkurencije
Povezivanje eno-gastronomskog turizma s ostalim aktivnostima u okruženju	Nedovoljna promocija
Organiziranje paket proizvoda	Gubitak tradicionalnih proizvođača
Partnerstvo između pružatelja usluga vezanih uz eno-gastronomski turizam	Prenošenje negativnih iskustava

⁸² Golja, T.: Menadžment u kulturi i turizmu, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., str. 135

Rad u skladu s održivim razvojem	Politička i zdravstven nestabilnost regije
Bolja promocija Istre kao eno-gastro destinacije na emitivnim tržištima	Nemogućnost prilagodbe brzim promjenama na turističkom tržištu
Bolja promocija autohtonih jela i vina	

Izvor: samostalan rad autora

Analizom snaga, slabosti, prilika i prijetnja prikazan je eno-gastronomski turizam u Istri. Uz pomoć provedene SWOT analize uvidjeli smo kod kojih je stavaka eno-gastronomski turizam Istarske županije na dobrom putu, a za koje je potrebno još dodatno ulaganje kako bi navedeni oblik turizma postao prepoznatljiv u svijetu i time ostvario sve više prihoda.

Provedeno istraživanje pokazalo je da su ključne prednosti za razvoj eno-gastronomskog turizma u Istarskoj županiji blizina emitivnih tržišta, dobra prometna povezanost cestama i zrakoplovnim linijama s ostalim gradovima u Hrvatskoj, a i Europi, očuvana tradicijska osnova, gostoljubivost domicilnog stanovništva, autentična eno i gastro ponuda temeljena na lokalno proizvedenim namirnicama vrhunske kvalitete, prepoznata vrijednost lokalne kulturne baštine od strane lokalnog stanovništva i turističkih radnika, osobna sigurnost posjetitelja i kvaliteta turističke ponude.

Kao glavne slabosti možemo navesti neiskorištenost vrijednih postojećih resursa, još uvijek nedovoljno prepoznatljiv brand eno-gastronomskog turizma, nedovoljna realizacija strategije razvoja eno-gastronomskog turizma, slaba umreženost pružatelja turističkih usluga (restorani, vinarije, vinske ceste, hoteli), slaba i nedovoljna promocija i educiranost lokalnih proizvođača.

Prilike za razvoj eno-gastronomskog turizma u Istri proizlaze iz razvoja turizma izvan glavne turističke sezone, ponude svježih i autohtonih proizvoda povezivanjem lokalnih proizvođača s turističkim subjektima, povezivanja eno-gastronomskog turizma s ostalim aktivnostima u okruženju (vožnja biciklom, razgled kulturno-povijesnih spomenika), organiziranja paket proizvoda koji će uključivati eno-gastronomske usluge, usluge smještaja i prijevoza, partnerstva između pružatelja usluga vezanih uz eno-gastronomski turizam, rada u skladu s održivim razvojem, bolje promocije Istre

kao eno i gastro destinacije na emitivnim tržištima i bolje promocije autohtonih jela i vina.

Prijetnje, odnosno opasnosti, očituju se kroz visoku sezonalnost, razvoj međunarodne konkurencije, nedovoljnu promociju na emitivnim turističkim tržištima, gubitak tradicionalnih proizvođača zbog masovne industrijske proizvodnje, prenošenje negativnih iskustava posjetitelja, političku i zdravstvenu nestabilnost regije te nemogućnost prilagodbe brzim promjenama na turističkom tržištu.

ZAKLJUČAK

Turizam se danas smatra najrazvijenijom i najbrže rastućom gospodarskom granom, koja povezuje različite zemlje i narode te omogućuje turističkim destinacijama povoljno pozicioniranje na turističkom tržištu. No, u posljednjih nekoliko desetljeća turizam je prerastao u masovnu pojavu koja uzrokuje probleme održivosti i gubitka autentičnosti destinacije. Kako bi se riješio taj problem nastaju posebni oblici turizma, kao alternativa masovnosti i masovnom turizmu, koji su orijentirani na održivi razvoj. Jedan od tih posebnih oblika turizma je i eno-gastronomski turizam. Eno-gastronomski turizam je posebni oblik turizma koji podrazumijeva kombinaciju vinskog i gastronomskog turizma. To je vrsta putovanja motivirana upoznavanjem i uživanjem u gastronomiji i vinima destinacije u koju turisti putuju. Takav oblik turizma uključuje različite aktivnosti kao što su: uživanje u hrani i vinima, posjet i sudjelovanje na eno-gastronomskim manifestacijama i događajima, posjet vinskim cestama ili drugim znamenitostima vezanim za vino i gastronomiju.

Provedeno istraživanje potvrdilo je hipotezu ovog završnog rada: eno-gastronomski turizam u Istarskoj županiji ima velik potencijal da postane prepoznatljiv brend ove destinacije, što je vidljivo u četvrtom poglavlju u kojem je prikazana trenutačna ponuda ovog oblika turizma i mogućnosti za njegov daljnji razvoj i napredak. Eno-gastronomski turizam je u Hrvatskoj, a posebice Istri sve veći potencijal te je kao takav, kroz razne turističke manifestacije, eno-gastronomske znamenitosti i autohtonu hranu i vino, posljednjih godina hrvatsku i istarsku turističku ponudu podigao na višu razinu. Istra je u tom segmentu ponude na pravom putu, a to dokazuju brojni novi gosti, a i oni stari koji se redovito vraćaju u turističku destinaciju i njihovo zadovoljstvo eno-gastronomskim izazovima i ponudom koju pronalaze tijekom boravka u Istri. Pritom je korisno slijediti i europska, ali i regionalna iskustva dobre prakse.

Iako eno-gastronomski turizam u Istri, ali i u ostalim regijama Hrvatske bilježi pozitivan rast, i dalje je potrebno ulagati u njega kako bi se stvorio prepoznatljiv brend u svijetu. U Istri se strategijama i planovima predviđa dugoročni i planski poticaj razvoja eno-gastronomskog turizma, kao prepoznatljivog segmenta turističke ponude.

LITERATURA

Knjige i stručni radovi

Čavlek, N., 2011.: *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb, 2011

Čorak, S. et. al., 2006.: *Hrvatski turizam – plavo, bijelo, zeleno*, Institut za turizam, Zagreb

Dujmović, M., 2014.: *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula

Drpić, K. i Vukman, M.: *GASTRONOMIJA KAO VAŽAN DIO TURISTIČKE PONUDE U HRVATSKOJ*, Praktični menadžment, Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/134952>

Geić, S., 2011.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, Split

Golja, T., 2016.: *Menadžment u kulturi i turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Krstulović, K. i Sunara, Ž.: *Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/182983>

Njavro, M., 2016.: *Hrvatska gastronomija*, Turistička naklada d.o.o., Zagreb

Pančić Kombol, T., 2000.: *Selektivni turizam: Uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, Matulji: TMCP Sagena

Pirjevec, B., Kesar, O., 2002.: *Počela turizma*, Mikrorad, Zagreb

Rabotić, B., 2013.: *Selektivni oblici turizma*, ČIGOJA ŠTAMPA, Beograd

Internet stranice

Cappeli turistička agencija, <https://cappelli-tourist.hr/hr/novosti/apoksiomen-u-augustovoj-uvali-jednodnevni-izlet> (1.9.2020.)

Dolasci i noćenja turista u 2019., https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/04-03-02_01_2019.htm (1.9.2020.)

France.fr, <http://ee.france.fr/en/gastronomy-1> (18.4.2020.)

Histrica, <http://histrica.com/hr/> (18.4.2020.)

Grad Pula, <https://www.pula.hr/hr/opci-podaci/opci-podaci/turizam/> (1.9.2020.)

Grad Pula: Strategija razvoja turizma grada Pule 2016.-2020., http://old.pula.hr/fileadmin/sadrzaji/dokumenti/2013-2017._GV/20.gv-tematska_22.12.2015/01._Strategija_razvoja_turizma_grada_Pule.pdf 2015. (1.9.2020.)

Grad Mali Lošinj, <https://www.mali-losinj.hr/o-otoku-losinju/mali-losinj-kao-administrativno-srediste/> (1.9.2020.)

Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/> (18.4.2020.)

Hrvatska turistička zajednica: *Hrvatska enogastronomija – puna okusa*: https://htz.hr/sites/default/files/201802/Enogastro%20bro%C5%A1ura_HR_2017-18.pdf (18.4.2020.)

Hrvatska turistička zajednica, <https://croatia.hr/hr-HR/> (18.4.2020.)

Istrapedia, <https://www.istrapedia.hr/hr/natuknice/811/pula> (1.9.2020.)

Italian Tourism Official Website, <http://www.italia.it/en/travel-ideas/gastronomy.html>, (18.4.2020.)

Portal za kulturni turizam, <http://www.kulturni-turizam.com/> (18.4.2020.)

Službena stranica Istarske turističke zajednice, <https://www.istra.hr/> (18.4.2020.)

Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (14.8.2020.)

Travel advisor, <https://travel-advisor.eu/karta-italije/> (18.4.2020.)

Turistička zajednica Istarske županije: Istra gourmet 2019-2020., <https://www.istra.hr/hr/informacije/brosure>, 2019., str. 9 (18.4.2020.)

Turistička zajednica Istarske županije: Master plan turizma Istarske županije 2015.-2025., file:///C:/Users/Korisnik/AppData/Local/Temp/Master_Plan_Turizma_Istarske_Zupanije_2015-2025.pdf, 2015. (18.4.2020.)

Turistička zajednica Malog Lošinja, <https://www.visitlosinj.hr/hr/apoksiomenova-anticka-kuhinja.aspx> (1.9.2020.)

UNWTO, <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (1.9.2020.)

Vinarija.com, <https://www.vinarija.com/> (18.4.2020.)

Vlada Republike Hrvatske: Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf>, 2013. (18.4.2020.)

World Tourism Organization (UNWTO): Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957>, 2019. (1.9.2020.)

SAŽETAK

Turizam je danas najrazvijenija gospodarska grana koja povezuje različite zemlje i narode. No, u posljednjih nekoliko desetljeća turizam je prerastao u masovnu pojavu koja uzrokuje probleme održivosti i gubitka autentičnosti destinacije. Kako bi se riješio taj problem nastaju posebni oblici turizma koji su orijentirani na održivi razvoj. Jedan od tih posebnih oblika je i eno-gastronomski turizam, koji je temelj ovog istraživanja. Eno-gastronomski turizam je posebni oblik turizma koji podrazumijeva kombinaciju vinskog i gastronomskog turizma. To je vrsta putovanja motivirana upoznavanjem i uživanjem u gastronomiji i vinima određene destinacije. Temeljni cilj ovog rada je istražiti i prikazati trenutačnu eno-gastronomsku ponudu Istarske županije, koja s više od 25 vinarija i vinskih cesta, brojnim kvalitetnim restoranima, eno-gastronomskim manifestacijama tokom cijele godine, autohtonim jelima i vinima može dobro konkurirati na europskom ali i svjetskom turističkom tržištu.

Prvo poglavlje ovog rada posvećeno je pojmu turizma i posebnih oblika turizma. Drugo poglavlje bavi se definicijom eno-gastronomskog turizma i obilježjima i povijesnim razvojem enofilskog i gastronomskog turizma. U trećem poglavlju su navedeni primjeri dobre prakse razvoja ovog oblika turizma u Europi te se govori o eno-gastronomskom turizmu u Hrvatskoj. U četvrtom poglavlju prikazana je trenutačna ponuda ovog oblika turizma u Istarskoj županiji te mogućnosti i mjere za njegov napredak u budućnosti. U petom poglavlju napravljena je studija slučaja u kojoj je uspoređena eno-gastronomska ponuda Pule i Malog Lošinja, dok je u posljednjem poglavlju prikazana SWOT analiza eno-gastronomske ponude u Istarskoj županiji. Na kraju je izveden zaključak i navedena literatura korištena u radu.

Ključne riječi: posebni oblici turizma, hrana, vino, gastro turizam, enofilski turizam, eno-gastronomska ponuda, istarska gastronomija

SUMMARY

Today, the industry of tourism is one of the most developing branch of economy that connects different countries and cultures. However, in the last few decades, tourism has become one massive phenomenon that causes issues of sustainability and loss of authenticity. In order to solve that problem, selective forms of tourism are created that are oriented towards sustainable development. One of these selective forms is eno-gastronomic tourism, which is the base of this research. Eno-gastronomic tourism is a selective form of tourism that involves a combination of wine and gastronomic tourism. It is a type where you are travelling motivated by getting to know and enjoying the gastronomy and wines of a particular destination. The main goal of this research is to explore and present the current eno-gastronomic offer of the Istrian County, which with more than 25 wineries and wine roads, numerous quality restaurants, eno-gastronomic events throughout the year, indigenous dishes and wines can compete well in Europe and world tourism market.

The first chapter of this research is dedicated to the concept of tourism and selective forms of tourism. The second chapter deals with the definition of eno-gastronomic tourism, and the characteristics and historical development of enophilic and gastronomic tourism. The third chapter presents examples of good practice in the development of this form of tourism in Europe and discusses eno-gastronomic tourism in Croatia. The fourth chapter presents the current offer of this form of tourism in Istria, opportunities and measures for its progress in the future. In the fifth chapter a case study comparing the eno-gastronomic offer of Pula and Mali Lošinj, while the last chapter presents a SWOT analysis of the eno-gastronomic offer in the Istria. Finally, a conclusion is drawn and the literature used in the research is cited.

Key words: selective forms of tourism, food, wine, gastro tourism, enophilic tourism, eno-gastronomic offer, Istrian gastronomy

POPIS SLIKA I TABLICA

Slike

Slika 1: Međimurska gibanica	17
Slika 2: Sir škripavac	18
Slika 3: Čobanac	19
Slika 4: Kroštule.....	24
Slika 5: Crni tartuf	25
Slika 6: Dani istarskih šparuga	29
Slika 7: IQM Destination Lošinj.....	33

Tablice

Tablica 1: SWOT analiza eno-gastronomskog turizma u Istarskoj županiji	39
--	----