

Turistička ponuda grada Kutjeva

Romić, Irena

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:137:833355>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

IRENA ROMIĆ

TURISTIČKA PONUDA GRADA KUTJEVA

Diplomski rad

Pula, 2021.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

IRENA ROMIĆ

TURISTIČKA PONUDA GRADA KUTJEVA

Diplomski rad

JMBAG:0303058723

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Kolegij: Selektivni turizam

Mentor: doc. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, srpanj 2021.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Irena Romić, kandidat za magistra poslovne ekonomije smjera Turizam i razvoj, izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojeg necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Irena Romić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Turistička ponuda grada Kutjeva“ 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 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, _____godine

Potpis

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA.....	3
2.1. Pojam i definiranje selektivnih oblika turizma	3
2.2. Karakteristike i obujam selektivnih oblika turizma.....	5
2.3. Motivacija u selektivnim oblicima turizma	7
2.4. Turistički doživljaj u selektivnim oblicima turizma	10
3. VINSKI TURIZAM	14
3.1. Vinogradarstvo i vinarstvo kao temelj razvoja vinskog turizma	14
3.2. Vinski turizam i vinski turist - teorijske odrednice	17
3.3. Pozitivni učinci vinskog turizma	24
3.4. Sadržajne odrednice turističke ponude i potražnje za vinskim turizmom	26
3.5. Vinski turizam u vrijeme pandemije COVID-19	28
4. POŽEŠKO - SLAVONSKA ŽUPANIJA - TEORIJSKE ODREDNICE.....	30
4.1. Zemljopisni položaj i smještaj.....	30
4.2. Reljef Požeško – slavonske županije	31
4.3. Klima, vode, vegetacija i zaštićena područja.....	33
4.4. Stanovništvo i kulturno – umjetnički pregled županije.....	35
4.5. SWOT analiza Požeško – slavonske županije kao turističke destinacije.....	38
5. VINSKI TURIZAM KAO POSEBAN OBLIK TURISTIČKE PONUDE GRADA KUTJEVA.....	41
5.1. Grad Kutjevo – teorijske odrednice	41
5.2. Povijesni razvoj grada Kutjeva.....	42
5.3. Fenomeni kulturne baštine grada Kutjeva	44
5.4. Fenomeni prirodne baštine	51
5.5. Vinogradarska i vinarska baština	52
5.6. Materijalna baština	53
5.7. Nematerijalna baština kutjevačkog kraja	66

5.8. Najveći proizvođači vina u Kutjevu	70
6. ZAKLJUČAK.....	79
LITERATURA.....	82
POPIS ILSUTRACIJE	86

1. UVOD

Svjetska turistička organizacija održivi razvoj postavlja kao imperativ uspješnog razvoja turizma, a upravo se selektivni oblici turizma smatraju najprihvatljivijim vidom turističkih aktivnosti. Pojam selektivni turizam, često se poistovjećuje sa pojmom održivi turizam i opisuje se kao skupina turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim glavnim turističkim motivom koji posjetitelje pokreće na putovanje u destinaciju i čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena za realizaciju doživljaja vezanih uz glavni interes određenog segmenta potražnje.

S kvalitetnim nasadima vinove loze, podrumarska i vinogradarska tradicija kutjevačkih vinogorja je duga, bogata i raznolika, baš kao i ovdašnji kulturni krajolici. Odavno je kutjevački kraj prepoznat po velikom vinskom potencijalu. Kvalitetna kutjevačka vina, pretežno od autohtone sorte graševina, njegovana su i čuvana diljem Hrvatske pa i šire. Stanovnicima grada Kutjeva vinarstvo i vinogradarstvo su najvažniji izvor prihoda i jedna od najvažnijih odrednica razvoja.

U kutjevačkom vinogorju pretežno se uzgajaju bijele vinske sorte, a na prvom mjestu je graševina. Za kutjevački kraj i njegove ljude ona je puno više od vinske sorte. Graševina je ogledalo u kojem se ogledaju kontinuitet života naraštaja, kolektivna memorija, snaga kulture i tradicije, ljepota i darežljivost prirode, iznimna kvaliteta i izvrsnost lokalnih vinara i vinogradara, ponos i ljubav prema zavičaju. Očuvanje i održivost lokalne kulture, a posebno nematerijalne baštine koja se prenosi s generacije na generaciju, moguće je dugoročno osigurati tek kroz održivi turizam. U fokusu održivog turizma su etičke i održive vrijednosti područja, krajolika, lokalne povijesti, kulturne baštine, te dobrobiti i blagostanje lokalnih ljudi.

Predmet proučavanja ovog diplomskog rada je prikazati i objasniti proces nastanka pojmova selektivni oblici turizma i enologija u kojem će se prikazati teorijske odrednice vinskog turizma na primjeru vinski turizam kao poseban oblik turističke ponude grada Kutjeva.

Glavni cilj diplomskog rada je dati teorijski i praktičan odgovor na potrebu razvoja sustavnog i strateški planiranog vinskog turizma u gradu Kutjevu. Iako se turizam vina prvenstveno temelji na ponudi vinarija i vinu kao glavnoj atrakcijskoj osnovi, povezan je i s atrakcijskim osnovama gastronomskog turizma kojega je sastavnim dijelom, kulturnog, ruralnog i eko turizma. Njegov je razvoj stoga moguć jedino u suradnji i u partnerstvu koji djeluju u različitim gospodarskim i društvenim područjima. Svrha diplomskog rada je ukazati na

važnost vinskog turizma kao podvrste selektivnog oblika turizma koji je važan za razvoj destinacije i načina na kojega ga mogu dodatno unaprijediti.

Diplomski rad se pored uvoda i zaključka sastoji od četiri dijela. U uvodnom dijelu rada je objašnjenja problematika teme i predmet proučavanja, cilj i svrha proučavanja, struktura rada, te znanstvene metode. U prvom dijelu su obrađene teorijske odrednice selektivnih oblika turizma, gdje su obuhvaćene pojmovne odrednice selektivnih oblika turizma, karakteristike i obujam selektivnih oblika turizma i motivacija, te zatim turistički doživljaj u selektivnim oblicima turizma. U drugom dijelu rada obrađene su teorijske odrednice vinskog turizma i turista, gdje su obuhvaćene pojmovne odrednice vinogradarstvo i vinarstvo kao temelj razvoja vinskog turizma, prikaz pozitivnih i negativnih učinaka vinskog turizma i na kraju sadržajne odrednice turističke ponude i potražnje za vinskim turizmom. U trećem dijelu prikazan je primjer dobre prakse vinski turizma kao poseban oblik turističke ponude grada Kutjeva. U četvrtom dijelu rada biti će iznesene završne misli autorice o obrađenoj temi koje će interpretirati doprinos ovome istraživanju.

Prilikom objašnjavanja i definiranja pojmova poput vinski turizam, vinski turist, selektivni oblici turizma i ostalih pojmova u radu, koristila se metoda analize, deskripcije, sinteze, komparativna metoda, te metode ukazivanja prednosti i nedostataka. Također, korištena je i dostupna literatura i internetski izvori.

2. SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

Pojam selektivnog turizma, pojavio se početkom 70 - ih godina 20.stoljeća kao sinonim za održivi ili odgovorni turizam. U teoriji i praksi koriste se različiti termini za ovu vrstu turizma, naprimjer: specifični oblici turizma, selektivni oblici turizma, turizam posebnih zanimanja, tematski turizam, turizam niša i alternativni turizam. Ovi navedeni pojmovi nekima i dalje služe kao generički naziv za tu vrstu turizma koji predstavljaju suprotnost masivnom turizmu. Ipak, nijedan od termina kojima se obilježavaju specifične turističke aktivnosti ne mogu biti sinonim za odgovorni turizam, etički turizam, pa ni održivi turizam, jer aktivnost turista, čak i kada su posebne ne moraju u praksi biti odgovorne ni održive. Može se zaključiti da neke već imaju masovnu pojavnu formu, kao što je slučaj sa urbanim ili kulturnim turizmom. Dok sa druge strane pojedini turistički proizvodi masovnog turizma poput krstarenja, ističu se zahvaljujući diverzifikaciji sadržaja i programa, kao i specifičnoj tržišnoj namjeni, odlike selektivnih oblika turizma (tematska, istraživačka i edukativna krstarenja).

2.1. Pojam i definiranje selektivnih oblika turizma

Definiranje pojma selektivnih oblika turizma je ozbiljan problem za sve one koji žele istraživati ovaj fenomen. U literaturi nalazimo više definicija različitih autora koji definiraju pojam selektivnog turizma, međutim nema univerzalno prihvaćene definicije koja točno pojašnjava čija je točna definicija.

Vlatko Jadrešić daje svoju definiciju selektivnog turizma, a ta definicija glasi: Selektivni turizam je „sintetički i generički pojam koji označava novu kvalitetu i obilježje suvremenog i budućeg turizma, koji se prvenstveno zasniva na serioznoj i razumnoj selekciji programa, na odgovornom i podnošljivom ponašanju svih učesnika, na ekološkom, socio - kulturološkom i ekonomskom principu uravnoteženog razvoja, na kvalitetnom nivou usluge, na izvornom identitetu i humanitetu turističke usluge, a sve to uz poželjni i zakonomjerni, kao i uravnoteženi odnos broja turista i broja lokalnih stanovnika na određenom području“ (Jadrešić, 2010:171).

Selektivni turizam, kao znanstveno stručan pojam, javlja se u hrvatskoj literaturi početkom devedesetih godina od strane nekolicine hrvatskih turističkih znanstvenika. Tom pojmu prethodili su neki slični pojmovi, a osnovni cilj je bio razvrstavanje turističkih vrsta kao suprotnost masovnom turizmu¹.

¹ Luković, T. (2008). Selektivni turizam, hir ili znanstveno-istraživačka potreba. Acta turistica nova, 2 (1), 51-74., preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/37744> , pregledano 16.04.2021.

Autori Hall i Weiler (prema Trauer, 2006) iznose mišljenje da se o turizmu posebnih zanimanja može govoriti kada su „motivacija putnika i njegov izbor primarno determiniran određenim specifičnim zanimanjima sa fokusom bilo na aktivnostima i/ili destinacijama i okolnostima“. Dok Swarbrooke i Horner (ibid.) smatraju da je *special interest tourism* motiviran željom za realizacijom postojećeg zanimanja ili razvijanjem nekog novog, u novom ili poznatom ambijentu, pri čemu razlikuju turizam posebnih zanimanja od „aktivnog turizma“, govoreći da u prvom slučaju ima malo fizičke aktivnosti. Dakle, većina autora zauzima stav da i oblici turizma koji uključuju fizičko iscrpljivanje, što je karakteristično za sportski, avanturistički ili biciklistički turizam koji predstavljaju odraz posebnog zanimanja turista.

Pod pojmom selektivnih oblika turizma podrazumijevaju se putovanja čiji je glavni razlog ili cilj ostvarenje nekog posebnog zanimanja i uživanje u njemu, a to može biti hobi, fizička aktivnost, određena tema ili vrsta destinacije, tj. atrakcije.

Selektivni turizam je odgovor na probleme koje je uzrokovao masovni turizam, takozvani „hard“ turizam. Suvremeni turizam traži odgovore u razvoju nekih alternativnih pravaca u turizmu, nazivaju se selektivni oblici turizma ili „soft“ turizam. To su putovanja koja nisu masovna, shematska i bezlična. Cilj selektivnih oblika turizma je zadovoljavanje posebnih želja i potreba suvremenog turista. Neke od definicija koje objašnjavaju selektivni turizam u literaturi govore da se selektivni turizam „može razumjeti kao generički pojam kojim se obuhvaćaju svi oblici turizma što se u novije vrijeme sve više razvijaju, te sve jasnije pokazuju obilježja po kojima se razlikuju od masovnog turizma. Selektivni turizam definira se kao organizacija različitih oblika turizma usklađenih s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućavaju gostima i gostoprimcima uživanje u pozitivnim vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva“.²

Razvoj selektivnih oblika turizma nužno se zasniva na supersegmentaciji potražnje i većoj fleksibilnosti subjekata ponude. Pružatelji usluga moraju dobro poznavati pojedine tržišne niše, kako bi identificirali potrebe i karakteristike određenih grupa potrošača i kreirali odgovarajuću ponudu sa efikasnim kanalima komunikacije i plasmana. Prilagođavanje novim zahtjevima potražnje proizlazi i fleksibilnost u pogledu svojstvene organiziranosti postupka kreiranja, ali i distribucije turističkog proizvoda.

Kod selektivnih oblika turizma realizira se zadovoljenje potreba, poticanje razvoja novih potreba i rađanje novih proizvoda. Sam strateški razvoj novih turističkih

² S. Geić, Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 223.

proizvoda kod selektivnih oblika odvija se vrlo dinamično, te se u njegovu razvoju koristi strategija diferencijacije. Ovdje su turistički proizvodi veoma kratkog vijeka, a strateška orijentacija menadžmenta turističkih proizvoda fokusira se na oblikovanje novih proizvoda, a ne na regeneraciji i oživljavanju starih.³

2.2. Karakteristike i obujam selektivnih oblika turizma

Sa povećanom brigom javnog mišljenja o zaštiti sredine u mnogim turističkim destinacijama, nekontrolirani masovni turizam gubi na svojoj privlačnosti i sve češće postaje predmet kritike. Iz ove perspektive može se zaključiti, selektivni oblici turizma vide se kao poželjan odgovor na masovni turizma, čak i kao njegova alternativa prije svega zbog ograničenog obujma i načina izvođenja takvih turističkih kretanja, ponašanja turista sa posebnim zanimanjima.

Najvažnija karakteristika selektivnih turističkih vrsta očituje se u poticanju gospodarskog razvoja destinacije, posebice malog gospodarstva, upravo zbog toga ova karakteristika traži sve više pažnje od strane državne administracije Hrvatske i svih zemalja u tranziciji s obzirom da se veći dio nacionalne ekonomije temelji na malo i srednjem poduzetništvu.

Za razliku od masovnog turizma, koji se očituju kao anonimnost i standardizirane usluge i doživljaje, selektivni oblici su fleksibilniji i nude široki spektar doživljaja kod kojih individualnost i osobne preferencije turista dolaze do izražaja, zbog čega su i humaniji.

Turisti sa posebnim zanimanjima su po pravilu obrazovaniji, iskusniji i odgovorniji no što je to slučaj sa „tipičnim“ turistima. Najčešće su srednje životne dobi (kod sportskih i avanturističkih putovanja najviše je mladih), putuju bez djece (osim u slučaju tura u prirodi i slično). Nerijetko se radi o pojedincima koji putuju sami, jer tako žele ili što teško nalaze partnere sa istim zanimanjima, ali im se pruža prilika da na licu mjesta sretnu osobe sa sličnim afinitetima. Nije nevažno ni to što putovanje na bazi posebnih zanimanja obično podrazumijeva i veće troškove, pa destinacije selektivnog turizma mogu računati na posjetitelje sa većim platežnim mogućnostima.

Atrakcije „selektivnog turizma“ su različite. Osim prirodnih i kulturnih znamenitosti, to mogu biti i aktivnosti (sportski, avanturistički, lovni, agroturizam), neki tradicionalni ili suvremeni proizvodi (gastronomski i vinski turizam), posebna je „atmosfera“ (urbani turizam); ljudi, biljni i životinjski svijet (ekoturizam, volonterski turizam), povijesne ličnosti i događaji ili, čak, neka nesreća (mračni turizam). Za potencijalnog turistu koji želi da putovanjem zadovolji posebno

³ S. Geić, Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str. 223.

zanimanje važno je da informaciji o konkretnoj atrakciji dobije prije polaska, pogotovo ako je percipira kao adekvatan način zadovoljenja svoje potrebe.⁴ Kada se radi o selektivnim oblicima turizma, doživljaj turista može biti pasivan (odlazak na predstavu ili sportski događaj), aktivan (sport, biciklizam), avanturistički (putovanje kroz džunglu), iskustven (tematski park), relaksirajući (wellness, promatranje ptica), intelektualan (učenje lokalnog jezika, kulture i običaja), kreativan i slično. Pri tome predstavlja manji ili veći kontrast u odnosu na svakodnevna iskustva, jer neke aktivnosti turisti prakticiraju kod kuće (npr. hobi, sport), a druge samo na putovanju.

Kada se govori o obujmu stvarne zastupljenosti selektivnih oblika turizma u praksi, teško je procijeniti. Pojedini autoru u tom pogledu iznose vrlo optimistične brojke, a slično je i sa nekim javnim publikacijama turističkih organizacija u svijetu. Branko Rabotić u svojoj knjizi *Selektivni oblici turizma*⁵ navodi kako „40-60% stranih turista čine ekoturisti koji borave u prirodi ; 70 % američkih turista u Europi su kulturni turisti, dok ih je u Australiji 50%, a u Kanadi 40%; ukupnog turističkog prometa u svijetu odnosi se na kulturni turizam; u Velikoj Britaniji turizam kulturne baštine čini 32 % stranih turista koji su posjetili povijesne atrakcije, 89% stranih turista došlo je u Tasmaniju jer su zainteresirani za prirodu“, itd⁶. Ipak, stvarni obujam selektivnih oblika turizma višestruko je manji.

McKercher i Chan (2005) uočavaju da postoji problem u metodi koja se koristi. Naime, do podataka o veličini pojedinih oblika turizma dolazi se anketiranjem turista na kraju njihovog boravka u destinaciji tako što pojedinci, izabrani na bazi slučajnog uzorka, odgovaraju pored ostalog i na pitanja koja se odnose na razlog posjete i aktivnostima kojima su se bavili. Obično, analitičari uzimaju u obzir konkretne aktivnosti koje navedu turisti, kao i objašnjeni razlog posjete na osnovi čega ih svrstavaju u kategoriju kulturnih turista, tj. onih sa posebnim zanimanjima u ovome slučaju kultura. Međutim, turisti se bave različitim aktivnostima u destinaciji i sve one ne moraju imati glavni razlog posjete, mnoge su slučajne ili usputne. Sa druge strane, kada se izjasne za jedan od ponuđenih odgovora o razlogu putovanja, anketirani turist ne mora izabrati onaj koji najbliže pokazuje na specifični motiv putovanja.

Može se zaključiti da selektivni turizam potiče regionalni koncept razvoja turizma, te zanemaruje upravljanje turizmom na makro planu zbog toga što selektivne turističke vrste potiču gospodarski razvoj destinacije, te na taj način unapređuju

⁴ B. Rabotić, *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 22

⁵ B. Rabotić, *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 23

⁶ Pregled pojedinih izvora koji se odnose na procjenu obujma selektivnih oblika turizma dali su McKercher i Chan (2005:22)

ukupan turistički sektor neke zemlje. Selektivni turizam, poželjan je oblik suvremenog turizma koji je usklađen s prirodnim i društvenim vrijednostima lokalne zajednice koji omogućava pojedincu da uživa u pozitivnim i vrijednim interakcijama uzajamnog iskustva.

Za potrebe ovog rada, posebna pažnja biti će usmjerena ka enološkom (vinskom) turizmu kao najbrže rastućem turističkom tržištu u Europi, čak i svijetu. Stalan rast i razvoj vinskog turizma kroz selektivne oblike i vidove vinskog turizma kao zasebnih tržišnih niša, omogućilo je stvaranje znakovitih tržišnih marki koji kao dio turističke ponude mogu samostalno funkcionirati na turističkom tržištu.

2.3. Motivacija u selektivnim oblicima turizma

Prema klasičnom psihološkom određenju, motiv predstavlja poticajni razlog, odnosno pobudu za određeno djelovanje. Motiv je poticaj da se postigne neki cilj, te motivi potiču čovjeka na aktivnosti, zatim usmjeravaju ga prema određenim ciljevima i omogućuju da u započetoj akciji ustraje. Turistički motivi mogli bi se jednostavno definirati kao unutarnji poticaji čovjeka na kretanje. Međutim, pojam motiva u domeni turizma treba najčešće interpretirati u okviru društvenih motiva.⁷

Kulturno - povijesni pregled pruža različite oblike putovanja. Vrsta i smisao putovanja odgovaraju životnim stilovima pojedinih epoha. Sve do 19. stoljeća, putovanje je služilo pragmatičnoj svrsi kao npr. trgovačko putovanje je bilo privilegij gornjih društvenih slojeva i ono je bilo izraz dokolice, posjeda i potrošnje. Motivi koji su još od najranijih vremena poticali turiste na putovanja, a koji bi se danas mogli označiti turističkim, bili su prije svega zdravstveni, rekreacijski i religijski.

Turizam današnjih dana pretežno je masovne strukture, ali i sve većeg suživota selektivnog i masovnog turizma osobito u razvijenim zemljama. Postoje različiti motivi koji utječu na pojedince koji se odluče na turističko putovanje. Motivi se oslanjaju na psihološke trenutke i zavise od racionalnih i iracionalnih faktora, objektivnih mogućnosti, socijalne sredine, društvenog položaja, političke situacije, raspoloživog slobodnog vremena i slobodnih sredstava nužnih za turističku i osobnu potrošnju. Slijedom toga, može se govoriti o motivima kao što su na primjer: bijeg od svakodnevnice, odmor, zabava, upoznavanje prirodnih

⁷ Brunsko, Z., Turistička motivacija, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, Naše more : znanstveni časopis za more i pomorstvo, Vol. 49 No. 1-2, 2002., dostupan na: <https://hrcak.srce.hr/209280> , pregledano 16.04.2021.

ljepota i kulturno – povijesnih znamenitosti područja koja se posjećuju, zdravstveni i religijski motivi.

Život u velikim gradovima s gustim prometom i nezdravom gradskom klimom, stalna izloženost napetosti i stresu kod modernog čovjeka izaziva potrebu da se barem nakratko isključi iz svega toga. Čovjek putuje jer ima potrebu za bijegom od sumorne i jednolične svakodnevnice. On bježi iz ugrožena okoliša iz sive kamene (betonske) pustinje u prirodu, iz buke i smrada u svježi zrak⁸. Stoga se turizam javlja kao neka vrsta društvene terapije. Promjeni li nakratko životno okruženje i isključi se iz svakodnevnih problema, u čovjeku / turistu se poslije nekog vremena rađa potreba za povratkom u kolotečinu svakodnevnog života.

Krippendorf⁹ naglašava da je turističko putovanje „ujedno otkrivanje i doživljavanje samoga sebe. Ono je prilika da se čovjek odmjeri s drugima i otkrije vlastite sposobnosti“. Putovanje je „sreća koja se opisuje kao nesmetano stanje uravnoteženosti uz stanovito slobodno otkrivanje vlastitih potreba“. Individualni motivi za putovanje, odnose se na potrebu za srećom, pažnjom, samoispunjenjem i poštovanjem.

Sve veći broj suvremenih sociologa, socijalnih antropologa i psihologa s različitih stajališta pristupaju turizmu i bave se istraživanjem motiviranosti turističkih putovanja. Njih zanimaju motivi koji utječu na donošenje odluka potencijalnih turista za odlazak na putovanje ili odmor izvan mjesta svog boravka, bave se istraživanjem odnosa gostiju i domaćina, suodnosom kulture turizma i slično.¹⁰

Branko Rabotić¹¹ u svojoj knjizi definira motivaciju kao psihološki proces koji potiče čovjeka da realizira svoje potrebe, tj. riječ o ponašanju usmjerenom prema nekom cilju. Turistička motivacija nastaje po djelovanju potreba, koje djeluju iznutra, kao i prostornih poticaja, koji djeluju izvana. Naravno, osoba mora biti svjesna postojanja konkretnih podražaja (turistička destinacija, atrakcija i usluga) i percipirati ih kao način zadovoljenja potrebe.

Jednu od najpoznatijih teorija motivacije dao je američki psiholog Maslow, 1954. godine. On pri tome nije imao u vidu turistička putovanja, niti spominje turizam. Taj autor identificirao je i hijerarhijski predstavio pet kategorija osnovnih ljudskih potreba: fiziološke potrebe, potreba za sigurnošću, potreba za ljubavlju, pripadanjem i privrženošću, potreba za uvažavanjem i potreba za samoostvarenjem¹². Maslow smatra da se čovjek tijekom života kreće prema sve

⁸ J. Krippendorf : Putujuće čovječanstvo, Sveučilišna naklada Liber, Zagreb, 1986., str. 46

⁹ Ibidem str. 46

¹⁰ Brunsko, Z., (2002.), Turistička motivacija, str. 3

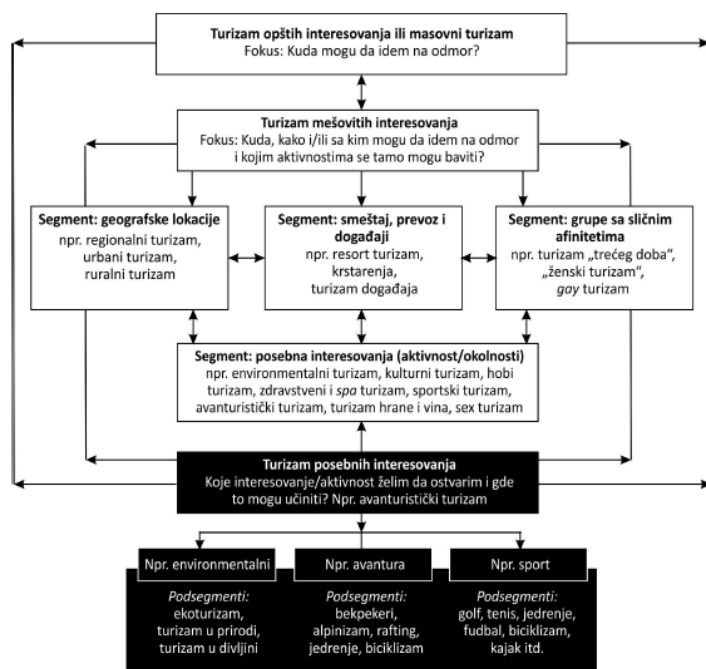
¹¹ B. Rabotić, Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 25

¹² B. Rabotić, Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 25

višim potrebama, dok ne naiđe na prirodne ili socijalne prepreke. Njegovo je ponašanje motivirano i svjesnom željom za osobnim razvojem. Ljudi su spremni da podnesu glad, bol i druge nevolje kako bi postigli ono što ih osobno ispunjava. Maslow uočava samoostvarenje kao potrebu koja je jednako važna kao i potreba za hranom – upoznavanje novog, istraživanje, stjecanje znanja i niz estetskih potreba, bilo da je riječ o muzici, poeziji, ljepoti i slično. Dok Leiper (1990.) je mišljenja da za raspravu o turističkom ponašanju potrebe nisu dovoljno specifične. Po njemu nije glavna potreba već želja koju ona ističe kod pojedinaca. Recimo tri osobe mogu osjećati potrebu za rekreacijom i tražiti njezino zadovoljenje putovanjem, a ipak manifestirati različito turističko ponašanje. Na primjer, jedna od njih boravi na moru uz par dobrih knjiga, druga pješači kroz nacionalni park, treća uživa u krstarenju sa obilaskom egzotičnih luka i druženju sa suputnicima. Smatra da je motivacija rezultat dvije ili više potreba, a sastav takve mješavine moguće je otkriti samo na primjeru konkretnih turista i konkretnih putovanja.

Na motivaciju pojedinca nesumnjiv utjecaj mogu imati posebna osobna zanimanja ili hobi. Uz ostale motive o kojima je prethodno bila riječ, to dodatno potiče želju za putovanjem i zadovoljenjem konkretnih zanimanja izvan mjesta stalnog boravka, određujući glavni cilj putovanja, a time i izbor destinacije i aktivnosti, očekivani doživljaj i naposljetku zadovoljenje.

Slika 1. Ciklus posebnih turističkih zanimanja



Izvor: Trauer, B., Conceptualizing special interest tourism frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27, 2006, str. 188.

Slika 1. Prikazuje ciklus posebnih turističkih zanimanja, stoga Trauer (2006.) nudi koncept koji odražava moguće preklapanje između mješovitih i posebnih

zanimanja. Model slike razlikuje segment geografske prirode, segment koji se odnosi na smješta, prijevoz i temu putovanja, segmente grupa potrošača sa sličnim afinitetom i konačno segmente posebnih zanimanja (gdje je fokus na aktivnostima, kao što je sport ili na ambijentu, kao što je priroda ili arhitektura) koji mogu predstavljati hobi turiste i vrstu rekreacije.

2.4. Turistički doživljaj u selektivnim oblicima turizma

Turističko putovanje samo po sebi, jedan je od atraktivnijih događaja u našem životu, jer za razliku od svakodnevne rutine predstavlja novu, drugačiju, a samim time i uzbudljivu situaciju. Svakom sudioniku turističkog putovanja, cilj je da ostvari željeni i očekivani doživljaj.

Ostvareni doživljaj u turističkim tijekovima individualan je i subjektivan za svakog turista. Ostvarenje doživljaja i kvalifikacija ovisi o motivaciji, percepciji, vrijednosti i značenju, zadovoljstvu i životnom stilu. Doživljaj predstavlja psihološku kategoriju, te je predmet proučavanja psihologije. Shvaćanje doživljaja vezuje se uz objašnjenje percepcije.¹³ Doživljaj kao psihološki proces je moguće povezati uz procese percipiranja stimulansa. Dakle, percepcija je aktivan proces organiziranja, integriranja i interpretiranja osjetnih informacija, a koji omogućuje upoznavanje i prepoznavanje značenja predmeta, pojava i događaja u okolini. Osobe nemaju čistih osjeta, nego percepte – jer osjeti su samo element od kojih se sastoji cjeloviti doživljaj (lat. percipere = usvojiti). Percepcija nije samo zbroj elemenata već struktura tih elemenata, aktivno prerađivanje svih primljenih i već postojećih informacija, njihova interpretacija koja se temelji na prethodnom znanju, pamćenju, očekivanjima, stavovima, motivima, emocijama i osobinama ličnosti (Petz, 2010).

Quan i Wang (2003) ističu da u tretiranju turističkih doživljaja postoje dva pristupa, jedan u društvenim naukama i drugi u ekonomskim. U prvom slučaju, fokus je na tzv. vrhunskom doživljaju (peak experience), koji se vidi kao kontrast u odnosu na svakodnevna iskustva, tj. kao njihova suprotnost, pri čemu se ignoriraju doživljaji koji su rezultat prenošenja svakodnevice na putovanje (smještaj, ishrana)¹⁴. U literaturi iz marketinga i menadžmenta, turisti su potrošači usluga bez obzira na to da li ostvaruju vrhunski doživljaj. Ovdje je u središtu pažnje tzv. epizodni doživljaj (supporting consumer experience), koji se može istraživati kroz percepcije turista o kvalitetu usluga prije, tokom i poslije

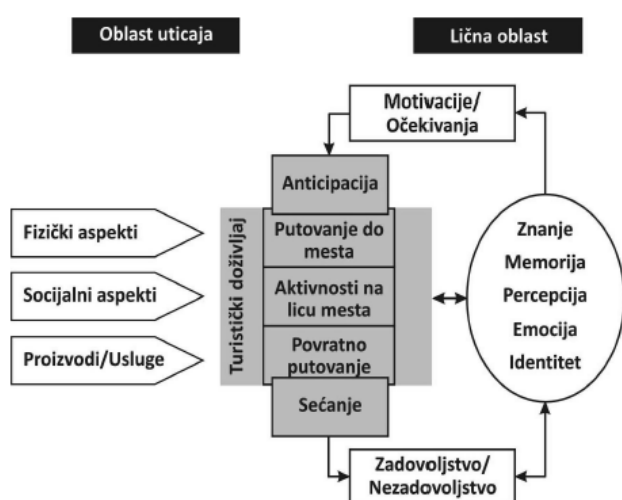
¹³ A. Vitasović, Ekonomija doživljaja i konkurentnost hrvatske turističke ponude – doktorska disertacija, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, 2012. god., str.74.

¹⁴ Pojam peak experience prvi je opisao, imajući u vidu religijski doživljaj i vjerovanje u natprirodno, psiholog Maslow i to kao posebno radosne i uzbudljive trenutke u životu koji uključuju naprasno osjećanje izuzetne sreće i blagostanja, čuđenja i strahopoštovanja.

putovanja. Spomenuti autori su mišljenja da, usprkos konceptualnom razdvajanju, obje dimenzije čine strukturu doživljaja, utječu jedna na drugu i zapravo predstavljaju organsku cjelinu. U suštini to znači da čak i kada je turista, kao potrošač, zadovoljan pojedinačnim uslugama na putovanju (npr. prijevoz ili smještaj), njegov ukupni doživljaj biće uništen ako nije ostvario i cilj zbog kojeg je krenuo na put (i obratno). Ipak, očekivanja turista motivirana posebnim zanimanjem prije svega usmjereni su na realizaciju primarnog razloga putovanja (Rabotić, 2013).

Na osnovu saznanja iz akademske literature, Cutler i Carmichael (2010) su koncipirali model turističkog doživljaja u vidu pet faza koje obuhvaćaju događaje prije putovanja, tokom prijevoza do odredišta, za vrijeme boravka u destinaciji, tokom povratka i po završetku putovanja. Anticipativna i retrospektivna faza su, s pravom uključene, jer planiranje putovanja i, kasnije, prisjećanje na njega čine sastavni dio doživljaja. Model prikazuje i raznovrsne utjecaje na doživljaj, kao i njegove efekte.¹⁵

Slika 2. Konceptualni model turističkog doživljaja (utjecaji i rezultati)



Izvor : Cutler, S.Q., Carmichael, B.A., The Dimensions of the Tourist Experience. In: M. Morgan, P. Lugosi, J.R. Brent Richie (eds.), The Tourism and Leisure Experience. Bristol: Channel View Publications, 2010, str. 8.

- Anticipacija (očekivanje, predviđanje) podrazumijeva planiranje putovanja (istraživanje, pretraga na internetu, TV reportaže, uspoređivanje različitih ponuda i slično) što pojedinim pričinjava i više zadovoljstva od samog doživljaja na licu mjesta.
- Putovanje (čin kretanja) do destinacije, tj. mjesta gdje se doživljaj ostvaruje može biti kraćeg ili dužeg trajanja, zavisno od načina prijevoza

¹⁵ B. Rabotić, Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 30

i putnog pravca, pri čemu neki turisti posebno uživaju u realizaciji ove faze (biciklistički turizam, krstarenja i slično).

- Doživljaj u destinaciji je od važnog značenja i predstavlja rezultat aktivnosti kojima se turist bavio, kao i okolnosti: osjećanje relaksiranosti kojima se turista bavio, kao i okolnosti: osjećanje relaksiranosti, osvježenosti ispunjenog života, lične nagrade, nesputanosti, socijalne „obnove“ u društvu obitelji i prijatelja.
- Vraćanje kući prožeto je doživljajem koji se nosi iz destinacije. Stoga se turistima koji su zadovoljni boravkom (potvrđena ili nadmašena očekivanja) povratni dio putovanja, obično čini znatno „bržim“ nego odlazni, čak i kada se ostvaruje istim sredstvom prijevoza i putnim pravcem.
- Retrospektivna faza odnosi se na prisjećanje koje je, ne rijetko „pozitivnije“ i od samog doživljaja, pogotovo sa protokom vremena. Mnogi putnici, čak i godinama poslije prebiravaju po prijatnim uspomnama sa određenog putovanja (fotografije, filmski zapisi, suveniri), opisujući drugima „nezaboravne“ trenutke koje su doživjeli.¹⁶

Kada se radi o vanjskim faktorima koji utječu na turistički doživljaj, mogu se izdvojiti tri kategorije:¹⁷

- Fizički aspekti se odnose na ambijent u kojem se koriste usluge, tj. ostvaruje doživljaj. Taj uslužni ambijent u literaturi naziva se i *servicescape* – izgled prostora i funkcionalnosti, ambijentalni uvjeti (temperatura, kvaliteta zraka, buka, glazba i slično), signalizacija, interijer, stil, itd.
- Socijalni aspekti su također, važni, jer na kvalitetu doživljaja ne utječe samo ono za što su turisti platili već i interakcija sa rezidentima u destinaciji, osjećanje da su dobrodošli i da borave u prijateljskom okruženju. Poznato je da i neki mali događaj (kao što je usputno poznanstvo, ali i „negativni kontakt“ sa nepoštenim trgovcem), može značajno obilježiti doživljaj putnika.
- Utjecaj proizvoda i usluga manifestiraju se kroz kvalitetu ponude za koju su se turisti opredijelili i platili traženu cijenu.
- Ostali utjecaji uključeni su u tzv. *lično područje*, jer izvire iz same ličnosti turista. Zadovoljstvo i nezadovoljstvo doživljajem zavisi od pojedinca, njegovih znanja, percepcija, stavova, osjećanja identiteta i očekivanja, što

¹⁶ B. Rabotić, *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 30

¹⁷ B. Rabotić, *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, Čigoja Štampa, 2013., str. 31

su svi elementi sa kojima turist kreće na put. Kada se radi o emocijama, one i na putovanju, kao i svakodnevnom životu, mijenjaju tokom vremena, zavisno od aktivnosti i situacije.

Turisti postmodernog doba, naročito ako putuju radi zadovoljenja posebnih zanimanja postaju „partneri“, tj. ko - proizvođači ili ko – kreatori u kreiranju svog doživljaja. Oni kupuju proizvod kakav im je ponuđen, ali ga konzumiraju ugrađujući u njega novo značenje, koje odgovara vlastitim potrebama. Ova „koprodukcija“ odražava aktivnu participaciju potrošača u finalnom oblikovanju turističke ponude (Frochot; Batat, 2013).

3. VINSKI TURIZAM

U današnje vrijeme, suvremeni turisti su u potrazi za autentičnim i jedinstvenim iskustvima pri posjetu određene turističke destinacije. Upoznavanje i konzumacija lokalne hrane i vina stvara kod turista posebna doživljaj, a turist posjetom područja gdje se uzgaja vinova loza i organizira konzumacija vina stupa u neposredni kontakt s kulturom domaćina, razmjenjuje pozitivna iskustva s ljudima kulturne atraktivnosti i ukupne vrijednosti turističke destinacije (Razović, 2015.:51). Razvoj vinskog turizma doprinosi pozicioniranju i prepoznatljivosti određenog turističkog područja i stvara konkurentu prednost (Hall, 2003).

Republika Hrvatska je u sektoru vinarstva i vinogradarstva zemlja velikih prilika, te ima potencijala za razvoj enološkog turizma. Zatim, u interesu turizma je da se sačuva lokalna tradicija i ekonomski održivi razvoj. Stoga su vinari već investirali u razvoj osnovne infrastrukture u kojeg mogu primiti posjetitelje i sa skromnom pomoći javnog sektora ovaj proizvod može vrlo brzo dostići visoke tržišne pozicije (Razović, 2015.:52). Dakle, vinski turizam se smatra kao proizvod koji je usklađen sa momentalnom potražnjom na tržištu u smislu da su turisti sve više u potrazi za autentičnim i jedinstvenim iskustvom na turističkoj destinaciji.

Za potpuni turistički doživljaj turista, nudi se lokalna hrana i vino, te se stvara prilika turistu da upozna ljude koji proizvode te proizvode. To omogućava zadovoljenje potreba turista za autentičnošću i iskustvom koje žele spoznati posredstvom vinskog turizma. Vino se često povezuje s posebnim osobinama i ukusom (taste) turističke destinacije, a poslovne aktivnosti u vinskom turizmu preduvjet su za privlačniju sliku odredišta (Carlsen i Charters, 2006).

U ovom poglavlju bit će riječi o teorijskim odrednicama vinskog turizma, gdje će se najprije prikazati vinogradarstvo i vinarstvo kao temelj razvoja vinskog turizma, potom će se definirati vinski turizam i vinski turisti, zatim njegovi pozitivni i negativni učinci, te će se prikazati vinski turizam kao poseban oblik turističke ponude grada Kutjeva.

3.1. Vinogradarstvo i vinarstvo kao temelj razvoja vinskog turizma

Vinska kultura dio je tradicionalnog načina života. Vinarstvo je grana poljoprivrede, odnosno djelatnost koja se odnosi na proizvodnju, doradu, njegu i čuvanje vina, a vinogradarstvo je grana poljoprivrede koja se bavi uzgojem vinove loze radi proizvodnje grožđa i njegovih prerađevina, zatim uzgojem drugih vrsta loza.

Prema Pivac (2012), vinogradarstvo je znanost koja proučava vinovu lozu, njena biološka svojstva, zahtjeve prema uvjetima sredine i načine reguliranja razvoja, rasta te donošenja plodova loze u cilju ostvarenja većih prinosa kvalitetnog grožđa. Procjena važnosti vinogradarstva u ekonomici poljoprivredne proizvodnje vrši se na temelju slijedećih kriterija:

- značaj u prehrani stanovništva,
- efikasno uporaba zemljišta,
- masovno zapošljavanje radne snage i doprinos ostvarenju dohotka u domaćinstvima manjih proizvođača,
- utjecaj vinogradarstva na razvoj nekih industrijskih grana.

Proizvodnjom i prodajom vina ostvaruje se znatan dio prihoda poljoprivrede. Vinarstvo i vinogradarstvo predstavljaju pozitivan dio gospodarske aktivnosti, osobito u pogledu zapošljavanja i prihoda. Isto tako, vinogradarstvo omogućava prodaju grožđa i njegovih prerađevina, te pod povoljnim uvjetima može biti značajan izvor prihoda. Vinogradarstvo omogućava razvoj niza grana i grupa industrija, a vinarstvo je jedna od njih (proizvodnja vina, vinjaka i rakija od grožđa i vina). Uzgoj vinove loze i grožđa te proizvodnja vina tipičan su stil života i dio su lokalnog osjećaja koje pružaju destinacije koje su se orijentirale na razvoj vinskog turizma (Razović, 2015: 51).

Počeci uzgoja vinove loze sežu u davnu prošlost, zemljopisno negdje između Crnog i Kaspijskog mora, a prema nekim istraživačima i u područje Sredozemlja. Iz toga područja vinova loza se širila u tri smjera: na istoj prema Indiji, na jug prema Palestini i Egiptu i na zapad preko južnog dijela Rusije, Male Azije i Balkanskog poluotoka. Prije pojave vinove loze, u davnoj prošlosti, postojale su biljke slične vinovoj lozi. Dokaz su postojanja tih biljaka fosilni ostatci pronađeni u Europi, u Americi i Aziji, u Hrvatskoj kod mjesta Radoboj blizu Krapine u Hrvatskom Zagorju (šest vrsta). Plemenita vinova loza (*Vitis vinifera*) nastala je križanjem u prirodi, pa otud i mnoštvo sorta (Pinova.hr, 2021).

Današnja proizvodnja vina u Republici Hrvatskoj može se opisati kao proizvodnju koja ima tendenciju razvoja kvalitete, a u prilog tome ide i činjenica da se u Hrvatskoj proizvodi oko 60 % kvalitetnih vina. Zbog različitosti klimatskih i pedoloških uvjeta, zemljopisna područja uzgoja vinove loze u Republici Hrvatskoj podijeljena su na tri regije: Zapadna kontinentalna Hrvatska, Istočna kontinentalna Hrvatska i Primorska Hrvatska, koje korespondiraju s vinogradskim zonama proizvodnje B, C1 i C2. Republika Hrvatska ima veliki broj autohtonih sorti što predstavlja posebnost hrvatskog vinogradarstva i vinarstva zahvaljujući različitosti klimatskih i pedoloških uvjeta (Ministarstvo poljoprivrede RH, 2021.)

Da bi se vinova loza mogla uzgojiti u određenoj destinaciji nužni su prirodno – geografski uvjeti, a isti obuhvaćaju: povoljne uvjete klime, tla, povoljan položaj, nadmorsku visinu, nagib (inklinacija) te izloženost (ekspozicija). Umjereni klimatski uvjeti su najpovoljniji za uspjeh rasta vinove loze, a kao područja unutar kojih je moguć isplativ uzgoj vinove loze, najčešće se navode prostori između 25° i 52° sjeverne te 30° i 45° južne geografske širine (Agronomski fakultet, 2020).

Klima je temelj koji mora postojati da bi vinova loza uopće uspjela, a ona utječe na agrotehničke i ampelotehničke mjere gospodarenja u vinogradu. Svijetlost i toplina, vjetar i vlaga temeljni su uvjeti za uspješan i rentabilan uzgoj vinove loze. Individualni klimatski faktori mogu biti ograničavajući za proizvodnju grožđa i vina (bilo koji od njih), dok je naprotiv njihov zajednički utjecaj odlučujući pri proizvodnji vina vrhunske kakvoće (Winkler et. al., 1974: 58).

S obzirom na to da je vinova loza kultura koja ima velike zahtjeve prema toplini, temperatura je glavni klimatski čimbenik za uzgoj vinove loze. Ona utječe na aktivnost fotosinteze, te metabolizam i intenzitet kretanja hranjivih tvari u biljci. Sunčeva svjetlost ima veliku važnost tijekom čitavog perioda vegetacije, jer je svim zelenim biljkama nužna za fotosintezu, odnosno sintezu organske tvari. Vinova loza je osim toga biljka dugog dana, pa zahtijeva intenzivno osvjetljenje, te velik broj vedrih i sunčanih dana. Za uspješan rast i razvoj vinove loze potrebno je 1.500 do 2.500 sunčeve svjetlosti ili 150-170 sunčevih dana.

Zbog snažno razvijenog korijena koji može prodrijeti duboko u tlo, vinova loza se može uspješno uzgajati i u krajevima s relativno malom količinom padalina. Nedostatak vode uzrokuje smanjen rast mladica, kasnije i bobica koje ostaju sitne i bez dovoljno soka. Dok s druge strane povećana količina padalina prije cvatnje utječe na snažan porast mladica i lišća, za što se troši velika količina organske tvari koja onda ne stigne do cvata. Česte padaline u vrijeme cvatnje ometaju oplodnju, uzrokuju osipanje cvjetova koje rezultiraju rehljavošću grozdova i smanjenim urodom. U vrijeme zriobe, povećana vlažnost i niske temperature ometaju dozrijevanje i pravilan raspored nakupljanja šećera, te razgradnju kiseline. Stoga najpovoljnija količina oborina za uzgoj vinove loze iznosi 600 do 800 mm (Pinova.hr, 2020).

Bez obzira što vinova uspijeva i vrlo dobro se prilagođava različitim tipovima tla, nisu sva tla jednako preporučljiva za njezin uzgoj. Najbolja su hranjivima, bogata i propusna tla s velikim kapacitetom za zrak i vode, te ona lakšeg mehaničkog sastava i visoke mikrobiološke aktivnosti. To su različita šljunkovita, ilovasto-pjeskovita tla u koja korijen može duboko prodrijeti i osigurati dovoljno vlage. Osim toga, kemijski sastav tla važan je u proizvodnji grožđa i vina, tako da prema

količini biogenih elemenata razlikujemo siromašna, srednja i bogata, plodna tla. Važan je i sadržaj humusa, odnosno organske tvari koji povećava plodna tla i koji popravljaju fizikalne i biološke karakteristike tla (Pinova.hr, 2020).

Najbolje je podizati vinograd na brežuljkastim terenima. Optimalna nadmorska visina kreće se oko 100-300 metara, ali može se uspješno uzgajati i na nižim, ali i na nešto višim nadmorskim visinama. Sa porastom nadmorske visine mijenjaju se i temperaturni uvjeti. Tako se na svakih 100 m visine srednja godišnja temperatura smanjuje za pola stupnja u prosjeku, a vegetacijski period se skraćuje za 7-10 dana (to treba imati u vidu pri izboru sorti). Ove promjene utječu i na grožđe jer utječu na smanjenje sadržaja šećera. Izbor sorte je vrlo važan korak jer upravo njen odabir ima značajnu ulogu u konkretnim agroekološkim uvjetima u smislu ispunjenja svojih bioloških svojstava u pogledu prinosa i kvalitete, te profita (Agroklub,ba., 2021).

3.2. Vinski turizam i vinski turist - teorijske odrednice

Vinski turizam je kao karakterističan selektivni oblik organiziran na način da bude i dio specifičnog turističkog proizvoda. Kao takav, zauzima sve značajnije mjesto u turističkoj ponudi mnogih turističkih destinacija i zemalja. Mnoge svjetske destinacije, svjesne svog turističkog razvojnog potencijala i prirodnih potencijala za proizvodnju vina, iskorištavaju takve prilike za razvoj enološkog turizma nudeći turistima vino domaće proizvodnje pa su posjeti vinogradima postali dijelom organiziranih putovanja od vremena Grand Tour putovanja, a neka povijesna istraživanja kazuju da su dijelom i od vremena antičke Grčke i Rima (Hall, 2002: 12).

UNWTO vinski turizam definira kao podvrstu gastronomskog turizma¹⁸. To je turizam čija je svrha posjeta vinogradima, vinarijama, kušanje, konzumiranje i/ili kupnja vina, često na ili u blizini izvora. Vinski turizam se definira još i kao putovanje u svrhu posjeta vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima, vinskim stazama i vinskim izložbama.

Zbog snažnog zamaha i razvoja vinskog turizma i njegove uloge u održivom turizmu kroz regionalni razvoj ruralnih područja, UNWTO 2016. godine donosi „Gruzijsku deklaraciju o turizmu vina „ koja je usuglasila da¹⁹ :

- vinski turizam temeljni dio gastronomskog turizma;

¹⁸ World Tourism Organization (2019), UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI, preuzeto s: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>., pregledano 04.04.2021.

¹⁹ World Tourism Organization (2016), 'Georgia Declaration on Wine Tourism. Fostering sustainable tourism development through intangible cultural heritage', UNWTO Declarations, volume 26, number 2, UNWTO, Madrid, DOI, preuzeto s : <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.2016.25.02> , pregledano 04.04.2021.

- vinski turizam može doprinijeti poticanju održivog turizma promičući i materijalnu i nematerijalnu baštinu destinacije;
- je vinski turizam sposoban doprinijeti značajne ekonomske i socijalne koristi za ključne dionike destinacije, uz važnu ulogu očuvanja kulturnih i prirodnih resursa;
- vinski turizam olakšava povezivanje destinacije oko zajedničkog cilja pružanja jedinstvenih i inovativnih turističkih proizvoda čime maksimizira sinergije u razvoju turizma, nadmašujući tradicionalne turističke podsektore;
- vinski turizam pruža priliku nerazvijenim turističkim destinacijama, u većini slučajeva u ruralnim područjima, da sazriju zajedno s već razvijenim destinacijama i pojačaju ekonomski i društveni utjecaj turizma na lokalnu zajednicu;
- da vinski turizam pruža inovativan način doživljaja kulture i načina života u destinaciji, odgovarajući na potrebe i očekivanja potrošača;
- će se potencijal vinskog turizma povećati ako se na odgovarajući način provede suradničko javno – privatna strategija suradnje, promovirana učinkovitom komunikacijom u različitim sektorima i uključivanjem lokalne zajednice.

Razvoj turizma vina, kao turizma posebnih interesa, usko je povezan s razvojem ruralnog, odnosno seoskog turizma. Krajem 80- tih godina prošlog stoljeća zajednička poljoprivredna politika EU istaknula je važnost razvoja komplementarnih aktivnosti u poljoprivredi. Programi proizašli iz nje istaknuli su ključnu ulogu turizma kroz osmišljavanje turističkih proizvoda temeljenih na ruralnim resursima ili kroz razvoj ponude za sport i rekreaciju u ruralnim područjima. Tako je uloga vinskog turizma postala sve važnija u regionalnom razvoju koji integrira primarni poljoprivredni sektor, sekundarni sektor vinske industrije i tercijarni turistički sektor. Zbog činjenice da je proizvodnja vina vezana uz vinogradarstvo kao poljoprivrednu aktivnost, vinski turizam važan sastojak ruralnog turizma. Iskustvo posjetitelja ruralnog turizma temelji se na aktivnostima koje su povezane s boravkom u prirodi, poljoprivredom, ruralnim načinom života / kulturom, ribolovom i razgledavanjem znamenitosti / baštinskih lokaliteta u ruralnim područjima.

Vino kao „ teritorijalno intenzivan proizvod“ u sebi sadrži snažnu referencu na identitet teritorija u kojem se proizvodi. U Europi se vinski turizam uglavnom razvio u obliku vinskih cesta ili vinskih putova, ističući krajobrazne atribute odgovarajućeg vinskog teritorija i jedinstvenost njegovog regionalnog „turističkog terroira“. Sve je to snažno potaklo regionalno brendiranje destinacija, a

lokalizirana konzumacija certificiranih lokalnih vina u njihovom primarnom okolišu odgovor na globalizaciju.

Turizam obilježen vinom danas zauzima sve cjenjenije mjesto upravo zahvaljujući specifičnim turističkim interesima i željom za jedinstvenim i autohtonim doživljajima. Kroz povijest mnogi trgovci vinima nisu uopće imali potrebu putovati jer su posjedovali dovoljne količine vina koje su mogli prodati i lokalnom stanovništvu i turistima, a turisti su dolaskom degustirali domaće vinske delicije. Danas je veza između vinske i turističke industrije neizbježna zbog atraktivnosti i ugođaja koje područja vinograda i vinarija pružaju turistima (Razović, 2015). Povezujući vino i turizam kroz dugi niz godina razvila se i enološka ponuda koja je tek odnedavno prepoznata unutar vlada i istraživačkih krugova. Za turističku industriju, vino predstavlja bitan element privlačnosti unutar destinacije i može biti visoki motivirajući faktor posjetiteljima, te za vinsku industriju, vinski turizam označava izgradnju veza sa posjetiteljima za vrijeme jednodnevnog izleta ili dužih posjeta (Razović, 2015).

Prema Tomljenoviću (2009) vino i turizam su odraz konkurentnosti određene destinacije. Definicija i koncept vinskog turizma nije rezultat jedinstvenog pristupa. Većina definicija se odnosi na iskustva i motive putnika-turista. Vinski turizam se tako može definirati kao posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i događanjima gdje su kušanje vina i povezani doživljaji primarni motivirajući faktori (Tomljenović i Getz, 2009: 1). Getz (2000) također pruža jedinstvenu definiciju vinskog turizma koja kaže „Vinski turizam je putovanje koje se odnosi na vinarije i vinske regije kao oblik marketinške niše, razvoja destinacije i pogodnostima direktne prodaje i marketinga kao dijela industrije vina”.

U literaturi se spominju i mnoge druge definicije vinskog turizma. Prvi autor Dubrule (2007) definira vinski turizam kao sve aktivnosti za turiste u vinorodnim regijama: posjet vinskim podrumima, degustacije vina, smještaj, restorane i sve aktivnosti vezane uz vino i lokalnu tradiciju. Također, Pivac (2012) naglašava da se vinski turizam treba definirati kao posjet vinogradima i vinskim događajima s glavnim motivom degustacije vina i uživanju u domaćoj hrani i specijalitetima. Putovanjem kroz vinske regije posjetitelji se osim kušanja vina, razgledavanja vinarija i vinograda, te sudjelovanja na vinskim festivalima, izložbama i manifestacijama upoznaju s načinom života na tim prostorima, njihovim kulturnim i povijesnim znamenitostima, tradicijom, gastronomijom, prirodnim ljepotama, te ostalim posebnostima tog područja. Za Hall, Sharples, Cambourne i Macionis (2000), vinski turizam je posjeta vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i

vinskim izložbama, pri čemu degustacija vina i/ili doživljaj atrakcija vinogradarske regije predstavljaju primarne motive posjete.

Vinski turizam ima svoju bazu i temelje putem specifičnih interesa koji su povezani s vinom, te koje turiste povezuju upravo tom motivacijom za odabir vinske regije kao turističke destinacije i aktivnostima poput degustacije vina. Upravo zato, ovakav oblik selektivnog turizma nudi turistima ponudu i jedinstvene doživljaje putem dužih ili kraćih izleta u specifične krajeve gdje se uzgaja i raste vinova loza. Vinski turizam je vrlo važan za vinare i vinarije jer je to način da direktno prodaju svoje proizvode specifične za taj kraj.

U čitavom tom procesu postoje tri temeljna stupa vinskog turizma (Getz, 2000:6):

- proizvođači vina,
- turisti odnosno potrošači,
- turističke agencije koje spajaju proizvođače sa samim turistima.

Vinski turizam snažno utječe na ponašanje turista koji konzumiraju vino te tako postaju definirane ciljne skupine vinskog turizma. Vinski turisti predstavljaju onu grupu turista čiji je interes putovanja i prioritet degustacija vina u određenoj destinaciji, da bi mogli primarno konzumirati domaće sorte te stvoriti doživljaj drukčije vrste vina te da bi mogli izvršiti komparaciju između njima najdražih. Na taj način moguća je formulacija i kreacija mnogobrojnih strategija razvoja destinacije, a koje se baziraju na ponudi vina i brojnih vinskih sorti. Hall (2003) vinsku regiju definira kao "turističko područje kojeg čini kombinacija fizičkog, kulturnog i prirodnog okruženja, što daje svakoj regiji nekakvu privlačnost koja se može tada smatrati vinskom turističkom destinacijom" (Geić, 2011: 340). Povezanost proizvodnje vina i turizma posredstvom vinskog turizma moguće je uočiti u narednom prikazu Tablica 1.

Tablica 1. Okvir za istraživanje vinskog turizma

Primarna industrija	Sekundarna industrija	Tercijarna industrija
<.....>		
Vinska industrija		Turistička industrija
Ponuda vinskog turizma podliježe sezonskim, globalnim, tehničkim i poljoprivrednim čimbenicima koje uspostavljaju ponudu grožđa i vina.		Potražnja za vinskim turizmom uvjetovana je gospodarskim i demografskim rastom i turističkom potražnjom.
Pojedinačne cijene vina određuju globalne cijene vina kao i cijena ostalih (zamjenskih) alkoholnih pića.		Raspon cijena određen je prirodom proizvoda / usluge koje nudi i sezonskom potražnjom koja

	utječe na dodanu vrijednost doživljaja.
Homogeni proizvod – proizvodi najviše kvalitete, standardne kvalitete ili mješavine dovode do promjene u proizvodnji vina.	Heterogeni proizvodi / usluge omogućuju u kratkom vremenskom razdoblju razvoj novih proizvoda
Minimiziranje troškova traži učinkovitije metode u tehnologiji proizvodnje vina u cilju maksimizacije prihoda.	Maksimiziranje dobiti zahtjeva maksimalne marketinške aktivnosti, intenziviranje rada zaposlenika i poboljšanje ponude bez inovacija.
Dugoročno stvaranje bogatstva kroz rast kapitala u vrijednost zemljišta i zgrada.	Stvaranje bogatstva posredstvom povećanja dobiti i povrata ulaganja u kratkom roku.

Izvor: Izrada autora prema: Carlsen, J. i Charters, S. (2006). Global Wine tourism: Research, Management and marketing, CABI: Cambridge, str. 4.

Prema Getzu (2000: 36) uključujući elemente marketinga, vinski turizam je putovanje povezano sa privlačnošću vinarija i vinogradarskih područja, vrsta marketinške niše i prilika za direktnu prodaju u industriji vina. Navedeni autor putem korištenja ove definicije želi pokazati kako su mnoge nedovoljno razvijene zemlje krenule u razvoj vinskog turizma u kojem su vidjele šansu za obnavljanje svojih vinograda i poboljšanje ekonomske situacije vinorodnih područja. Zapravo on zasniva tezu na obostranoj koristi i međusobnoj interakciji koja se ogleda u povećanju prodaje vina, edukacije posjetilaca, privlačenja novih tržišnih segmenata, valoriziranju drugih prirodnih i kulturnih vrijednosti, dok u destinaciji povećava broj posjetitelja, razvija novi imidž destinacije i konačno donosi prihode (Getz, 2000: 37).

U mnogim se područjima vinski turizam pojavio kao jedan od najvažnijih ruralnih proizvoda ruralnog turizma (Marques, 2006.). Razvoj vinskog turizma nosi sa sobom brojne prednosti ruralnih destinacija na pojedinačnoj i zajedničkoj razini, uključujući porast prodaje vina u vinarijama, povećavajući imidž destinacije i povećavajući broj turista (Brunori i Rosi, 2000; Getz, 2000; Hall, Sharples i Macdonald, 2000).

Literature o istraživanju vinskog turizma usmjerene su na dva detalja (Getz i Brown, 2006): a) privlačnost destinacije vinskog turizma i čimbenici oblikovanja njihovih atraktivnosti; b) tko je vinski turist i koja su njegova iskustva iz vinskog turizma. Prema Tomljenoviću (2006), na tržištu dominiraju veliki proizvođači koji su potpomognuti, kontrolirani jednako tako snažnom distribucijskom

veleprodajnom mrežom, stoga nasuprot njih su brojni mali vinari. Malim vinarima, posebno u novim rastućim regijama potrebno lokalno tržište i prodaja u podrumima, kako bi mogli da izgrađuju svoj brand i povećavaju prodaju i dobit od prodaje vina. Mnoge afirmirane ili nove turističke regije u razvoju, a gdje se poseban naglasak stavlja na vinske podrumne i njihove vlasnike, nastoje ponoviti uspjeh poznatih vinskih regija i konačno ostvariti određene prednosti koje donosi izgledni budući razvoj vinskog turizma.

Od razvoja vinskog turizma prema Geiću (2011:341) mogu imati koristi:

1. Vinarska industrija:

- povećava se prodaja i proizvodnja;
- educiraju se posjetitelji vinarija, podruma, vinograda;
- privlače se novi tržišni segmenti;
- ostvaruje se profit od prodaje u vinariji;
- omogućava se stvaranje novih poslovnih suradnji;
- stvaraju se prilike za kreiranje novih proizvoda.

2. Turistička destinacija

- povećava se broj turista te njihova potrošnja i potražnja;
- razvija se jedinstven pozitivan imidž destinacije;
- privlače se novi i stalni turisti.

3. Lokalna zajednica:

- privlače se nove investicije;
- razvijaju se novi uslužni i zabavni sadržaji;
- stvara se prepoznatljiv imidž regije.

Vinski turizam prema Geiću (2011: 341) uključuje potpuno osjetilno iskustvo: okus (vina i lokalne kuhinje te svježeg grožđa), miris (zemlje, grožđa, svježeg seoskog zraka, vinarija tijekom fermentacije, podruma, kuhinja u restoranima i seoskim prenoćištima, lišća i tla u vinogradima, travnjaka i cvijeća), dodir (praktični doživljaj proizvodnje vina, boce i čaše, kuhanje s vinom, branje grožđa), vid (vinogradi i modro nebo, jedinstvena lokalna arhitektura, lokalni ljudi koji uživaju u radu, tradicionalni festivali, boja vina), sluh (punjenje vina u boce, lijevanje vina u čaše, radosna glazba, vinarska oprema).

Dobro razvijen vinski turizam nekog kraja ide na ponos ljudi koji žive u njemu. Prosječan vinski turist je visokoobrazovana osoba, ekonomski neovisna, u dobi od 45- 50 godina. Riječ je o ljudima kojima nije cilj puko ispijanje vina, već želja da preko vinskog turizma upoznaju kraj u koji dolaze, njegove ljude, kulturu i

povijest (Glas Slavonije.hr, 2021). Potom, Shor i Mansfeld (2009) navode kako vinski turisti i vinski entuzijasti imaju mnoge socijalne i demografske sličnosti. Prema njima, utvrđeno je da osobe koje zanima vinski turizam redovito konzumiraju vino i znaju mnogo ili veoma mnogo o vinima te nekoliko puta godišnje posjećuju vinarije ili vinske regije. Istraživanje provedeno među vinskim turistima pokazuje da oni imaju mnoge zajedničke karakteristike i da dijele iste životne vrijednosti. Turistička ponuda se oblikuje prema željama turista kako bi oni zadovoljili svoje turističke potrebe. Zbog toga je već u najranijim fazama istraživanja vinskog turizma velika pozornost posvećena potencijalnim vinskim turistima, odnosno njihovom profiliranju i istraživanju njihove motivacije (Šumiga, 2012.).

Tablica 2. Činitelji koji potiču turiste na sudjelovanje u vinskom turizmu

POTISNI ČINITELJI	BROJ ISPITANIKA	% OD UZORKA
Kušanje vina	206	81,4
Proširenje znanja o vinu općenito	157	62,1
Učenje o procesu proizvodnje vina	140	55,3
Upoznavanje područja u kojem se vino proizvodi	97	38,3
Susret s ljudima koji proizvode vino	48	19,0
Učenje kako kušati i cijeniti vino	37	14,6
Doživljaj novog iskustva kojeg ranije nisu iskusili	37	14,6
Učenje kako koordinirati vino i hranu	27	10,7
Susret s drugim ljudima koji su zainteresirani za vino	6	2,4
Drugo	20	7,9

Izvor: Izvor: Shor, N., Mansfeld, Y. (2009) "Od konzumacije vina do vinskog turizma: Konzumacija i ponašanje u prostoru izraelskih vinskih turista". Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis , Vol. 57, No. 4, str. 383.

Postoje četiri vrste vinskih turista (Geić, 2011: 344):

- Profesionalac je osoba u dobi između 30 i 45 godina koja poznaje enologiju, razgovara s proizvođačem o detaljima te precizno određuje pozitivne i negativne karakteristike vina.
- Impresionirani početnik je osoba u dobi između 25 i 30 godina koja voli vino i smatra ga alatom za stvaranje prijateljstva, uživa u hrani i otkrivanju novih područja te obično putuje s prijateljima.
- Boem je osoba u dobi između 40 i 45 godina, visoke platežne moći kojeg privlači vino jer poznavanjem vina ostvaruje viši društveni status, poznaje osnove i voli komentirati na osnovu tuđih znanja, voli pozitivne brendove, impresionira ga npr. izgled boce.
- Alkoholičar je osoba u dobi između 50 i 60 godina koja redovno posjećuje vinarije, pije vino ne uživajući u njemu, kuša u velikim količinama te kupuje velike količine vina za ponijeti.

Potrebno je istaknuti da svakako postoji kategorija osoba iznad 50 godina koja predstavljaiskusnu skupinu posjetitelja koji posjeduju enološko znanje, financijsku neovisnost i slobodno vrijeme, zatim koji uživaju u vinskim iskustvima koje povezuju sa vrhunskim gastronomskim događajima.

3.3. Pozitivni učinci vinskog turizma

U suvremeno doba razvoj, uzgoj i proizvodnja vinskih sorti postaju snažno korelacijski povezani zato što doprinose razvoju turizma putem brojnih pozitivnih učinaka. Neke koristi enološkog turizma za vinarsku industriju su (Božić, 2008.):

- povećava prodaju vina;
- privlači nove tržišne segmente;
- viši profiti od prodaje u vinariji;
- poboljšanje veze s trgovinom vina;
- nova poslovna suradnja (s drugim atrakcijama);
- testiranje novih proizvoda i slično.

Osim navedenih prednosti i koristi za vinsku industriju, u poveznici s turizmom, enologija donosi koristi i zajednici, a one su sljedeće (Hrvatski centar za poljoprivredni marketing, 2019.): povećani broj posjetitelja i potrošnje; privlači nove i stalne posjetitelje; razvija jedinstveni pozitivni imidž destinacije; popunjava razdoblja niske posjećenosti i slično. Koristi enološkog turizma za lokalnu zajednicu su sljedeće: privlači nove investicije i razvija nove uslužne i zabavne sadržaje; stvara događaje za stanovnike i posjetitelje; stanovnici ostvaruju

dodatne prihode; osigurava podlogu za razvoj novih industrija i slično (Božić, 2008.).

Prema SMPCT (2008.) glavne prednosti razvitka vinskog i gastronomskog turizma su:

- veliki potencijal za razvoj vinskog i gastronomskog turizma zahvaljujući bogatstvu proizvoda i kulinarskih tradicija, kao i bogatoj ponudi vina,
- mogućnost razvoja tematskih kružnih putovanja s izvornim proizvodima kao što su maslinovo ulje, tartufi, med i drugo,
- dobar ugled nekih tipičnih proizvoda iz Hrvatske kao što su bijeli tartuf, pršut, riba i maslinovo ulje,
- blizina velikih i emitivnih tržišta (Njemačka, Austrija i drugo),

S druge strane potrebno je prikazati i glavne prepreke poput:

- nedostatak međunarodnog imidža kao eno- gastronomskog odredišta,
- nedostatak specijaliziranih destinacijskih menadžment kompanije i putničkih agencija specijaliziranih za osmišljavanje paketa na temu gastronomije i vina,
- nedostatak informacija o hrvatskom ruralnom turizmu i gastronomiji na internetu,
- nedostatak gurmanskih udruga, i
- rascjepkana ponuda i nedostatak strukture.

Tablica 3. Osnovni i ključni činitelji u vinskom i gastronomskom turizmu

PRIPREMA	
	<ul style="list-style-type: none"> • postojanje internetskih portala za putovanja • specijalizirani turoperatori koji oblikuju pakete na odredištu • putničke agencije koje prodaju pakete vinskih i gastronomskih putovanja za odredište • turistima lako dostupni informativni materijali
Dolazak	<ul style="list-style-type: none"> • dobra povezanost i dostupnost (zračna, cestovna, brodska)
Boravak	<ul style="list-style-type: none"> • kvaliteta i raznolikost smještaja
Doživljaj	<ul style="list-style-type: none"> • raznovrstan izbor gastronomske ponude i vina • objekti poput vinarija koji su prilagođeni za dolazak posjetitelja • široka ponuda restorana • aktivnosti koje zanimaju onaj tip turista koje zanimaju vina i gastronomija • lijepo, mirno i sigurno okruženje
OSNOVNI ČINITELJI USPJEHA U VINSKOM I GASTRONOMSKOM TURIZMU	

PRIPREMA	<ul style="list-style-type: none"> • svijest posjetitelja o tome da se radi o enološkom i gastronomskom odredištu • međunarodni prestiž nacionalnih/regionalnih vina i gastronomskih proizvoda • dostupnost informacija na internetu i rezervacije putem interneta • dobro osmišljene mrežne stranice o odredištu s detaljnim informacijama o aktivnostima koje su vezane uz vina i gastronomiju te ponudu doživljaja koji se nude • prisutnost na važnim internetskim stranicama i blogovima koji se bave vinom i gastronomijom • jednostavnost rezervacije odmora koji se mogu prilagoditi vlastitim potrebama i interesima
Dolazak	<ul style="list-style-type: none"> • veliki broj izravnih letova s glavnih emitivnih tržišta • letovi niskobudžetnih aviokompanija
Boravak	<ul style="list-style-type: none"> • primjerena popratna infrastruktura • kvaliteta lokalne gastronomske ponude s domaćim namirnicama • gostoljubivost domaćeg stanovništva • dobra popratna ponuda (dućani, restorani itd.)
Doživljaj	<ul style="list-style-type: none"> • postojanje poduzeća za upravljanje odredištem (DMC-a) koje raspolažu najnovijim znanjima, tehnologijama i iskustvom • visokoobrazovno profesionalno osoblje • dobra očuvanost i održavanje vinskih i gastronomskih putova i njihova okoliša • maštovita, raznovrsna i autentična iskustva

Izvor: SMPCT, Strategic Marketing Plan of Croatian Tourism 2010-2014, THR & Horwath, Barcelona 2008., str. 468 iz knjige Meler i Horvat (2018.)

Zahvaljujući činjenici da Hrvatska zaista posjeduje kvalitetna vina, ali i kvalitetnu gastronomsku ponudu disperziranu diljem cijele zemlje, za očekivati je da se ovaj oblik selektivnog turizma u budućnosti snažno razvije, tim više što se u ovom obliku turizma u Europi godišnje ostvari otprilike blizu milijun međunarodnih putovanja (Meler i Horvat, 2018: 321).

3.4. Sadržajne odrednice turističke ponude i potražnje za vinskim turizmom

U današnje vrijeme svjetsko tržište vina susreće se s poprilično poteškoća. Dolazi do neravnoteže između ponude i potražnje. Ponuda raste, a potražnja za vinom pada, pa tu dolazi do nesrazmjera. Jedan od načina kojim se želi postići

povećanje potrošnje je stalan pritisak na cijene vina, a takav trend šteti proizvođačima grožđa i vina (Božić, 2008.). Turističku potražnju koja utječe na kreiranje vinskog turizma kao turističkog specifičnog proizvoda, stvaraju motivi, percepcije, prošli doživljaji te očekivanja od strane vinskog turista. Od svih navedenih elemenata za turista je najvažniji onaj doživljaj koji mu pruža degustiranje vina, jer upravo to vino karakterizira destinaciju koju je turist posjetio. Nekim posjetiteljima će kupnja vina biti jedini razlog posjeta vinarijama (Hall, 2002.). Mogu se izdvojiti zdravstveni, te sociološki motivi kao jedni od najčešćih motiva u vinskom turizmu (Hall, 2002.).

Turistički motivi za putovanja se mijenjaju kroz život turista, pa tako jedini pokazuju u mladosti preferencije prema na primjer nautičkom turizmu, a kad dođu u zrele godine, tada počinju pokazivati interes za neku drugu vrstu razonode, putovanja i uživanja (Hall, 2002.). U osnovi, motivi se mogu razlikovati zbog količine, snage i utjecaja promidžbenih aktivnosti koje stvaraju određenu percepciju o potencijalnim destinacijama i atrakcijama, kao publicitet za određenim vinogradima i koji stoga mogu utjecati na posjetitelja. Percepcije posjetitelja se sastoje od tri različita elementa: *dosadašnjeg iskustva, preferencija, te dostupnih informacija* (Hall, 2002.). Vinski turizam se ne bi trebao temeljiti isključivo na kušanju i prodaji vina, već bi se trebao povezati sa prirodnim, gastronomskim, povijesnim, kulturno – umjetničkim, zabavnim i sličnim atraktivnostima konkretne destinacije. Može biti komplementaran ostalim vrstama turizma specifičnih interesa u turističkim područjima, a može biti i primarni motiv za razvijanje turizma u vinorodnim područjima koja u pravilu nisu ujedno i turistička područja (Meler i Horvat, 2018.).

Tablica 4. Tipologija proizvoda vinskog turizma

TIPOLOGIJA PROIZVODA VINSKOG TURIZMA	ŠTO SU TI PROIZVODI ?
Vinske ceste	Signalizacija na području vinske regije za otkriće vinograda i vinskih podruma.
Planinarenje u vinogradima	Označeni itinereri omogućuju otkriće vinograda u vožnji.
Organizirane ture i boravak u vinogradima	Paket aranžman uključuje smještaj, prehranu i prijevoz s različitim intenzitetom trajanja, a koji sadrži aktivnosti kao što su posjete vinogradima uz vinske probe, gastronomiju i prezentaciju proizvodnje vina.
Izučavanje enologije	Tečajevi omogućuju bolje poznavanje marketinga vinskog turizma, kulture, tradicije i tehnologije proizvodnje vina.

Posjeta vinskim podrumima	Posjete vinskim podrumima gdje vinari upoznaju posjetitelje s njihovim vinskim podrumima i proizvodnjom vina.
Muzeji vina	Kulturna mjesta koja imaju za cilj da predstavljaju tradiciju i svjetska dostignuća u proizvodnji vina.
Blagdani i festivali	Događaji u cilju očuvanja lokalne tradicije, poticaj promocije vina, unapređenje proizvodnje vina na novim područjima npr. na europskoj razini, Dani vinskog turizma; na lokalnoj razini, Međunarodni festival vinogradarstva i vinarstva Bacchus u Toscani.
Stručne prezentacije i degustacije vina, lokalni sajmovi i akcije prodaje vina	Ove grupacije imaju za svrhu predstavljanje proizvoda u strogo komercijalne svrhe. Ex: Međunarodni Salon Vinvest vina.

Izvor : Razović, M. (2015): Vinski turizam kao poseban oblik turističke ponude Dalmacije, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 3 - 4/2015, str. 57.

Prema Tomljenoviću (2006.), vinski turizam uglavnom u turističkim destinacijama se razvija u unutarnjim područjima, najčešće u sklopu ruralnog turizma. Vinski turizam ruralnom području donosi mnoge prednosti, posebno u smislu demografskog razvoja takvih područja. Vrlo je značajan doprinosu razvoja i revitalizaciji zapuštenih seoskih područja, vinograda i vinskih podruma koji su pronašli novi oblik rada i stil življenja koji osim na vinarsku industriju imaju veliki naglasak na usluge i turizam. Dakle, radi ovakve vrste selektivnog turizma imaju veliku ulogu u razvoju turizma u različitim državnim ministarstvima i agencijama koje donose zakonske uredbe i strategije kojima reguliraju ruralna područja. Važnost vinskog turizma ne očituje se samo kroz koristi koje ima vinarska industrija nego i u područjima turističkih destinacija i lokalnih zajednica. Od iznimne važnosti je podržati razvoj malih lokalnih proizvođača koji svojim radom, trudom i ulaganjem u infrastrukturu vinskih podruma i opreme nastoje izgraditi svoj imidž i prepoznatljivost pružajući autentične doživljaje koji mogu biti motivacija za dolazak turista i koje mogu imati značajan doprinos lokalnoj zajednici u razvoju turističke destinacije i njezinih atrakcija.

3.5. Vinski turizam u vrijeme pandemije COVID-19

U kontekstu vinskog turizma, tržišni stručnjaci nakon pandemije očekuju dramatičan pomak prema prodaji vina izvan lokacije, odnosno drastičan pad „prodaje na pragu“, a što je jedan od ključnih proizvoda vinskog turizma koja počinje od temeljne pretpostavke da je uživanje u vinu na lokaciji snažan kulturno – turistički doživljaj i iskustvo ruralnog turizma. Na taj se način konzumacija vina

odvaja od svog autentičnog ambijenta i prestaje biti proizvod turizma vina. Pozitivna vijest je da se s pojavom pandemije mijenja svijest korisnika pa naglasak na podrijetlu i kvaliteti lokalnih proizvoda postaje sve suvremenija. To znači da se pri konzumiranju vina, odnosno kod odabira vina za konzumaciju vodi računa o autentičnosti, posebnosti i priči o njegovom porijeklu, načinima na kojima je proizvodnja utjecala na okoliš i ostalim etičkim pitanjima. I hrana i vino su milijunima ljudi na planetu u doba pandemije bili utjeha. S onemogućavanjem fizičkih putovanja, ljudi diljem svijeta su putovali imaginarno, kuhajući u svojim domovima hranu iz udaljenih destinacija i sparujući ju s vinima. Kušajući vina, ljudi se povezuju s teritorijima i kulturama njihovih vinogorja. Putovanja nepcem za najveći broj ljudi u posljednjih su godinu dana bila jedina putovanja. U tome su uvelike pomogle društvene mreže i ostali digitalni, odnosno online kanali. Digitalna transformacija jedan je od odgovora na pandemiju. U vrijeme kada putovanja nisu moguća, mnogi su iskoristili mogućnosti digitalnog marketinga. Održavali su i osnaživali veze s korisnicima informirajući i pobuđujući interes za svoja vina, pa stvarajući i zanimljiva digitalna iskustva, kako bi svoje korisnike i kupce pripremili i motivirali na fizički dolazak u vinsku destinaciju kada putovanja ponovno budu dijelom svakodnevnice. Digitalni mediji poslužili su za osnaživanje plasmana vina kroz priče, blogove i vlogove šireći broj i doseg publike i pripremajući se za slijedeći korak – fizičko iskustvo. Web trgovine, mogućnost plaćanja kreditnim karticama, društvene mreže i odnos država i regija prema pandemiji i strategijama koje osiguravaju sigurnost svih, ali i njihova otvorenost i podrška eno- gastro aktivnostima i strateškom razvoju, ključ su za krizni upravljanje u vremenima nesigurnosti i kriza poput ove koju je donijela pandemija COVID-19.

U perspektivi, u post COVID razdoblju, vinski turizam koji nije masivan turizam, imati će značajnu ulogu za oporavak turizam uopće. Obiteljska putovanja osobnim vozilima, manje grupe lokalnih i regionalnih turista prvi će pokrenuti turistički oporavak. Boravak u prirodi, očuvan okoliš, razvijena infrastruktura za prihvat posjetitelja, autentična i intimna iskustva i doživljaji, kao i inovativno i kreativno upravljanje doživljajima i iskustvom posjetitelja uz uspješno provođenje ostalih politika, primarno zdravstvenih, okolišnih i socijalnih dobitna su kombinacija koju će iskoristiti uspješne i dobro upravljanje destinacije vinskog turizma.

4. POŽEŠKO - SLAVONSKA ŽUPANIJA - TEORIJSKE ODREDNICE

Požeško – slavonska županija nalazi se u središtu Slavonije. Dio je peripanonskog prostora između Podravine na sjeveru, Posavine na jugu, nizinskog ili zapadnog Poilovlja na zapadu, te Istočno hrvatske ravnice na istoku.

4.1. Zemljopisni položaj i smještaj

Geografski smještaj županije (Zlatna dolina, 2020.):

- najzapadnija je točka na području Marinog Sela 45°31' sjeverne geografske širine
- najistočnija je točka na području Starog Zdenkovca 45°22' N,
- najsjevernija je točka na području Novog Zvečeva na 45°33' N,
- najjužnija je točka na području Brodskog Drenovca na 45°12' N.

Prema uvjetno – homogenoj regionalizaciji prostor županije pripada Istočno – peripanonskom prostoru ili središnjem hrvatskom međuriječju. S obzirom na prirodna obilježja, prostor Požeško – slavonske županije sastavljen od više ili manje od ovih prirodnih cjelina: Zapadno (nizinsko) Poilovlje, Brdsko Poilovlje Slavonsko Polonje i Požeška zavalu.

Zapadni, rubni dio županije pripada Zapadnom Poilovlju koje je isključivo nizinskih obilježja. Na njega se nastavlja Brdsko Poilovlje kojim dominiraju doline i nisko podgorje Psunja i Papuka. To je uglavnom područje gradova Lipika i Pakraca. U navedenoj prirodnoj cjelini kao manje podcjeline izdvajaju se Sjevernopakranska i Južnopakranska kotlina. Jugozapadni dio županije pripada Kričko- blatuškom pobrđu koje je sastavni dio Slavonskog Polonja kao veće prirodne cjeline. Najveći dio županije pripada Požeškoj zavali koja je u širem smislu gorsko- prigorsko – dolinski kompleks nizinskih zona između sjeverno položenog gorskog niza Papuk – Krndija i južno položenog gorskog niza Psunj – Požeška (Babja) gora – Dilj. Dijeli se na Zapadnu požešku zavalu i Istočnu požešku zavalu (Zlatna dolina, 2020.).

Požeško – slavonska županija okružena je s pet županija: Brodsko – posavskom, Sisačko- moslavačkom, Virovitičko- podravskom, Osječko- baranjskom i Bjelovarsko- bilogorskom. S 1823 km² nalazi se među manjom županijom u Republici Hrvatskoj. S ostatkom Republike Hrvatske i susjednim državama županiju povezuju državne ceste : D5 Barcz – Virovitica – Daruvar – Pakrac, Lipik – Okučani – Bosanska Gradiška, D38 Pakrac – Požega – Pleternica – Đakovo, D47 Lipik – Novska – Hrvatska Dubica – Hrvatska Kostajnica, D49 Pleternica – čvorište Lužani (A3), D51 Gradište (Kutjevo) – Požega – čvorište

Nova Gradiška (A3) i D69 Slatina – Čeralije – Voćin – Novo Zvečevo – Kamenska (Zlatna dolina, 2020.).

Slika 3. Geografski položaj Požeško -slavonske županije na karti, grb i zastava županije



Izvor: Slike su preuzete sa službene stranice Požeško – slavonske županije dostupne na <https://www.pszupanija.hr/> , datum pristupanja 01.05.2021.

Na prvoj slici je prikazan geografski položaj Požeško- slavonske županije na karti, druga slika predstavlja grb županije, zatim treća slika prikazuje zastavu županije.

U razdoblju siječanj – prosinac 2020. g na području Požeško – slavonske županije ostvareno je 10. 875 dolazaka koji su rezultirali s 28.288 noćenja. U usporedbi s istim razdobljem prošle godine u dolascima je ostvareno smanjenje za 47,53% (20.727 dolazaka siječanj – prosinac 2019. godine), te smanjenje od 38,85 % u noćenjima (46.257 noćenje siječanj – prosinac 2019. godine).

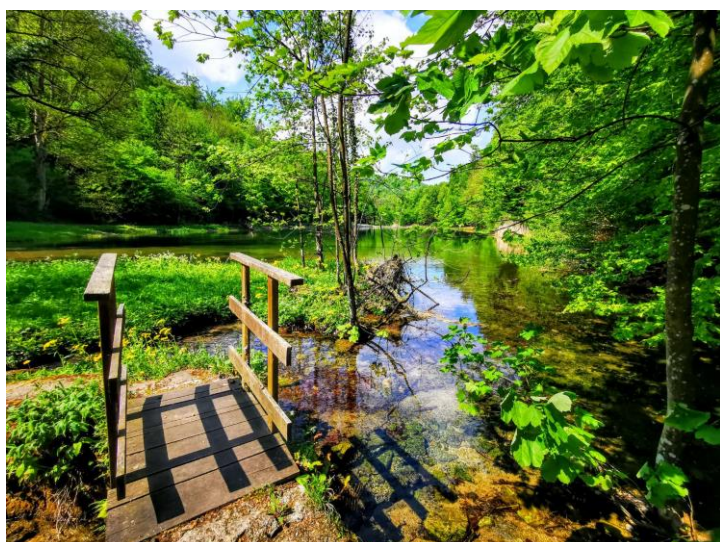
4.2. Reljef Požeško – slavonske županije

Reljef županije je raznolik. Izmjenjuje se većina glavnih tipova reljefnih oblika: poloji, terasni ravnjaci (riječne terase), lesne zaravni, dolinski reljef nižih pobrđa i gorski reljef. Nizinski reljef (do 200 m/nv) obuhvaća krajnji zapad županije, uglavnom područje grada Lipika i djelomično Pakraca. U nizinskom reljefu prevladavaju poloji i riječne terase uz velike rijeke Pakru, Bijelu i Ilovu. Prema

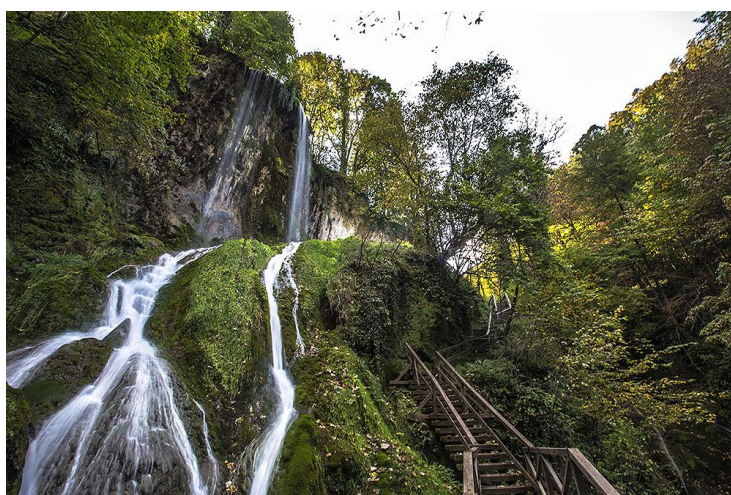
zapadu i jugu prelaze u pobrđa, kao što je Kričko – blatuško pobrđe ili niža pobrđa Papuka i Psunja. Požeška zavala u širem smislu je dolinsko – prigorsko – gorski kompleks. Središnji dio je nizinski dok rubni dijelovi zavale prelaze u pobrđa i gore. Zapadni dio zavale je kotlinski sustav rebrastih pobrđa slabije agrarne proizvodnje. Zauzima više dijelove Papuka i Psunja, s više vodotoka, većom vlažnošću i s manje prapora, što je imalo odraza na slabiju naseljenost. Istočni je dio kotlinski sustav otvorenijih zaravni s prapornim (lesnim) naslagama. Agrarno je najvrjedniji dio kotline, sa znatnim površinama lesa, tzv. Zlatna dolina (Valis Aurea) (Zlatna dolina, 2020.).

Papuk je najveća slavonska gora. Najviši vrh visok je 953 metra. Zapadni dio se naziva Ravna gora s najvišim vrhom od 854 metra. Poznata su izletišta Jankovac, Velika i Zvečevo. Na Papuku izvire rijeke Bijela i Pakra. Zbog geološke i bioraznolikosti, najveći je dio gore zaštićen, dio je Parka prirode Papuk.

Slika 4. Park prirode Papuk i Jankovac



Izvor: Slika Parka prirode Papuka, dostupna na <https://www.pp-papuk.hr/>, datum pristupanja 01.05.2021.



Izvor: Slap Skakavc na Jankovcu u sklopu Parka prirode Papuka, dostupno na <https://www.pp-papuk.hr/>, datum pristupanja 01.05.2021.

Krndija se u nizu pruža istočno od Papuka. Najviši vrh Krndije je Kapavac i visok je 790 metara. Zajedno s Papukom i Psunjom čini najstarije dijelove slavonskih gora, a ujedno i najstarije gore u Hrvatskoj. Niz Psunj – Požeška gora – Dilj granica je između Požeške zavale i brodske Posavine. Sjeverne padaline sastavni su dio Požeško – slavonske županije i strmije su od južnih (Zlatna dolina, 2020). Psunj je najviša slavonska gora. Najviši vrh, Brezovo polje, visok je 984 metara i nalazi se na prostoru županije. Glavna značajka reljefa brojne zvjezdasto rasprostrte kose, dugačke i po deset kilometara, koje se šire lepezasto na sve strane od čvorišta u najvišem vrhu. Na njemu se nalazi planinarski dom i izletište Omanovac. Najviši predjeli obrasli su šumom, a na nižima su voćnjaci i vinogradi.

Požeška (Babja) gora nalazi se južno od Požege, između Psunja i Dilja. Najviši vrh Kapavac visok je 618 m/nv. Planinarski popularniji nekoliko metara niži Maksimov hrast (615 m/nv). Na njemu se nalazi geodetska piramida i telekomunikacijski odašiljač. Dilj je najniža od slavonskih gora. Ime dolazi od riječi dijeliti. Naime, ova gora je dijelila *Granicu od Paurije* tj. civilni od vojnog dijela nakon oslobođenja Slavonije od Turaka. Ima dva najviša vrha: Crnkovac (461 m/nv) u zapadnom dijelu i Degman ili po starom Jurje brdo (461 m/nv) u istočnom dijelu (Zlatna dolina, 2020).

4.3. Klima, vode, vegetacija i zaštićena područja

Klima Požeško – slavonske županije ima obilježje umjereno tople vlažne klime s toplim ljetima. Takvi nizinski krajevi imaju prosječnu temperaturu siječnja između -1 i -2 5° C, a prosječnu temperaturu srpnja preko 20° C. Gorski dio nešto je svježiji, što je i normalno, a prosječne su vrijednosti temperature u siječnju -2°C do -4° C, a u srpnju između 18 i 20° C. Srednja godišnja amplituda iznosi 21,6°, a apsolutna amplituda iznosi oko 68°C (od -28°C do + 40°C). Gorski dio županije bogatiji je padalinama (oko 1.000 mm godišnje) od nizinskog dijela (oko 750 mm godišnje). Najviše padalina ima u lipnju i studenom. Količina padalina u zapadnom dijelu je veća nego u istočnom. Najčešći su vjetrovi zapadnog i sjevernog pravca (Zlatna dolina, 2020.).

Uslijed vrlo dinamičnog reljefa i geološke građe, te relativne dostatnosti padalina, Požeško- slavonska županija obiluje mnoštvom manjih tokova. Svi pripadaju slijevu rijeke Save. U požeškom dijelu županije najduža je rijeka Orjava (89 km) koja izvire u Psunju kod Bučja, a ulijeva se u Savu kod Slavanskog Kobaša. Londža (47 km) teče istočnim dijelom Požeštine, izvire u Krndiji, a u Orjavu se ulijeva kod Pleternice. Od ostalih manjih tokova u požeškom dijelu županije,

spominju se Veličanka, Kaptolka, Vetovka, Kutjevačka Rika, Orljavica i Brzaja (Zlatna dolina, 2020.)

Požeško – slavonska županija nema većih jezera. Sovsko jezero, specifičan je primjer prirodnog jezera koje je nastalo u prirodnoj depresiji. Zbog svog oblika i modro zelene boje naziva se *Modrim okom Slavonije*. Nalazi se u sjevernoj padini Dilj gore na 430 m/nv. Površina mu iznosi 3600m², a najveća dubina oko 10 metara. Hrani se vodom iz nekoliko izvora, a smatra ga se reliktom iz prošlih geoloških razdoblja.

Slika 5. Sovsko jezero



Izvor: Slika preuzeta sa internetske stranice, dostupna na <https://priroda-psz.hr/sovsko-jezero.html>, datum pristupanja 01.05.2021.

Od umjetnih akumulacija vode najveći je Ribnjak Poljana, površine 1. 284 hektara.

Vegetacija Požeško – slavonske županije zbog geomorfoloških, klimatskih i hidrografskih osobina je poprilično raznovrsna. Nizinskim dijelom prevladavaju poljoprivredne kulture, uz nešto travnjaka i nizinskih šuma uz vodotoke (hrast lužnjak, joha, vrba i topola). Višim dijelom dominira šuma i to šuma hrasta kitnjaka i običnog graba u nižem dijelu, a od otprilike 400 m/nv dominira bukva. Flora Požeško – slavonske županije broji oko 1.600 vrsta, što je oko trećine flore Republike Hrvatske.

Raznovrsne prirodne osobitosti nameću potrebu zaštite ugroženih i potencijalno ugroženih područja i vrsta. Najveći stupanj zaštite prirode u Požeško – slavonskoj županiji pruža Park prirode Papuk. Osnovan je 1999. godine, prostire se na 336 km², od čega je oko 55 % na području Požeško – slavonske županije, a ostalo je na području Virovitičko – podravske županije. Općine i gradovi koji se nalaze na području Parka prirode Papuk su Kaptol, Velika, Brestovac i grad Kutjevo. Od 2007. godine ima status geoparka zbog značajnih geoloških sadržaja. Županija je utemeljila Javnu ustanovu za upravljanje zaštićenim

područjima na području županije. Pod njihovom zaštitom nalaze se Sovsko jezero, Požeška gora, Park u Lipiku, Park u Kutjevu, Park u Trenkovu i Natura 2000.

Natura 2000 ekološka je mreža u Republici Hrvatskoj koju čine područja očuvanja značajna za ptice i druge divlje vrste. Natura 2000 područja u županiji su šume na Dilj gori, Ilova, Orljavac, špilje Trbušnjak – Rastik, Ribnjaci Poljana, Livade kod Čaglina, Londža i obronci Dilja, Potoci oko Papuka, Psunj, Orljava, Nurkovac, Bijela i Orjavica.

4.4. Stanovništvo i kulturno – umjetnički pregled županije

Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, u Požeško – slavonskoj županiji živjelo je 78.034 stanovnika, što ju prema broju stanovnika svrstava na pretposljednje mjesto među županijama Republike Hrvatske. Naime, ovo je depopulacijski prostor jer se broj stanovnika konstanto smanjuje od popisa iz 1971. godine. Posljednji put, Požeško – slavonska županija imala ovoliko približan broj stanovnika još davne 1900. godine. Zbog Domovinskog rata, on je između popisa stanovništva 1991. i 2001. godine izgubio više od 12.000 stanovnika.

Prosječna gustoća naseljenosti iznosi 42,81 st/km², prema čemu je to jedna od rjeđe naseljenih županija, daleko iza državnog prosjeka (75,8 st/km²). Prema nacionalnoj pripadnosti, većina su stanovnika Hrvati – 90,38 %. Od nacionalnih manjina najbrojniji su Srbi – 6%, dok ostale nacionalne manjine ne prelaze 1%: Česi (649 stanovnika ili 0,83 %), Talijani (592 ili 0,76 %), Albanci (196 ili 0,25%), Mađari (164 ili 0,21%), itd. (Zlatna dolina, 2020.). Prema vjerskom sastavu većinu stanovništva čine rimokatolici (89,79%), na drugom mjestu su pravoslavni sa 6,22%, te protestanti s 0,34 %. Dok se 1.083 stanovnika (1,39%) izjasnila se u kategoriji *nisu vjernici i ateisti*, te 882 se nije izjasnilo. Dobna struktura pokazuje na duboku starost stanovnika županije. Udio mladog stanovništva (do 19 godina) iznosi 23,8 %, zrelog (20-59) iznosi 41,04%, a starog stanovništva (stariji od 60 godina) 23,6%. Dobno – spolna piramida regresivnog je tipa, što znači da ima nizak udio djece tako da baza piramide postaje uža od njezine sredine. Uočljiv je i nedostatak stanovništva u radno i rodno najvitalnijim kategorijama (25-29, 30-34, 35-39, 40-44 godine starosti) koji je najvjerojatnije uzrokovan iseljavanjem (Zlatna dolina, 2020.).

Slika 6. Popis stanovništva Požeško-slavonske županije po gradovima i općinama iz 2011. godine

Požeško-slavonska županija County of Požega-Slavonia	sv./ All	78 034	5 528	13 142	16 355	18 572	-	-	50 892	18 423	14 000	6 310	40,9	99,2	23,6
	m/ M	37 847	2 891	6 820	8 449	9 575	-	-	25 824	7 284	5 203	2 063	38,7	76,1	19,2
	ž/ W	40 187	2 637	6 322	7 906	8 997	17 275	4 823	25 068	11 139	8 797	4 247	42,9	123,8	27,7
Gradovi/ Towns Kutjevo	sv./ All	6 247	462	1 096	1 372	1 566	-	-	4 172	1 299	979	427	39,6	83,0	20,8
	m/ M	3 076	245	572	707	812	-	-	2 161	500	343	129	37,5	61,6	16,3
	ž/ W	3 171	217	524	665	754	1 414	407	2 011	799	636	298	41,6	106,0	25,2
Lipik	sv./ All	6 170	406	955	1 175	1 329	-	-	3 883	1 733	1 332	659	43,2	130,4	28,1
	m/ M	2 949	209	471	591	677	-	-	1 997	665	481	211	40,7	98,2	22,6
	ž/ W	3 221	197	484	584	652	1 224	362	1 886	1 068	851	448	45,5	163,8	33,2
Pakrac	sv./ All	8 460	585	1 336	1 620	1 798	-	-	5 319	2 353	1 805	818	43,1	130,9	27,8
	m/ M	4 021	307	697	839	932	-	-	2 680	897	644	268	40,4	96,2	22,3
	ž/ W	4 439	278	639	781	866	1 696	469	2 639	1 456	1 161	550	45,5	168,1	32,8
Pleternica	sv./ All	11 323	829	2 035	2 595	2 980	-	-	7 262	2 595	2 026	859	39,8	87,1	22,9
	m/ M	5 620	429	1 065	1 349	1 548	-	-	3 784	1 037	771	257	37,9	67,0	18,5
	ž/ W	5 703	400	970	1 246	1 432	2 545	708	3 478	1 558	1 255	602	41,7	108,8	27,3

Spol Sex	Ukupno Total	Žene u fertilnoj dobi (15 – 49 godina) Women of reproductive age (15 – 49 years)					Radno sposobno stanovništvo (15 – 64 godine) Working-age population (15 – 64 years)		60 i više godina 60 years and over	65 i više godina 65 years and over	75 i više godina 75 years and over	Prosječna starost Average age	Indeks starenja Ageing index	Koeficijent starosti Age coefficient	
		0 – 6 godina 0 – 6 years	0 – 14 godina 0 – 14 years	0 – 17 godina 0 – 17 years	0 – 19 godina 0 – 19 years	od toga 20 – 29 godina Among that: 20 – 29 years	svuđa Total	od toga 20 – 29 godina Among that: 20 – 29 years							
		1	2	3	4										5
Požega	sv./ All	26 248	1 745	4 185	5 255	5 996	-	-	17 564	6 026	4 499	1 975	41,0	100,5	23,0
	m/ M	12 549	913	2 204	2 721	3 094	-	-	8 620	2 428	1 725	690	39,0	78,5	19,3
	ž/ W	13 699	832	1 981	2 534	2 902	6 118	1 637	8 944	3 598	2 774	1 285	42,8	124,0	26,3
Općine/ Municipalities Brestovac	sv./ All	3 726	281	649	777	852	-	-	2 360	973	717	317	41,7	114,2	26,1
	m/ M	1 824	144	333	398	425	-	-	1 229	392	262	98	39,6	92,2	21,5
	ž/ W	1 902	137	316	379	427	748	209	1 131	581	455	219	43,7	136,1	30,5
Čaglin	sv./ All	2 723	148	368	459	524	-	-	1 689	824	666	319	45,5	157,3	30,3
	m/ M	1 349	82	185	238	272	-	-	923	315	241	108	42,9	115,8	23,4
	ž/ W	1 374	66	183	221	252	495	134	766	509	425	211	48,0	202,0	37,0
Jaksić	sv./ All	4 058	339	758	916	1 034	-	-	2 704	800	596	278	38,6	77,4	19,7
	m/ M	1 975	170	376	448	504	-	-	1 379	319	220	87	37,0	63,3	16,2
	ž/ W	2 083	169	382	468	530	945	277	1 325	481	376	191	40,0	90,8	23,1
Kaptol	sv./ All	3 472	274	689	859	995	-	-	2 322	606	461	217	37,1	60,9	17,5
	m/ M	1 734	147	366	455	530	-	-	1 196	249	172	68	35,6	47,0	14,4
	ž/ W	1 738	127	323	404	465	847	258	1 126	357	289	149	38,6	76,8	20,5
Velika	sv./ All	5 607	459	1 071	1 327	1 498	-	-	3 617	1 214	919	441	39,2	81,0	21,7
	m/ M	2 750	245	551	703	781	-	-	1 855	482	344	147	37,0	61,7	17,5
	ž/ W	2 857	214	520	624	717	1 243	362	1 762	732	575	294	41,3	102,1	25,6

Izvor: Kontingenti stanovništva po gradovima/općinama, popis 2011, Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1468.pdf, datum pristupanja 01.05.2021.

Na području županije nalazi se ukupno 277 naselja od čega su 262 naseljena. Pet naselja ima status grada: Požega, Pleternica, Pakrac, Lipik i Kutjevo. Posljednji popis stanovništva zabilježio je čak 15 naselja bez stanovništva (Bjelajci, Cicvare, Jakovci, Lipovac, Srednji Grahovljani u gradu Pakracu, Klisa u općini Velika te Amatovci, Bogdašić, Kamenska, Kamenski Šeovci, Kruševo, Mihajlije, Mrkoplje, Šušnjari i Vranić u općini Brestovac), a čak 31 naselje ima manje od 10 stanovnika.

Tablica 5. Najveća naselja Požeško – slavonske županije

Naselje	Broj stanovnika
Požega	19.506
Pakrac	4.842

Pleternica	3.418
Kutjevo	2.440
Lipik	2.258
Velika	2.117
Jakšić	1.877
Vidovci	1.582
Kaptol	1.409
Prekopakra	1.066

Izvor: Izrada autora prema Fotomonografiji Požeško – slavonske županije Zlatna dolina (2020.) str. 38

Uzimajući u obzir stvarni kulturni – povijesni značaj ustanovi Požeške županije u njezinom središtu, gradu Požegi, kroz važnost vrijedne prikupljene građe vezane uz županiju, odlučeno je da se prvi stalni postav Gradskog kulturno – povijesnog muzeja s 5.000 muzejskih predmeta otvori 1930. godine u Velikoj vijećnici Palače Požeške županije. Kompleksno kulturno – umjetnička vrijednost ove reprezentativne arhitekture s nekadašnjim pripadajućim inventarom naglašava slikovito vrijednost same ustanove Požeške županije (Zlatna dolina, 2020.).

Slika 7. Palača Požeško - slavonske županije



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice Požeško - slavonske županije, dostupna na : <https://www.pszupanija.hr/>, datum pristupanja 01.05.2021.

Danas obnovom Požeško – slavonske županije, Županijska palača dobila je ponovno i kroz umjetnički značaj svoje zasluženno mjesto, jer pokazuje na izuzetan sklad koji se ostvario kroz jedinstvo arhitekture, slikarstva stvarajući cjelovito izuzetno umjetničko djelo. Kao jedinstveno osnovano zaštićeno kulturno dobro u Hrvatskoj, umjetničkim i kulturno – povijesnim sadržajem Palača Požeške županije u pravom je smislu nacionalno blago.

Registar kulturnih dobara Ministarstva kulture Republike Hrvatske danas ima 105 zabilježenih zaštićenih kulturnih dobara na području Požeško – slavonske županije. Najbrojnija su u Registru za područje Požeško – slavonske županije

nepokretna kulturna dobra koja obuhvaćaju kulturno – povijesne cjeline, arheološke lokalitete, sakralne objekte, te druga pojedinačna registrirana kulturna dobra, koja se odnose na gradska središta Požeško – slavonske županije : Požegu, Pleternicu, Veliku, Kaptol, Kutjevo, Jakšić, Brestovac, Čaglin, Pakrac i Lipik.

Zaštićena kulturna dobra su dobra koja se odnose na nematerijalnu baštinu specifični, duboko kulturno – povijesno ukorijenjeni svjedoci djelovanja čovjeka na slavonskom prostoru punom različitosti. Danas, oni kao takvi imaju životnu, kulturno – povijesnu, umjetničku i tradicijsku vrijednost. Za požeški kraj su specifična dva registrirana zaštićena nematerijalna kulturna dobra: *Grgurevo – požeški vinogradarski običaj i crkveno pučko pjevanje*. Osim spomenutih kulturnih dobara, na području županije svojim karakterističnim elementima prisutna su i ona nematerijalna dobra karakteristična i za cijelu Slavoniju, Baranju i Srijem kao što su to na primer: tradicijski bećarac, umijeće pripremanja slavonskog domaćeg kulena, tradicijski napjev svatovac, umijeće izrade tradicijskih frizura, šetano kolo i umijeće sviranja na samici.

Kulturna dobra su nacionalno blago od interesa za Republiku Hrvatsku koje uživaju njezinu zaštitu. Kao pokretna i nepokretna ona obuhvaćaju arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolike i njihove dijelove, materijalne oblike i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva, zatim dokumentacijsku baštinu, zgrade i prostore u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima.

Kulturna dobra s povijesnim, umjetničkim, arheološkim i znanstvenim značajem za Hrvatsku, pa tako i za Požeško – slavonsku županiju imaju umjetničku, povijesnu i arheološku posebnu vrijednost. Na prostoru županije, Registar kulturnih dobara u RH navodi 105 vrijednih primjera zakonski zaštićenog nacionalnog blaga (Zlatna Dolina, 2020.).

4.5. SWOT analiza Požeško – slavonske županije kao turističke destinacije

Uvažavajući posebice kvalitetu i raznovrsnost, kako prirodne, tako i kulturno-povijesne, resursno - atrakcijske osnove na području Požeško-slavonske županije, može se zaključiti da se radi o prostoru prirodno predisponiranom za razvoj većeg broja turističkih proizvoda, osobito u sferi turizma posebnih interesa.

Tablica 6. SWOT analiza turističkog proizvoda i razvoja Požeško – slavonske županije

<p>SNAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Očuvanost i ljepota krajolika: <ul style="list-style-type: none"> -zaštićena priroda (PP i Geopark Papuk) - gorja (Papuk, Psunj, Krndija, Dilj, Požeška gora) - vinogorja (Kutjevo, Požega-Pleternica, Pakrac) • Bogato kulturno-povijesno nasljeđe: <ul style="list-style-type: none"> - povijesna jezgra Požege (Trg Sv. Trojstva) - povijesna jezgra Lipika (kupališni kompleks) <ul style="list-style-type: none"> – Ergela Lipik –utvrde, burgovi i dvorci - Kutjevački podrumi • Sakralna baština i svetišta, • Potencijal termi Lipik , • Očuvana kultura života i rada: <ul style="list-style-type: none"> -njegovanje običaja (Muzej bećarca - imidž gastronomskog ‘obilja’ - tradicija vinarstva - gostoljubivost lokalnog stanovništva, • Kvaliteta menadžmenta u javnom sektoru: <ul style="list-style-type: none"> - dobro korištenje EU fondova - kvaliteta rada TZ-a • Kontinuirani rast turističkog prometa, • Dobra prometna povezanost i dostupnost. 	<p>SLABOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak prepoznatljivog turističkog identiteta, • Nedostatak zaokružene destinacijske ponude: <ul style="list-style-type: none"> - smještaj - hrana i piće - trgovina - turističke agencije - turistička infrastruktura, • Nedovoljan broj, za tržište spremnih, turističkih doživljaja, • Kratka prosječna dužina boravka, • Niska iskorištenost smještajnih kapaciteta, • Mali broj poduzetnika u turizmu/ugostiteljstvu, • Nedovoljan broj osposobljenih kadrova za destinacijski menadžment, • Nerazvijen sustav poticanja start-up projekata, • Skroman promocijski budžet.
<p>PRILIKE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sve veća segmentiranost turističke potražnje, • Rast potražnje za turizmom posebnih interesa, 	<p>PRIJETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nastavak negativnih demografskih kretanja, • Odumiranje sela (de-agrarizacija),

<ul style="list-style-type: none"> • Dostupnost EU fondova/financiranja, • Interes Vlade za razvoj kontinentalnog turizma, • Povezivanje slavonskih županija u jedinstvenu turističku destinaciju Slavonija, • Suradnja s drugim kontinentalnim destinacijama u RH, • Prekogranična suradnja, • Snažnije povezivanje turizma s drugim gospodarskim sektorima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brz razvoj konkurentskih destinacija, • Ulaganja u financijski neisplative turističke projekte, • Pad ukupne gospodarske aktivnosti.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Izvor: Izrada autora prema Marketinškom planu turizma Požeško slavonske županije 2019.-2025. godine, dostupan na: https://tz-lipik.hr/cmsgalerije/sadrzajdrag_dokument39slika.pdf , datum pristupanja 10.05.2021.

Prethodno napravljena SWOT analiza ukazala je na činjenicu da je cijelo područje PSŽ još uvijek suočeno s prilično velikim brojem izazova koje valja ukloniti ili barem umanjiti kako bi se nedvojbeni potencijal za turistički razvoj na području županije u budućnosti mogao u potpunosti realizirati. U cilju, ne samo sustavnog i učinkovitog jačanja prepoznatljivosti PSŽ kao turističke destinacije koja predstavlja glavnu informacijsku osnovu, kako za definiranje vizije i strateških ciljeva razvoja turizma na području županije, nego i za specifikiranje konkretnih razvojnih projekata koji su u postizanju vizije razvoja turizma.

5. VINSKI TURIZAM KAO POSEBAN OBLIK TURISTIČKE PONUDE GRADA KUTJEVA

Kutjevo je mjesto smješteno sjeveroistočno od Požege na obroncima gore Krndije i Papuka, u Požeško – slavonskoj županiji. Prvi pisani podaci o Kutjevu potječu iz 13. stoljeća kada redovnici Cisterciti, narodu poznati kao „bijeli fratri“, 1232. godine u Kutjevu osnivaju opatiju **Valis Honesta de Gotho**. Iz toga vremena je i čuveni vinski podrum i početak duge povijesti kutjevačkog vinogorja.

5.1. Grad Kutjevo – teorijske odrednice

Prvi pisani podaci o gradu Kutjevu potječu iz 13. stoljeća kada redovnici Cisterciti 1232. godine osnivaju opatiju Vallis Honesta de Gotho u Kutjevu. Iz toga vremena spominje se čuveni vinski podrum, a u njemu je prema predaji, kameni stol iz doba baruna Franje Trenka i carice Marije Terezije.

Mali je gradić koji se nalazi u Republici Hrvatskoj, smješten u Požeško – slavonskoj županiji. Zemljopisno se nalazi na 45°23' sjeverne širine i 17°52' istočne dužine. Prema zadnjim popisom stanovništva iz 2011. godine, Grad broji 6.267 stanovnika, te se smatra jednim od najmanjih gradova u državi. Grad se sastoji od 17 naselja, te je smješteno na obroncima gore Krndije.

Karakteriziraju ga povoljni hidrometeorološki uvjeti i šume. Okružuju ga gore Papuk, Psunj, Požeška gora, Krndija i Dilj gora. Povoljno je mjesto za obavljanje raznih poljoprivrednih kultura i najveći značaj još iz prošlosti pridaje se vinogradarstvu i vinarstvu. Značajno je i po svojoj povijesnoj baštini, a česte izmjene vlasti nosile su sa sobom i nove običaje, kulture i djelatnosti.

Slika 8. Grad Kutjevo



Izvor : Slika preuzeta sa stranice Kutjevo.hr, dostupne na: <http://www.kutjevo.hr/>, datum pristupanja 28.04.2021.

Na području Turističke zajednice grada Kutjeva ostvareno je 1.473 dolazak i 2.297 noćenje, odnosno dolasci su smanjeni za 38,39% (2.412 dolazaka siječanj – prosinac 2019. godine), a noćenja su smanjena za 40,51% (3.861 noćenja siječanj – prosinac 2019. godine).

5.2. Povijesni razvoj grada Kutjeva

Arheološki nalazi svjedoče da su ljudi već u prapovijesti obitavali na kutjevačkim područjima, ali se u pisanim izvorima Kutjevo prvi puta spominje 1232. godine kada iz opatije Zirc u Ugarskoj dolaze redovnici cisterciti i ondje osnivaju svoju opatiju „*Valis honesta de Gotho*“. *Valis honesta* označava Požešku kotlinu, a *de Gotho* označava mjesto u kojem je sjedište opatije. Ime Kutjevo u povijesti se različito pisalo: *Gotho, Gotto, Coto, Kotho, Kothoa, Cuttyeva, Kutheva, itd.*, a prema opće prihvaćenom mišljenju označava mjesto u kutu, što Kutjevo doista i jest. Cisterciti su svoje opatije osnivali na osamljenim mjestima, uz vodotoke i u blizini šuma. Bili su poznati kao red koji se bavio poljoprivredom, pa su na svojem velikom posjedu uzgajali vinovu lozu i u Kutjevu sagradili vinski podrum (Zlatna dolina, 2020.)

Godine 1536. kutjevački kraj osvajaju Osmanlije, a nakon 150 godina turske vladavine, od 1686. godine, u kutjevačkom kraju stoluje plemić Ivan Josip Babić. On 1698. godine uz suglasnost cara Leopolda, vlastelinstvo predaje redu Isusovaca, pod uvjetom da prihodi idu za korist duhovnoga i prosvjetnog razvoja naroda. Isusovci u manje od dva desetljeća obnavljaju opatiju, grade novu župnu crkvu i barokni dvorac koji dovršavaju 1725. godine, obnavljaju podrum, te posebno unapređuju vinogradarstvo i podrumarstvo, a i ostalo gospodarstvo (pokreću se sajmovi, te oživljavaju bačvarski, kožarski, kovački, mlinarski, pekarski i drugi obrti).²⁰

Posjedom od 1773. do 1882. godine upravlja Ugarska državna komora, odnosno Naukovna zaklada (Fundus Studiorum). U tome vremenu Kutjevo stagnira, pa zbog toga 1882. godine Zemaljska vlada raspisuje dražbu za prodaju kutjevačkog dobra. Na dražbi ga kupuje obitelj Turković iz Karlovaca. Tijekom šezdeset i tri godine (1882. – 1945.) obitelj baruna Turkovića podigla je Kutjevačko dobro i dovela ga do najvećeg procvata.

Još daleke 1733. godine, sagrađena je vojarna u okviru koje se 1873. godine osniva vojna pastuharna. Rad pastuharne je obnovljen 1946. godine osnivanjem Vojne ergele koja se nakon jedne godine seli u majur Ovčare, a 1960. godine

²⁰ Kutjevački vinari, <http://www.kutjevacki-vinari.hr/kutjevo>, pregledano 28.04.2021.

biva ukinuta. U toj pastuharni kao vojnik službovao je veliki hrvatski književnik Antun Gustav Matoš.

Gospodarski uspon zaustavljen je Prvim svjetskim ratom, a Drugi svjetski rat i nove političke prilike označile su kraj kutjevačkog vlastelinstva koje je pretvoreno u socijalističko poljodjelsko dobro. Intenzivan razvoj poljoprivrede i prepoznatljivosti u znaku vinske kapljice i drugih proizvoda nastavio se 1963. godine kada je stvoren PPK Kutjevo, danas dioničko društvo Kutjevo.

Gospodarske prilike održavale su naprednim društveni i kulturni život kutjevačkog kraja. Tako je Kutjevo, do 1962. godine imalo općinu, te je bilo administrativno, gospodarsko i kulturno središte. Prva zgrada za školsku nastavu sagrađena je 1754. godina, a već 1774. godine u Kutjevu je jedna od 17 tada osnovanih pučkih škola. Od 1776. godine, imalo je liječnika i ljekarnu, a od 1903. godine vlastitu električnu struju i poštu. DVD Kutjevo osnovano je 1893. godine.²¹

U Kutjevu je 1906. godine osnovana Hrvatska čitaonica i izdana je Monografija Kutjeva, 1911. godine osnovan je Hrvatski sokol, a 1919. godine Hrvatsko pjevačko društvo Neven. Nogometni klub Celeritas osnovan je 1925. godine, a iste godine izgrađeno je i kupalište. Vinogradarsko – voćarska zadruga utemeljena je 1926. godine i djelovala je do 1955. godine. Društvo za uljepšavanje i lovačko društvo, osnovano je 1936. godine. Kutjevo, 1993. godine, ponovno postaje jedinica lokalne samouprave i središte Općine (danas ima status Grada). Značajno je upravno, poljoprivredno, poduzetničko, obrazovno i kulturno središte. Aktivnosti stanovnika odvijaju se u okviru mnogih udruga: KUD – ovi Bektež – Bektež, Češka Beseda – Bjeliševac, Poljadija – Grabraje, pjevačko društvo „Lipa“ – Kutjevo, Puhački orkestar Kutjevo, Ženski i muški tamburaški sastav, sportski klubovi i drugi.²²

Zahvaljujući svojem položaju unutar Požeško-slavonske županije, a posebno ekološkim uvjetima, Kutjevo i kutjevački kraj u gospodarskom razvoju prvenstveno koriste svoje prirodne resurse (reljef s ekspozicijom i inklinacijom, geološka podloga, tlo, vegetacija, podneblje i voda). Današnji amblem grada Kutjeva nosi tri bitne karakteristike kutjevačke povijesti: Barokni dvorac građen početkom 18. stoljeća, kada su isusovci gospodarili vlastelinstvom, crkva Blažene Djevice Marije, povijesno mjesto štovanja Gospe, te list s grozdom vinove loze, kao temeljno gospodarstvo obilježje kutjevačkog kraja. Na podlozi forme štita kompozicijom boja, crvenih krovova, bijelih fasada i plave pozadine naglašava se povijesni kontinuitet hrvatske državnosti (Slika 9.).

²¹ Kutjevački vinari, <http://www.kutjevacki-vinari.hr/kutjevo>, pregledano 28.04.2021.

²² Kutjevački vinari, <http://www.kutjevacki-vinari.hr/kutjevo>, pregledano 28.04.2021.

Slika 9. Amblem grada Kutjeva



GRAD KUTJEVO

Izvor: Slika preuzeta sa stranice Kutjevo.hr, dostupna na: <http://www.kutjevo.hr/>, datum pristupanja 01.5.2021.

5.3. Fenomeni kulturne baštine grada Kutjeva

Baštinski fenomeni grada Kutjeva pokrivaju sve atribute jedinstvenosti Slavonije: čistu i očuvanu prirodu, kontinuitet života i znanja, njegovanje tradicije i običaja, srednjoeuropsku građansku i plemićku tradiciju, tradicionalnu slavonsku gostoljubivost, bogatu gastronomiju i tradiciju vinarstva, te slavonsku ruralnu arhitekturu.

Kompleks dvorca u Kutjevu

Kompleks dvorca u Kutjevu, upisan je kao nepokretno pojedinačno dobro – sakralni kompleks na Listu zaštićenih kulturnih dobara Republike Hrvatske pod brojem Z-398.

Kompleks obuhvaća: Župnu crkvu sv. Marije, južno krilo nekadašnjeg samostana (dvorca), dva manja krila (zapadno i istočno), Kuća graševine vinskih podruma i park. Gradnja župne crkve započeta je nakon osnutka cistercijske opatije 1232. godine. Samostan prelazi 1700. godine u ruke isusovaca koji 1725. godine grade rezidenciju na kat i park oko nje. Južno krilo samostana bilo je preoblikovano u 19. stoljeću, pri čemu je dvorac izgubio neke bitne barokne elemente. Park okružuje dvorac i nastao je u 19. stoljeću.²³

„Prema dokumentaciji Konzervatorskog odjela²⁴ u Požegi prilikom arheoloških iskopavanja 1989. godine ispod lađe današnje, barokne crkve Rođenja Blažene Djevice Marije, otkriven je dio zida apside srednjovjekovne crkve, a dvorištu dvorca, nekadašnjeg isusovačkog rezidencijalnog dvorca, otkopani su temelji

²³ Registar kulturnih dobara, <https://registar.kulturnadobra.hr/#/>, pregledano 28.04.2021.

²⁴ Konzervatorska podloga za prostorni plan područja posebnih obilježja Park prirode Papuk, Konzervatorski odjel Požega MK, Požega, 2014, str. 42-44.

klaustura srednjovjekovnog samostana s bunarom. Prema podacima iz srednjovjekovnih kataloga cistercijskih opatija, samostan u Kutjevu osnovan je 1232. godine (Andrić, S., 2010.). U starom spisu iz 1232. godine samostan se naziva *Abbatia beatissime Virginis Marie Vallis honesta de Gotho* (Obad Šćitaroci, M., Bojanić Obad Šćitaroci, B., 1998.). Papa Grgur IX 1234. godine upućuje pismo „opatu i zajednici Čestite Doline u Požegi, cistercijskog reda, u Pečuškoj biskupiji“ (*abbati et conventui Honestae Vallis de Posega Cisterciensis ordinis, Quinqueecclesiensis diocesis*) (Andrić, S., 2010.), koje se odnosi na opata i opatiju u Kutjevu. *Honestae Vallis* je karakteristično ime cistercijskog samostana, a zemljopisna odrednica *de Posega* u srednjem vijeku označava cijelu Požešku kotlinu (Andrić, S., 2010.), dok je mađarsko ime *Gotho* najčešći naziv Kutjeva u srednjovjekovnim dokumentima (Andrić, S. , 2009.). 1250. u darovnici kralja Bele IV spominju se zemlje „crkve u Kutjevu“, za koju se smatra da također podrazumijeva cistercijski samostan (Andrić, S. , 2009.).

Kaštel ili utvrda Kutjevo navodi se u povelji kralja Vladislava 1441. godine. Neki autori povezuju s utvrđenim cistercijskim samostanom, a drugi s naseljem Kutjevački Sveti Juraj tj. današnjom Kulom (Andrić, S. , 2009.).

Zbog opasnosti od Turaka, cistercijski napustili su Kutjevo 1529. godine. Godine 1538. tijekom turske opsade, jedan je turski vojskovođa tražio od kaštelana utvrde Kutjevo da mu je mirno preda; u njegovom pismu na latinskom jeziku kutjevačku utvrdu naziva *castrum invictissimi cesaris*.²⁵ Prema nekim autorima, Turci su zauzeli Kutjevo 1536- godine, te porušili cistercijsku crkvu i samostan. Prema drugom autoru, Kutjevo je vjerojatno osvojeno tek 1540. godine, popis iz 1540. godine u kojem se Kutjevo navodi kao sasvim pusto selo (Andrić, S., 2009.). Popis iz 1545. godine, spominje ga se kao trgovište i sjedište nahije, a popis iz 1561. godine govori o zapuštenim vinogradima, njivama i livadama koje je u nevjerničko vrijeme posjedovao svećenik opat. 1660. godine u izvješću fra Petra Nikolića, vikara zagrebačkog biskupa u Slavoniji, spominju se ruševine i samostana u Kutjevu, nad kojima stoji drvena crkva i župna kuća za Kutjevo i Kaptol (Obad Šćitaroci, M., Bojanić Obad Šćitaroci, B., 1998.).

Nakon oslobođenja od turske vlasti 1687. godine, naslovnim opatom cistercijske opatije u Kutjevu, s pravom da raspolaže njezinim nekadašnjim posjedima, postaje zagrebački kanonik Ivan Josip Babić, no 10-ak godina kasnije prepušta ih isusovcima²⁶. Isusovački kutjevački sklop oblikuje se nakon turske vladavine

²⁵ Andrić, S, 2009., str. 92-93.

²⁶ Andrić, S., 2009., prema drugim autorima, opustošen kutjevački posjed dodijeljen je Babiću 1689. godine od strane kralja Leopolda I, a na Babićev poziv 1698. godine u Požegu su došli isusovci kako bi utemeljili osnovnu školu i gimnaziju; kutjevačko imanje im je dodijeljeno 1700. godine kako bi prihodima gospoštije uzdržavali požešku gimnaziju – usp. Obad Šćitaroci, M., Bojanić Obad Šćitaroci, B., 1998., str. 198-199.

na ruševinama utvrđenog cistercitskog samostana, s ostacima kula i zvonika, te novopodignutom drvenom kapelom na mjestu srednjovjekovne crkve sv. Marije. Ruševna crkva popravljena je i dograđivana tijekom 18. st., a u istom razdoblju sagrađen je i dvorac.

Ukidanjem isusovačkog reda 1773. godine prestaje i njihova nazočnost u Kutjevu. Nakon toga su se nad kutjevačkim dobrom izmjenjivali razni vlasnici od kojih su najpoznatiji članovi plemićke obitelji Turković, koji su ga doveli do najvećeg gospodarskog procvata, on je bio prekinut s početkom Prvog svjetskog rata, dok su Drugi svjetski rat i nove političke prilike pretvorile vlastelinstvo u socijalističko poljodjelsko dobro (Obad Šćitaroci, M., Bojanić Obad Šćitaroci, B., 1998.).

Danas Kutjevom dominira zaštićeni povijesni kompleks dvorca sa župnom crkvom, parkom i vinskim podrumima koji njeguju uspomenu i podzemne arheološke tragove nekadašnje srednjovjekovne opatije. Tvrtka Koncern Agram 2015. obnovio je dvorac projektom vrijednim 50 milijuna kuna. Interijer dvorca dobio je luksuzniju notu – wellness centar, raskošne sobe, restoran, konferencijsku sobu. Također, uredio se i eksterijer prekrasnim vrtom punim cvijeća, zelenila i drveća koji oduzima dah.

Slika 10. Kutjevački dvorac



Izvor: Slika kutjevačkog dvorca preuzeta sa internetske stranice, dostupna na: <https://mapio.net/pic/p-33125519/>, datum pristupanja 01.05.2021.

Crkva Sv. Marije

Prema tekstu iz konzervatorske podloge Parka prirode Papuk²⁷, gradnja započeta odmah nakon osnutka cistercitske opatije 1232. godine. Suprotno

²⁷ Konzervatorska podloga za prostorni plan posebnih obilježja Park prirode Papuk, Konzervatorski odjel Požega MK, Požega, 2014., str. 118.

strogim cistercitskim kanonima gradnje o gradnji trobrodних bazilika, crkva Sv. Marije je jednobrodna građevina s poligonalnim svetištem do kojeg je pravokutna sakristija u kojoj su očuvane gotičke freske. Zidni plaševi broda podijeljeni su dvojnimi pilastrima između kojih su prozorski otvori. U XVIII. stoljeću, u svojem gornjem dijelu, crkva je radikalno pregrađena i barokizirana.

Glavno pročelje okomito je podijeljeno plitkim pilastrima na tri polja koja su i na kraju okružena pilastrom. U sredini polja sa svake strane glavnog portala nalazi se po jedan četvorni prozorski otvor koji završava trokutastim zabatno, nalazi se oculus, a iznad njega luk koji je u sredini prekinut sa stiliziranom klasicističkom vazom. Centralni dio visoke atike naglašen je slijepim prozorom s trokutastim zabatom. Zvonik se izdiže iz glavnog pročelja koje je okomito podijeljeno plitkim pilastrima na tri polja. Etaže zvonika su zaokružene bridnim pilastrima. U novije vrijeme, sa sjeverne strane, crkvi je dograđeno jedno krilo jednostrešnim krovom na kojem su krovne kućice.

Poveljom cara Franje II., izdanom u Beču 5. siječnja 1795., dodijeljen je sajmeni privilegij trgovištu Kutjevo za dva godišnja sajma koji se održavaju 2. srpnja, na dan Uzvišenja Blažene Djevice Marije i 8. rujna, na Malu Gospu, kada velik broj hodočasnika dolazi u Kutjevo. Navodi se da je Kutjevo jedno od najstarijih hodočasničkih svetišta u središnjem dijelu Slavonije. Dolaskom obitelji Turković na vlast Kutjevo nastavlja rasti i razvijati se u svakom smislu.

Za kulturni i umjetnički razvoj pobrinula se Greta Turković, akademska slikarica i kiparica. Izradila je niz kipova, akvarela, slika narodnih nošnji iz svih krajeva i slično. Glavni oltar u župnoj crkvi u Kutjevu u središtu ima veliku sliku, rad hrvatskog slikara Ferde Kovačevića, na kojoj se nalaze likovi iz obitelji Turković. Glavni oltar sa slikom Rođenja Blažene Djevice Marije, dograđen je 1707. godine, a sliku je naslikao župnik iz Sesveta, Nikola de Lupis. Lađa crkve s baroknim elementima dovršena je 1721. godine, a 1723. godine svetište. Crkva je popločena kamenim pločama 1731. kad je uređen i ravni strop. Prekrasan zvonik na pročelju crkve, s baroknom lukovicom i jabukom s križem dovršen je 1732. godine. Arhitektura kompleksa crkve i samostana dovršena je 1735. te se od tada radi na uređenju interijera. Prvo je stavljen krov od hrastove šindre, a 1888. po prvi put se stavlja crijep biber. Za staru sliku Čudotvorne Gospe Kutjevske iz 1511. dvoji se da li je bila inventar cistercitske crkve ili su je donijeli franjevci za vrijeme turske vladavine. Interijer barokne crkve opremljen je polovinom 18. stoljeća s tri oltara. Glavni je bio posvećen Rođenju Blažene Djevice Marije, s lijeve strane bio je oltar posvećen sv. Ignaciju Lojoli (osnivaču isusovačkog reda), a s desne je strane bio oltar posvećen sv. Ivanu Franji Regisu. Oltari su izrađeni u bečkim radionicama. Umjetničke karakteristike

baroknog oltara su monumentalnost i jednostavnost. Iako je djelo iz razdoblja kasnog baroka, odiše otmjenom jednostavnošću, ljepotom i elegancijom. Barokna lukovica tornja s jabukom i križem zamijenjena je 1888. godine sa šiljastim krovom i četiri tornjića na vijencu tornja. Obnova crkve u historicističkom duhu dogodila se za vrijeme župnika Pavla Krömplera, dugogodišnjeg kutjevačkog župnika. Nove orgulje sagradio je 1890. Ferdo Fabričić. Najstarija slika Rođenja Blažene Djevice Marije autora de Lupisa povučena je u arhiv obitelji Turković. Vrijedni inventar crkve (kaleži, svijećnjaci, klupe, slike, oltari i ostalo, pod nadzorom su konzervatora i restauratora. Crkva se kroz 20. stoljeće povremeno obnavljala, a u zadnje vrijeme doživljava svoje novo osvježanje o kojem se ponajviše brine novi župnik (Kutjevo.hr, 2021.).

Slika 11. Crkva Blažene Djevice Marije u Kutjevu



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice grada kutjevo.hr. dostupna na: <http://www.kutjevo.hr/turizam/znamenitosti/kulturne/crkva-rodenja-blazene-djevice-marije/>, datum pristupanja 01.05.2021.

Cistercitski samostan (Abbatia B.M.V. de Gotho)

Osnovan 1232. godine, Isusovci ga preuzimaju 1700- te godine, te 1725. godine grade rezidenciju na kat s uređenim parkom i temeljito pregrađuju samostansku crkvu (današnju crkvu Rođenja Blažene Djevice Marije). Centralni korpus dvorca, nekadašnje južno krilo, bilo je preoblikovano u XIX. vijeku, pri čemu je dvorac izgubio neke bitne barokne elemente. U novije vrijeme sagrađeno je zapadno krilo, koje spaja crkvu s dvorcem, u istom stilu kao i postojeća građevina. Na istočnoj strani, također sagrađeno je manje krilo, tako da objekti zajedno s crkvom gotovo zatvaraju unutrašnje dvorište.

Vinski podrumi i Park

Sastoje se od manjeg, izduženog baroknog podruma postavljenog duž sjevernog zida crkvene lađe, manjih podruma iz XIX. stoljeća slične veličine, te hodnika koji

povezuje s velikim vinskim podrumom iz XVIII. stoljeća i još jednim većim koji je ujedno sagrađen u XIX. stoljeću.²⁸

Park okružuje dvorac, rezidenciju i crkvu. Hortikulturno rješenje naglašava rezidencijalni karakter dvorca. Bočni dijelovi parka riješeni su kao prirodni, engleski park s probranim vrstama visokih stabala, dok je središnji prostor ispred južnog pročelja dvorca zauzeo cvjetni rondel sa stazama kojima se prilazi dvorcu. U prilazu crkve, zasađena je aleja kestena čime je upotpunjena raznovrsnost hortikulturnog rješenja ostvarenog u XIX. stoljeću.²⁹

Arheološka baština

Područje Kutjeva kao i susjednih mjesta Požeške kotline bogato je arheološkim nalazištima. Za grad Kutjevo, arheološki nalazi imaju poseban značaj, jer je za vrijeme obitelji Turković u kutjevačkom dvorcu bila uređena arheološka zbirka.

Evidentirani arheološki lokaliteti na području Grada Kutjeva su: 1. Bjeliševac, prapovijesno nalazište sopotske kulture; 2. Bjeliševac, srednjovjekovno nalazište; 3. Ciglenik, eneolitčko nalazište; 4. Ciglenik, antičko nalazište; 5. Grabarje, „Prud“, prapovijesno nalazište vučedolske kulture; 6. Grabarje, „Rupe“, antička nekropola; 7. Grabarje, „Grblje“, prapovijesno nalazište; 8. Grabarje, „Mihovljevačko polje“, prapovijesno nalazište; 9. Grbarje, „Odsjek“, prapovijesno nalazište; 10. Gradište, prapovijesno nalazište; 11. Kula, „Gračine“, srednovjekovno nalazište; 12. Kutjevo, „Mihalje“, prapovijesno naselje; 13. Kutjevo, „Vlastelinski vinograd“, prapovijesno naselje; 14. Lukač, „Kremenište“, prapovijesno naselje; 15. Mitrovac, „Gradina“, prapovijesno naselje; 16. Mitrovac, prapovijesna nekropola; 17. Ovčare, prapovijesno naselje; 18. Poreč, sopotsko naselje; 19. Vetovo, prapovijesna nekropola; 20. Vetovo, antičko nalazište; 21. Vetovo, „Vetovačke livade“, antičko naselje; 22. Vetovo, prapovijesno naselje iz kasnog brončanog doba“.³⁰

Sakralna baština

Crkve i kapele³¹

- crkva Rođenja Blažene Djevice Marije u Kutjevu – barokna s bogatom poviješću,
- kapelica svetog Jurja – nekada u krugu Državne pastuharne – Kutjevo,

²⁸ Konzervatorska podloga za prostorni plan posebnih obilježja Park prirode Papuk, Konzervatorski odjel Požega MK, Požega, 2014. ,str. 118.

²⁹ Konzervatorska podloga za prostorni plan posebnih obilježja Park prirode Papuk, Konzervatorski odjel Požega MK, Požega, 2014. , str. 118.

³⁰ Izmjene i dopune PPUG Grada Kutjeva, knjiga 1. Tekstualni dio, Osijek, travanj 2011.

³¹ Literatura iz kataloga izložbe: „Vinogradarstvo i vinarstvo u Požeškom kraju“, autorice M. Žebčević Matić, Gradski muzej Požega, Požega, 2010.

- kapelica Pohođenja Blažene Djevice Marije iz 1925. godine (na mjestu stare crkve u spomen 1000 godina hrvatskog Kraljevstva) – Kutjevo,
- kapelica Svetog Josipa – Kutjevo,
- kapelica svetog Marka na groblju – Kutjevo,
- crkva Bezgrešnog začeca Blažene Djevice Marije u Vetovu iz 1829. godine,
- kapelice u okolnim selima: Svetog Ivana apostola u Venju, Imenu Isusovu u Bektežu sagrađene 30- tih godina 20. stoljeća.

Literatura:

- Mijo Bastić : *Naše župe Požeškog kraja*, Požega, 1966. godine.
- *Mala monografija župe Kutjeva i okolice*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1981. (Zanimljivosti: o čudesima i kuriozitetima kutjevačke crkve vezane uz Gospinu sliku, niz zanimljivosti koje se mogu iskoristiti za vjerski turizam i opsežan popis bibliografije o Kutjevu za daljnji rad).

Profana baština

Državna pastuharna Kutjevo, pastuharna kao Državna lipicanska ergela, odnosno Škola lakih jahača vrlo je važan fenomen za identitet grada Kutjeva. Osnovan je 1873. godine, a civilni karakter dobiva 1924. godine. Imala je bogatu tradiciju uzgoja i korištenja konja lipicanca za vojne potrebe i sportske svrhe. Tamo su se izdvajala najbolja grla lipicanske pasmine. Vojni rok pri pastuharni jedno vrijeme proveo je i Antun Gustav Matoš. Tako je i radnja Matoševe pripovijetke „*Pereci, friški pereci*“ smještena u Kutjevu.

Stambeno upravna zgrada Pastuharne, prije toga vojarna iz 18. stoljeća, danas je upravna zgrada Vinarije Kutjeva. Štale za različite namjene čuvanja konja kao i za obrte (kolari, remenari, sedlari, kovači i podrivači, krojači, obućari i čizmari), sačuvane su do danas slijedeće : štala za marodne (bolesne konje) - danas u vlasništvu Andrije Boškovića – privatni etnografski muzej i štala za ždrebad odbijanju od sise – danas u privatnom vlasništvu. U prvoj polovici 20. stoljeća Kutjevu su „ulaneri“ (elitni dio vojske s osobljem i pripadajućim obrtnicima u službi) donijeli jedan snažni „hoh“ duh zapadne i srednje Europe, te kulturu pijenja vina (Bošković, A. , 2010.).

Tradicijske kuće

U samom Kutjevu, ali posebno u Vetovu i okolnim selima još su uvijek vidljivi ostatci gradnje tradicijskih kuća, ali i popratnih gospodarskih objekata karakterističnih za srednju Slavoniju.

Radi se o jednostavnim zidanim kućama dvoslovnog krova s vrlo lijepim i decentno ukrašenim zabatom okrenutim prema ulici. Obično su se sastojale od tri prostorije: združene sobe, kuhinje sa kubom bez stropa u kojoj se sušilo meso, te sobe kuće domaćina, u koje se zasebno ulazilo s usječenog malog trijema na sredini uzdužnog dijela. Svaka kuća je imala i posebno nadsvođeni ulaz u podrum koji se nalazio pod polovicom kuće. U selima Kule i Poreča, gdje je do Drugog svjetskog rata prevladalo njemačko stanovništvo, doseljeno krajem 18. stoljeća, prevladava njemački tip kuće, dugačke prizemnice s dugačkim, vrlo lijepo oblikovanim trijemom.

U samom Kutjevu, prisutne su i kuće obrtnika iz prve polovice 20. stoljeća uzdužnog tipa koje s ulicom komuniciraju dugačkom frontom s nekoliko prozora prostorija u nizu. Takve kuće su bile pogodne za uređenje trgovine, gostionice ili kakve obrtničke radnje.

Od pomoćnih gospodarskih zgrada, danas se još uvijek koriste tradicijski zidani štagljevi, vrlo impozantne zgrade sa skladno uređenim dvobojn timer proćeljima od pečene cigle, s velikom kolnicom u sredini, koja donji prostor dijeli na dvije štale, obično za krave i konje, te sjenikom koji se proteže duž cijele zgrade. Najćešći baštinski prežitak su i lijepo oblikovani kućni bunari.

5.4. Fenomeni prirodne baštine

Park u Kutjevu

Park – perivoj kutjevaćkog vlastelinstva obitelji Turković nastao je krajem 19. i početkom 20. stoljeća, nosi obilježja „engleskog parka“, parkovne pejzažne arhitekture kojom se uklanja razlika između kultiviranog i slobodnog dijela parkovne površine, slične prirodi. Takav oblik parka zadržan je i danas. S jedne je strane dio prirode, a s druge dijelo vrtne arhitekture, dakle umjetnički dio ćovjeka. Sadnja drveća u parku je tako koncipirana sa su visoke vrste posađene uz rub ograde, kamenog zida, više ili manje skupno, ovisno o prostoru. Ispred proćelja dvorca ostavljen je prazan prostor koji se uredio ornamentalnom, geometrijskom formom tzv. historicistićkog vrta u kojem dominiraju cvjetne trajnice, cvijeće i niski grmovi (Zelić, I., Crnjac, T. , 2009.).

Flora i vegetacija kutjevaćkog područja

Na kutjevaćkom području koje obuhvaća dijelove gorja i prigorja Krndije, ravnićarske Poljadije i doline uz potoke formirane su različite šumske i poljoprivredne biljne zajednice, zajednice travnjaka i livada.

Specifićnu vegetaciju ćine šumska vegetacija hrasta sladuna i pitomog kestena, a kultivirane površine vinogradi i voćnjaci. Prije krćenja šuma, tu su se nalazile

sljedeće biljne zajednice: subpanonske nizinske šume hrasta lužnjaka, medioeuropske, brežuljkaste mezofilne i acidofilne šume hrasta kitnjaka, medioeuropske i ilirske brdske mezofilne, acidofilne i neutrofilne čiste šume bukve i enklava šume sladuna i cera. Krčenjem šuma pod utjecajem čovjeka stvaraju se travnjaci, poljoprivredne obrađivane površine i zapušteni krovni travnjaci i poljoprivredne površine (Zelić, I., Crnjac, T., 2009.).

Fauna kutjevačkog područja

Kutjevački kraj, šumsko je područje bogato lovnom divljači: jelenom, srnom divljom svinjom. U nizinskom dijelu prisutan je zec, fazan, trčka, šljuka, prepelica i patka kao lovna divljač. Tu su još i lisica, puh, te poneka vidra. Prisutne su ptice: lastavica, bijela roda, siva čaplja, vrana, gavran, šojka, jastreb, sokol, sova, vrabac, čvorak, slavuj, kos i drugo. Prisustvo gmazova i vodozemaca je značajno (zmije, gušteri, žabe i kornjače), kao i prisustvo mnogobrojnih leptira i vretenaca (Zelic, I., Crnjac, T., 2009.).

5.5. Vinogradarska i vinarska baština

U ovom poglavlju spominju se osnovni fenomeni vinogradarske i vinarske baštine grada Kutjeva. Poseban osvrt stavljen je na graševinu koja predstavlja identitetski najvažniju sortu kutjevačkog i požeškog kraja.

Graševina³²

Autohtona je vinska sorta Hrvatske. Ovisno o zemljama u kojima se uzgaja, različito se naziva: 1) Hrvatska – *graševina bijela, grašica, slatka, grašica*; 2) Slovenija – *laški rizling*; 3) Njemačka i Austrija – *Welschriesling*; 4) Mađarska – *olaszrizling*; 5) Češka i Slovačka – *rizling vlašsky*; 6. Rumunjska – *rizling italien*; 7. Francuska – *riesling italien blanc*; 8. Italija – *riesling italico*; 9. Srbija – *italijanski rizling grašac* i 10.) Sjeverna Makedonija – *italijanski rizling*. Graševina sasvim sigurno ne potječe iz Italije, kako bi se iz prije navedenih naziva dalo zaključiti. Jancis Robinson u svojoj knjizi *Wine grapes – a complete guide to 1368 vine varieties , including their origins and flavours*, kao službeno ime ovog kultivara navodi njezino hrvatsko ime – graševina, što je utemeljeno u slijedećim: 1) graševina je najšarenija bijela sorta u Hrvatskoj; 2) ostala imena zbunjuju jer povezuju sortu graševinu sa sortom *riesling*, a DNK istraživanja su potvrdila da je riječ o dvjema različitim sortama koje su i organoleptički prilično udaljene; 3) naziv „italijanski rizling“ poglavito je pogrešan jer je graševina tek u 19. stoljeću stigla u Italiju. Robinson zaključuje da je najizglednije pretpostaviti da je upravo Hrvatska ili dunavski bazen mjesto iz kojeg je potekla ova sorta. Time osporava

³² Saša Špiranec, Vinart d.o.o., Festival graševine u Kutjevu, 2015.

prijašnje teorije autora Trummera i Babo-a koji su zaključili sa graševina u Hrvatsku dolazi iz Champagne preko Austrije i Štajerske oko 1850 godine što nije moguće jer graševina nikad nije rasla u Francuskoj. Ime „grašica“, s etimološkog stajališta valja povezati s ampelografskom karakteristikom kultivara čije su bobice sitne i nalik grašku. Neki će ju zvati „grašica slatka“, „grašica slatka bijela“ i pokatkad „grašica“. Turković kao vodeći ampelograf koristi termin „graševina bijela“ i ponekad „grašica“. Pojavom filoksere 1880. godine umire pisanje o sortimentu pa se neko vrijeme ne može pratiti razvoj imena sorte graševina. U Hrvatskoj graševina nalazi odlične klimatske uvjete i pedološke uvjete i postaje jedna od najrasprostranjenijih sorta zauzimajući više od jedne četvrtine ukupnih vinogradarskih površina. Ovisno o izvoru podataka zauzima od 27 % do 33 % površina, pa je stoga i gospodarski iznimno značajna. Za vinogradara je zahvalna zbog otpornosti na bolesti i smrzavanje. Graševina kasno kreće i kasno dozrijeva, pa su kasno dozrijevanje i nedovoljna koncentracija šećera u hladnim godinama najveći nedostaci ove sorte. Osjetljiva je na sivu plijesan, a voli srednje teška i dosta plodna tla južnih i jugozapadnih ekspozicija, visine ne niže od 150 metara iznad mora. Najveći doseg u uzgoju graševine realiziran je u Kutjevačkom vinogorju, na padinama Krndije, a u vinogradima Požeške kotline koju zovu Zlatna Dolina (Valis Aurea) , više od 100 godina graševina je prevladavajuća sorta. Vina koja graševina kao sorta daje razvijaju se u nekoliko stilova, u rasponu od živahnog i suhog, preko zrelog i bogatog, lagano zadimljenog i elegantnog do poluslatkog te slatkog. Jancis Robinson smatra da su graševine iz Slavonije, a poglavito iz Kutjeva, Slavenskog Broda, te Đakova najodličnije, a poimence navodi vinarije Kutjevo, Krauthaker, Belje, Enjingi, Adžić i Mihalj. Kao vrstan ekspert vinogradarstva i enologije ističe se u poslijeratnom Kutjevu Ivan Jambrović koji će uz potporu Zdenka Turkovića stvoriti od kutjevačkog vinogradarstva i podrumarstva poznatu marku, a graševina postaje „čuveno vino“.

5.6. Materijalna baština

Kulturnu baštinu čine pokretna i nepokretna kulturna dobra od umjetničkoga, povijesnog, paleontološkog, arheološkog, antropološkog i znanstvenog značenja. Arheološka nalazišta i arheološke zone , krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru. Dijeli se na materijalnu i nematerijalnu baštinu. U ovom poglavlju govoriti će se o materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini kutjevačkog kraja.

Podrumi, alati i oprema

Dio tradicijske arhitekture, s obzirom da je svaka kuća imala vinograd, svakako je podrum koji se prostire ispod polovice kuće, obično bačvastog svoda. Na samom ulazu u podrum, lijevo ili desno od duplih drvenih vrata je udubljenje u zidu u kojemu domaćin drži bocu i času. Lijevo i desno uza zidove podruma na podu su postavljene dugačke grede ili lege na kojima je smještena drvena burad za vino i rakiju, učvršćena sa svake strane trokutastim drvenim podloščima. U svakom podrumu se nalazi i podrumarski pribor: drveni lijevak ili lakomica, limeni lijevci za pretakanje, smotak, kudjelje, fezir ili drvena naprava za mjerenje količine vina ili rakije, keramičke vrenjače, drvene pipe, čepovi, bat za zabijanje čepova i pumpa za pretakanje vina.

Uz gore nabrojenu podrumarsku opremu, mnogi vinogradari još njeguju i tradicijski pribor: prskalicu za prskanje vinograda, liko spleteno u pletenicu za povezivanje vinove loze, škare, nožiće za orezivanje loze i berbu, gonzale – duguljaste drvene ili limene posude koje su se nosile na leđima za vrijeme berbe, rebraču – sito za odvajanje boba od peteljki, ruljaču muljaču, prosić- drveno bure s četvrtastim otvorom u kojem se vozilo na kolima grožđe do podruma za vrijeme berbe, prešu, kacu, srezu, te čitav niz drvenog suda izrađeno od dužica i okovano s metalnim obručima.

Etno zbirka Bošković – bogata riznica starih predmeta

Andrija Bošković je veliki zaljubljenik u povijest i čuvar je kutjevačke baštine. Andrija Bošković posjeduje 4000 predmeta vezanih uz običaje i tradiciju iz cijele Hrvatske i njemu su od neprocjenjive vrijednosti. Nijedan predmet nije kupio, nego su mu ljudi dali da ne padnu u zaborav. Iznimno vrijednu zbirku starih predmeta posjeduje ljubitelj povijesti Andrija Bošković, naime on je u prostoriji stale stare 300 godina napravio pravi mali muzej s predmetima iz bliže i dalje povijesti od kojih se značajno ističe kubura iz 1715. godine. Stara oruđa i pomagala preplavila su zidove Andrijinog muzeja koji potiče maštu i vraćaju u stara vremena. Ispred malog muzeja velike kutjevačke baštine koji je prvotno predstavljao karantenu za konje, nalazi se ponosni bijeli pastuh izrađen od drveta i plastične mase. To je konj češke pasmine Favory 372 koji je predstavljao Kutjevo na izložbi u Aachenu 1938. godine. Od 600 konja iz 17 država svijeta, Kutjevo je dobilo 3 prve nagrade, a iza su ostali Mađari i Nijemci kao domaćini. Malo je poznato da je jedinstvena škola lakih jahača pokrenuta u Kutjevu kao prva u Europi.

Prekrasna i sadržajna zbirka krije mnoge priče pa svaki predmet ima svoju, a Andrija Bošković ih sve brižno čuva i rado prepričava. Svi predmeti koji su stigli kao donacija u ovaj mali muzej imaju svoje porijeklo i zapis iz čijeg su vlasništva prešli u kolekciju. Razna oruđa, oružja, zvona, glineni poklopac za pečenje rakije, fotografije te mnogi drugi predmeti ostat će sačuvani u ovoj zbirci zahvaljujući velikom ljubitelju povijesti i starina Andriji Boškoviću.³³

Slika 12. Privatni etnografski muzej u vlasništvu Andrije Boškovića



Izvor: Slika preuzeta sa internetske stranice, dostupna na : <https://www.24sata.hr/news/od-stale-stare-300-godina-je-napravio-tradicionalni-muzej-394085/galerija-352666> , datum pregledanja 02.05.2021.

Ampelografski atlas Zdenka Turkovića

Ampelografski atlas izdan je 1953. godine i dragocjen je po rezultatima istraživanja Zdenka Turkovića, koji je svojim istraživačkim radom u Kutjevu i u svijetu proslavio “Zagrebačku vinogradarsku školu”, i umjetničkim ostvarenjima Grete Turković, koja je do filigranske točnosti prikazala morfologiju grozda, lista i rozgve, plastično dočarala oblikom i bojom svaku pojedinu sortu. U zbirci su prikazane sorte grožđa u bojama koje su se uzgajale u Jugoslaviji, a kasnije i u Hrvatskoj.³⁴

Ampelografija je znanstvena disciplina koja se bavi istraživanjima nazivlja, podrijetla i rasprostranjenosti, biološkim i gospodarskim značajkama vrsta i sorata vinove loze te njihovom klasifikacijom i opisom. Također, omogućava nam da identificiramo sorte i vrste, te da utvrđujemo njihova svojstva. Ampelografija daje odgovor o mogućnosti i rentabilnosti uzgoja vinove loze u različitim proizvodnim uvjetima. Pomaže pri izboru sorte, klona, podloge i tehnologije.³⁵

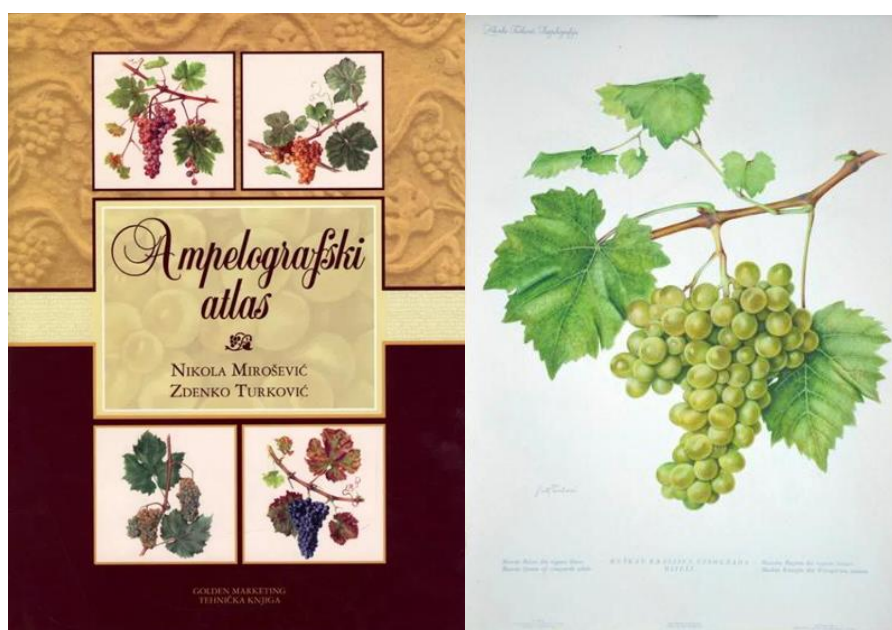
³³ Kutjevački.hr : <https://kutjevacki.hr/andija-boskovic-je-cuvar-kutjevacke-bastine/> , pregledano 03.05.2021.

³⁴ Kutjevo.hr: <http://www.kutjevo.hr/zanimljivosti/ampelografski-atlas-zdenka-turkovic-sadrzi-60-sorti-grozda-u-te-hnici-akvarela-grete-turkovic/> , pregledano 03.05.2021.

³⁵ Apoliticni.hr : <http://apoliticni.hr/sto-je-ampelografija/> , pregledano 03.05.2021.

2003. godine Nikola Mirošević izdao je Ampelografski atlas koji je nastao na temelju atlasa Zdenka Turkovića iz 1953. godine. Atlas je nadopunjen novim podacima iz pera Nikole Miroševića i novim ilustracijama, a ima četiri dijela. Prvi dio je uvodnog karaktera, a u drugom i trećem opisane su osnove ampelografije i podloge za vinovu lozu. Četvrti, najopširniji dio, čine ampelografski opisi 90 sorata. Sve sorte opisane su po istom obrascu: ime sorte, sinonimi, podrijetlo i rasprostranjenost, botaničko obilježje, fenološki podaci, praktična iskustva u uzgoju, iskorištenje i napomene. Još jednom ističemo prekrasne ilustracije Grete Turković, akademske kiparice i ilustratorice. Atlas otkriva neprocjenjivo bogatstvo sorata koje daju samosvojan identitet hrvatskom vinogradarstvu .

Slika 13. Ampelografski atlas Zdenka Turkovića i Nikole Miroševića



Izvor: Slike preuzete sa internetske stranice kutjevo.hr, dostupne na : <http://www.kutjevo.hr/zanimljivosti/ampelografski-atlas-zdenka-turkovic-sadrzi-60-sorti-grozda-u-tehnici-akvarela-grete-turkovic/> , datum pristupanja 02.05.2021.

Kutjevački vinski podrum

Kutjevo i vina kutjevačkog podruma već stoljećima predstavljaju simbol hrvatske vinske kulture. Najnagrađivanija vinarija regije s tradicijom koja seže u 1232. godinu proizvodi vina koje na osebujan način predstavljaju izniman karakter kutjevačkog terroira. Gradnja vinskog podruma veze se uz vladavinu cistercita. Sagrađen je 1232. godine, a do danas je ostao očuvan i njegovan u skladu s vremenom u kojem je nastao. Obnovljen je tijekom vladavine isusovaca, a obitelj Turković dovela ga je do pravog procvata. Nakon Drugog svjetskog rata, vlast je za cilj imala ograničiti zemljišni posjed u privatnom vlasništvu, te je dotadašnje vlasništvo Kutjevčana postalo državno vlasništvo. Distrikt Kutjevo 1950. godine postaje samostalno poljoprivredno dobro, te se omogućilo ubrzano obnavljanje.

Zamijenjene su bačve u cistercitskom podrumu, ali na način da se očuva njihov izvorni izgled. Star više od 800 godina, kutjevački podrum privlači brojne turiste dajući im poseban ambijent prilikom kusanja vrhunskih vina čuvanih u starim drvenim bačvama.

Temelji cistercitskog podruma iz 1232. godine, dolaskom cistercita u 13. stoljeću iz opatije Zirc u Mađarskoj utemeljena je cistercitska opatija „de Gotho“ na području današnjeg Kutjeva. Dolaskom reda „bijeli fratara“ započinje poljoprivredna proizvodnja prilikom koje se osobita pažnja posvećuje uzgoju vinove loze, te proizvodnji i njegovanju vina u podrumu. Vino je u kutjevačkom podrumu već 90-ih godina 19. stoljeća počela arhivirati obitelj Turković. Prema zapisima do kraja 2. Svjetskog rata, arhiva je sadržavala nekoliko tisuća butelja. Potkraj rata je uništena, a arhiviranje je nastavljeno od 1947. godine pa do danas. Arhiva kutjevačkog podruma, najbogatija je arhiva u Hrvatskoj s oko 70.000 butelja odležanih vina. Povodom 750 godina proizvodnje vina u kutjevačkom podrumu, izrađena je bačva od slavonskog hrasta kitnjaka u koju stane 53.520 litara. Bačva je izrezbarena tehnikom duboreza raznim prikazima tradicionalnog načina proizvodnje vina u kutjevačkom kraju. U toj bačvi i dalje odležavaju vrhunska vina.

Slika 14. Kutjevački podrum vinarije Kutjevo d.d.



Izvor: Slika preuzeta sa internetske stranice, dostupna na : <https://www.kutjevo.com/>, datum pristupanja 02.05.2021.

Vidikovac Vila Vinkomir

Vidikovac Vila Vinkomir ili spomen klijet Vinkomir nastala je 1939. godine po uzoru na osmatračnicu iz razdoblja turske vlasti , a nalog za gradnju dao je Zdenko Turković. Vila Vinkomir i dalje je zadržala svoj prvotni izgled, a ono što ju čini još posebnijom je pozicija na kojoj je nalazi. Nudi jedan od najljepših

pogleda na grad Kutjevo, Požešku kotlinu, prekrasnu prirodu, šume i polja. Vila ima mali balkon koji stvara romantične trenutke koje će posjetitelji pamtili zauvijek, a posebni trenutci mogu se doživjeti prilikom izlaska i zalaska sunca.

Položaj koji je vjekovima jedno od najboljih pozicija za uzgoj vinove loze u kutjevačkom vinogorju. Danas Vila Vinkomir predstavlja vidikovac s kojeg se pruža prekrasan panoramski pogled na „Zlatnu dolinu“. Jedan je od simbola grada Kutjeva i priča posebnu priču koja se prenosi s koljena na koljeno i omiljeno je mjesto s najljepšim pogledom na kutjevačka blaga – vinograde graševine.

Supružnici Greta (akademska slikarica i kiparica) i Zdenko Turković (pravnik i enolog koji znanje iz vinogradarstva dopunjava u najnaprednijim vinogradarskim zemljama : Francuskoj, Italiji, Njemačkoj, Španjolskoj, Sjevernoj Africi, Siriji, Kaliforniji, te znanje primjenjuje na vlastelinstvu u Kutjevu) preuzeli su obiteljsko gospodarstvo u Kutjevu 1925. godine, te njime upravljali do 1945. godine. Naknadno su dobili titulu baruna i barunice zbog iznimnih doprinosa u unapređenju gospodarstva. Zajedničkim snagama su oslikali i napisali prvi Ampelografski atlas – fundament modernog vinarstva Hrvatske , u kojem je po prvi puta u vinogorjima Hrvatske provedena identifikacija sorata loze. Ova prva eno – biblija najbolje opisuje vinsku oazu Zlatne doline kroz povijest. Djelić te povijesti zadržan je i danas u trsovima gdje se na 400 hektara vlastitih nasada Kutjeva d.d. uzgajaju sorte chardonnay, merlot, pinot crni, bijeli i sivi traminac, rizvanac, te graševina po kojoj su Kutjevački podrumi nedaleko prepoznatljivi i nagrađivani (TZ Kutjevo, 2021.).

Zdenko Turković, poznati stručnjak svjetskog glasa iz područja ampelografije i enologije, već u prvih deset godina (1925.-1935.) stvara uzorno gospodarstvo. Posebno se ističe u njegovanju vinove loze na manjim površinama s kojih je realizirao povećane količine mosta i šećera, što je naposljetku utjecalo na visu kvalitetu vina. Prvi je radio na nasadima vinskog uzgoja (današnji vidikovac Vila Vinkomir), te učinio vinogradarenje rentabilnijim, temeljeći rad na postignutim znanstvenom – istraživačkim radom. Koristi prvi suvremenu tehnologiju u njegovanju vina, koristeći između ostaloga podlogu Kober 5 BB, utemeljuje prve matičnjake u Kutjevu, te bdije nad sortnom čistoćom vinograda te njihovim zdravstvenim stanjem. Zdenko Turković jedan je od najzaslužnijih osoba vezanih za razvoj vinogradarstva Hrvatske koji je o svom radu i istraživanjima objavio 128 bibliografskih jedinica, ostavio u nasljedstvu bogatu dokumentaciju, knjižice, te niz rukopisa o voćarstvu i vinogradarstvu dobivajući brojna inozemna i domaća priznanja (TZ Kutjevo, 2021.).

Slika 15. Vidikovac Vila Vinkomir



Izvor: Slika preuzeta uz dopuštenje autora Jozе Jakovljevića, dostupna na : <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1925006124254487&set=pb.100002353543300.-2207520000.&type=3> , datum pristupanja 02.05.2021.

Dvorac Kutjevo

Nekadašnja je rezidencija isusovaca u Kutjevu, u Požeško – slavonskoj županiji. Dvorac je sagrađen na mjestu srednjovjekovne cistercijske opatije Honestae Vallis, koja se u zapisima iz 1700. godine spominje kao ruševina. Opatiju je 1232. godine osnovao kaločki nadbiskup, a također i požeški župan Ugrin II Czak. Zanimljivo je da su od nje bili sačuvani znameniti vinski podrumi. Nakon turskih osvajanja, car Leopold dodijelio je 1689. godine zagrebačkom kanoniku Ivanu Josipu Babiću kutjevačko vlastelinstvo. Pozvao je isusovce u Kutjevo namjenjujući prihode od vlastelinstva za uzdržavanje škola i Gimnazije u Požegi. Isusovci su došli 1704. godine te počeli raščišćavati ruševine i adaptirati postojeću crkvu za svoje potrebe.³⁶

Od 1721. godine do 1735. godine, podignut je prema projektu isusovačkog slikara, graditelja i nadmoćnog požeške isusovačke rezidencije Josipa Kraljica novi barokni kompleks s crkvom i velikom rezidencijom (dvorcem). Dvorac je postao upravno sjedište vlastelinstva i ljetnikovac isusovaca iz Požege.³⁷

Dvorac ima tri krila koja zatvaraju unutrašnje dvorište, dok se s četvrte strane pruža crkva. U sjevernoj sakristiji crkve Blažene Djevice Marije pronađen je dio srednjovjekovnih fresaka, a u najvećem južnom krilu dvorca sadržani su znatni ostatci zidova srednjovjekovne opatije. Tlocrtno se organizacija dvorca formirala na način nizanja prostorija uz hodnik, dok je središnja prostorija u tornju služila kao blagovaonica. Središnji poligonalni toranj je uz vertikalnu zvoniku crkve, dominantan naglasak u cijelom kompleksu, a karakterizira ga slikoviti krov u

³⁶ Stari grad u Ozlju: <https://starigraduoziyu.wordpress.com/107-2/> , pregledano 03.05.2021.

³⁷ Ibidem

obliku lukovice, preuređen prema izvornom stanju prije jednog desetljeća³⁸. Puno građevinskog materijala, kamena i cigle, koji su sačuvani u ruševinama cistercijske opatije, korišteni su za gradnju dvorca i crkve. Vlasti nakon mijenjale su dvorac i radile određene preinake, a obitelj Turković dočekala ga je u lošem stanju.

Krajem 19. stoljeća, prionuli su sanaciji, a najveće promjene napravljene su na krovu kad je hrastova šindra zamijenjena biber crijepom. Turkovići su u neposrednoj okolini dvorca njegovali park s raznolikim cvijećem i drvećem. Ono što je doprinijelo do gubitka vrijednosti i identiteta baroknog spomenika jest požar koji je izbio 1918. godine, nakon kojeg je obitelj Turković obnovila urušeni prvi kat i krovšte u izmijenjenom obliku od onoga prijašnjeg. Nakon toga, 1925. godine došlo je do novih popravaka koje su znatno izmijenile izgled dvorca i poveznicu s crkvom. Naravno, svaka obnova uključivala je važnost poštivanja povijesne originalnosti (Kutjevo.hr, 2021.)

Dvorac Kutjevo i park u okolini su upisani u 1964. godine u Registar nepokretnih spomenika kulture i zaštićenih prirodnih vrijednosti, te se prilikom njihove rekonstrukcije nužno treba paziti na uputstva stručnih, nadležnih institucija. Također, park je 1997. godine postao spomenik parkovne arhitekture. Danas je Dvorac Kutjevo posebno lijepo uređen prostor u modernom ruhu po uzoru na obitelj Turković, poštujući razdoblje u kojem je sve nastalo (Kutjevo.hr, 2021.).

Dvorac Kutjevo – danas

Koncern Agram 2015. godine obnovio je dvorac projektom vrijednim 50 milijuna kuna. Interijer dvorca je dobio luksuzniju notu – wellness centar, raskošne sobe, restoran, konferencijsku sobu. Također, uređen je i eksterijer prekrasnog vrta s punim cvijeća, zelenila i drveća.

Zahvaljujući zahtjevnoj rekonstrukciji i obnovi Dvorac je zasjao u novom „starom“ ruhu, dajući time i novu vizuru prekrasnom krajoliku Zlatne požeške doline. Obnovljeni kompleks koji se prostire na 3.460 metara četvornih okružuje 15.000 metara četvornih uređenog zelenog perivoja čineći novonastalu pejzažno arhitektonsku cjelinu još ljepšom. Splet hodnika vodi do smještajnog kapaciteta u kojem je osiguran ugodni boravak za 60 gostiju i prateće osoblje. U Dvorcu se nalazi učionica s 38 mjesta, te konferencijska dvorana s 28 mjesta, zatim ugostiteljski dio i restoran s moderno opremljenom kuhinjom i kafićem, kao i sadržaji za opuštanje i rekreaciju.

Izdanje bogate povijesne baštine sa svojim će sadržajima pružiti ugodan i koristan ambijent za potrebe edukacije djelatnika Koncerna Agram. Nastavak je

³⁸ Stari grad u Ozlju: <https://starigraduozlju.wordpress.com/107-2/>, pregledano 03.05.2021.

to višegodišnjih ulaganja Koncerna u trajne vrijednosti i kulturnu baštinu kroz izgradnju i obnovu niza objekata pri čemu se uključuju domaći izvođači koji posluju u okruženju u kojem se objekt nalazi, ulažući u razvoj lokalne sredine. Time Koncern kao jedan od vodećih gospodarskih subjekata u zemlji potiče i gospodarski rast i razvoj lokalne zajednice, te malog i srednjeg gospodarstva. Dvorac Kutjevo nije dostupan za turističke posjete ili posjetitelje, samo poslovni partneri tvrtke Agram Koncern mogu boraviti u dvorcu.

Slika 16. Renovirani kutjevački dvorac u vlasništvu tvrtke Koncern Agram



Izvor: Slika preuzeta sa internetske stranice Kutjevo.hr, dostupna na : <https://www.kutjevo.hr/> , datum pristupanja 03.05.2021.

Trg graševine

O značaju vinogradarstva i vinarstva na kutjevačkom područjima govori i činjenica da glavni trg u gradu Kutjevu nosi naziv jedne od najvažnijih sorti vina kutjevačkog podneblja. Trg graševine, centar je svih događanja u gradu, a ono što ga čini posebnim u svijetu jest mali vinograd uz kojeg stoji bure s grbom grada. Svaki vinar iz udruge Kutjevački vinari ima po jedan trs, a vinograd na godišnjoj razini održava jedan od vinara iz udruge. Manifestacije ga čine još ljepšim, pa tako prilikom slavlja sv. Martina ili sv. Vinka, na Trgu budu izloženi brojni specijaliteti domaćih proizvođača i vina kutjevačkih vinara, uz nezaobilazne glazbenike, kulturna umjetnička društva i ostale koji svojim veselim duhom na svim razinama doprinose kvaliteti ovim navedenim događanjima. Odnedavno se organizira i Advent u gradu na Trgu graševine koji zblizava

mještane i posjetitelje koji stvaraju ugodnu blagdansku atmosferu (Kutjevo.hr, 2021.).

Slika 17. Trg graševine



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice grada Kutjeva, dostupna na : <https://www.kutjevo.hr/wp-content/uploads/2021/03/8ea43da2-e889-4bb7-91c7-3d5cde1eee02.jpg> , datum pristupanja 03.05.2021.

Kutjevačko vinogorje

Grad Kutjevo, centar je vinogradarstva i vinarstva s nekoliko renomiranih vinara i više pogona za preradu žitarica. Okolica grada Kutjeva obiluje plodnim njivama, što je preduvjet za razvijenu poljoprivredu. Idealan zemljopisni položaj za uzgoj vinove loze, pozicionirao je Kutjevo u jedan od najpoznatijih vinskih krajeva u Republici Hrvatskoj, ali i šire. Kutjevačko vinogorje proteže se u dužini oko 30 – ak kilometara, te je prostor na kojem se nižu brojne Slavonija, rajona kontinentalna Hrvatska, u vinogradarskoj zoni C1 (Kutjevo.hr, 2021.).

Najbolji vinogradarski položaji u kutjevačkom vinogorju su Vinkomir, Hrnjevac i Vetovo. Od grožđa uzgajaju se pretežno bijele vinske sorte, a među njima je na prvom mjestu graševina. Uz nju su rajonizacijom vinogradarstva preporučene sorte pinot bijeli i sivi, chardonnay, traminac, rajnski rizling, rizvanac, sauvignon te plamenka bijela i crvena. Za dobivanje obojenih vina preporučene su sorte pinot crni, frankovka, ružica, zweigelt, merlot i gamay. Po svom sortimentu kutjevačko vinogorje ubraja se među najkvalitetnija hrvatska vinogorja i daje cijenjena i tražena vina visoke i najviše kvalitete. Na kutjevačkim prostorima po prvi puta su primijenjene inovacije kao što je četveropreg – plug rigolar s konjskom zapregom, nasloni žicom za vinograde i nove sorte. Također, često se spominje i osnivanje matičnih nasada američkih loza i njihovih križanaca kao podloga vinovoj lozi. U kutjevačkom vinogradu nastao je Ampelografski atlas

(opisuje sorte grožđa po obrascu) – umjetnički oslikan kistom Grete Turković, akademske slikarice i kiparice (Kutjevo.hr, 2021.).

U vinogorju prevladavaju povoljni klimatski uvjeti za uzgoj vinove loze. Područje je zaštićeno od sjevernih hladnih vjetrova. Tlo se u kutjevačkom vinogorju sastoji od smeđe lesiviranih do obrončanih pseudogleja. Isto tako, na višim položajima bogatije je kamenim trošinama, te se u određenim dijelovima nalaze ilovaste gline, glinaste ilovače, pjeskovite ilovače i druge. Kutjevačko vinogorje ubraja se u jedno od najkvalitetnijih hrvatskih vinogorja, a vina koja ovdje nastaju konkuriraju na svjetskoj razini (Kutjevo.hr, 2021.).

Zbog idealnog položaja, tla, klime, graševina je od 19. stoljeća najpoznatija vinska sorta od koje dobivaju najbolje vinske kapljice. U kutjevačkom vinogorju je već 150 godina, a ljudi su je prigrlili i zavoljeli upravo zbog sigurne rodosti. Graševina daje dobra stolna, pa sve do kvalitetnijih i odličnih vina, vrhunskih, predikatnih kasnih i izbornih berbi, preko bobica i posušenih bobica, sve do one dragocjene ledene berbe. Kutjevačka graševina postala je prvo vino sa zaštićenim geografskim podrijetlom na prostoru kontinentalne Hrvatske.

Kutjevačko vinogorje proteže se u dužini od otprilike 55 km i sastoji se od 800 ha vinograda. Polovica površine vinogradarskih zasada pripada kutjevačkom podrumu. Najveći dio zasada nalazi se u južnim padinama Papuka i Krndije na nadmorskoj visini 200 do 350 m. Brojni povijesni dokumenti dokazuju kako je vinogradarstvo na kutjevačkim prostorima od davnina vrlo cijenjena i njegovana djelatnost. Prema rajonizaciji vinogradarstva ubraja se u vinogradarski podrajon vinarije. Zanimljivo je napomenuti da se kutjevačko vinogorje nalazi na 45,3° paraleli, istoj onoj na kojoj se nešto zapadnije prostiru svjetska poznata vinogradarska područja kao što su Piemont Val du Rhone, Bordeaux i Oregon.

Od davnina grad Kutjevo slovi kao čuveno vinogradarsko središte zahvaljujući kvaliteti vinogorja smještenog u blagorodnoj Zlatnoj dolini. Proizvodnja vina na kutjevačkim prostorima duga je tradicija, a vina kutjevačkog vinogorja, jednog od najkvalitetnijih u Republici Hrvatskoj su potvrđena kakvoćom na brojnim kušanjima i vrednovanjima kod kuće i u svijetu.

Jedan od najznačajnijih pokazatelja vrijednosti teritorija i tamo zasađenih sorata, te tamošnjih proizvođača je činjenica da su unatrag više godina najpopularnijih i najcjenjenijih hrvatski vinari upravo iz kutjevačkog vinogorja. Neka od najpoznatijih imena su : Krauthaker, Enjingi, Adžić, Jakobović, Lukačević, Baronica, Majetić, Mihalj, Ivanović, Hora, Čamak, Miličević, Mijatović, Šag, Pavičić i ostali.

Kutjevačko vinogorje po svome sortimentu se ubraja među najkvalitetnija hrvatska vinogorja i daje cjenjena i tražena vina visoke i najviše kvalitete.

Slika 18. Kutjevačko vinogorje



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice grada Kutjeva, dostupna na : <https://www.kutjevo.hr/turizam/znamenitosti/prirodne/kutjevacko-vinogorje/> , datum pristupanja 03.05.2021.

Udruga Kutjevački vinari

Uspostavom tržišnih odnosa pojavila se i prijeka potreba za snažnijim okupljanjem vinogradara i vinara i u kutjevačkom području poradi zajedničkih nastupa i prezentacije, te povećanja kvalitete vina i ostalih proizvoda.

Udruga je osnovana 24.09.1994. godine, a upisana je u Registar udruga Požeško – slavonske županije 23.3.1998. godine, a prema Zakonu o udrugama (NN 70/97). Udruga je nastavak tradicije udruživanja vinogradar kutjevačkog područja , jer je na kutjevačkom području aktivno djelovala Vinarsko – voćarska zadruga, koja je osnovana 1926. godine kao „Zadruga kutjevačkih vinogradara“, a koja je ugašena 1957. godine pripajanjem Općoj poljoprivrednoj zadruzi Kutjevo (Kutjevački – vinari.hr, 2021.).

Jedan od važnijih zadataka u programu rada je afirmacija rada udruge i svih njenih članova kako bi diljem Hrvatske promovirali već poznati renome Kutjevačkog vinogorja, a time i udruge i svakog pojedinačnog vinogradara. I na druge načine udruga sudjeluje u predstavljanju vina, primjerice organiziranjem pojedinih manifestacija kao što je Vincelovo i Martinje, koje su već godinama velika vinsko – turistička priredba u Kutjevu s posjetom nekoliko tisuća posjetitelja iz udaljenijih dijelova zemlje ili inozemstva. Kao tradicionalne postaju manifestacije početka berbe grožđa, a vinari sudjeluju i u ostalim važnim događanjima, kao što je Dan grada, tj. Mala Gospa i Festival graševine.

Kutjevački vinari kao udruga sudjeluju i organiziraju i u mnogim edukativnim aktivnostima, kao npr. Zanimanje vinogradar – vinar – voćar, zatim obuci za senzoričke degustatore, te na stručnim skupovima, seminarima, prezentacijama, posebno povezanim s pristupanjem Europskoj uniji (Kutjevačka graševina, 2011.).

Posebno se može istaknuti analitički laboratorij, te zajednička pokretna punilica i druga oprema koja doprinosi unapređenju tehnologije vinifikacije. U proteklom vremenu, kutjevačka udruga vinara ostvarila je niz drugih aktivnosti u funkciji razvijanja suvremene proizvodnje i njezine racionalizacije, te što više kvalitete svojih vina.

Želja za stalnom kontrolom kvalitete mošta i vina, bila je snažni poticaj članovima Udruge Kutjevački vinari, udruga vinara i vinogradara Kutjevo za istraživanje novih tehnoloških mogućnosti koje bi znatno podigle kvalitetu njihovih vina. Zaposleno je stručno osoblje za laboratorijske analize vina i osnovan je analitički laboratorij. Osnovna uloga laboratorija je pružanje usluga kemijskih analiza za vino (može se provesti 15 analiza) i senzorska procjena vina članova udruge poradi dobivanja zaštite, tj. markice kvalitete – QUKV. Naime, udruga je neprekidno angažirana u aktivnostima povećanja kakvoće proizvoda. Prva vina s oznakom markice kvalitete plasirana su na tržište 2009 .godine (Kutjevačka graševina, 2011.).

Za novoosnovani vinski laboratorij, osim članova udruge su se ubrzo zainteresirali i drugi korisnici odnosno vinogradari i vinari kutjevačkog vinogorja kao i proizvođači iz okolice. Može se zaključiti da je udruga Kutjevački vinari u pogledu kvalitete sada spremnija za mnoge izazove zahtjevnog tržišta.

Slika 19. Vinski laboratorij



Izvor : Slika autora uz dopuštenje zaposlenih osoba u vinskom laboratoriju

U Kutjevu je otvoren Laboratorij za senzorička ispitivanja vina Hrvatske agencije za poljoprivredu i hranu. Kutjevačko vinogorje koje obuhvaća 1.500 hektara vinograda koje obrađuje gotovo 500 vinogradara, dio je nove vinogradarske regije Slavonija i hrvatsko Podunavlje. Prema novom Zakonu o vinu, laboratorij

koji će raditi organoleptičke analize nužne za stavljanje vina u promet, ali i marketinško označavanje vina, trebale bi uskoro dobiti i ostale 3 regije – bregovita Hrvatska, Istra i Kvarner, te Dalmacija.

5.7. Nematerijalna baština kutjevačkog kraja

Nematerijalna kulturna baština prenosi se iz generacije i ljudi je stalno iznova rekreiraju i obnavljaju. Oblici vinske nematerijalne baštine su različiti s vinom povezani običaji, znanje o prirodi, pjesme i plesovi povezani uz blagdane i slavlja povezanih s vinom, tradicijska znanja povezana s vinogradarenjem, podrumarenjem i proizvodnjom vina, govor i jezik vinorodnog područja, toponimi vinogorja, tradicijski obrti povezani uz vino i proizvodnju alata koji se koristi u proizvodnji vina od vinograda do čaše, znanja spravljanja tradicijskih jela povezanih s vinogradarskom godinom i radovima, duhovno stvaralaštvo, legende i mitovi.

Vincelovo u Kutjevu

Sveti Vinko – zaštitnik vinara, staklara i mornara, slavi se 22. siječnja. Vincelovo označava početak rezidbe vinove loze u vinogradima kutjevačkog vinogorja, a ono što ga čini posebno atraktivnim su vincelovska vatra i ražanj pun ukusnih delicija. Također, u kotliću se često kuhaju čobanac i gulaš, a kobasice, luk i ostale domaće proizvode pripremaju se na toploj vatri uz glazbu i dobro društvo i najfinije sorte kutjevačkih vina.

Prema pričama starijih stanovnika Kutjeva u vinogradu se za Vincelovo nekad išlo predvečer kada bi se naložila vatra. Vinogradari su se natjecali tko će imati veću vatru, a kada bi se potpuno smračilo, brda bi bila obasjana svjetlom vincelovske vatre. Domaćin na početku počinje s rezanjem trsova. točnije reže nekoliko rozgvi, u čemu mu pomažu ugledni gosti ili prijatelji. Rozgve, odnosno mladice vinove loze odnose kući, stavljaju ih u vodu i na toplo, te prate kako će trs prezimiti. Na temelju toga procjenjuju kakva će biti njihova vinogradarska godina, a trs se poškropi vinom. Isto tako, na trs se prije rezanja vješaju suhomesnati proizvodi od nedavnog kolinja koji predstavljaju želju za bogatim urodom (Kutjevo.hr, 2021.).

Danas početak ceremonije je vrlo sličan. Domaćin stoji i govori: *„Trsu moj dragi, sadio sam te, kopao, rezao i prskao, a ti si meni podario ovo vince kojim, sam se cijelu godinu krijepio. Sada jedi i pij ti, neka te sveti Vinko u zdravlju poživi“*. Nakon toga polijeva trs vinom i izgovara slijedeće riječi: *“Neka te ovo vino opere, neka otopi koru tvog trsa, da u sebe primiš sve odlike starog vina. Neka iste odlike preko tebe primi u sebe i svi trsovi u ovom vinogradu, kao što su – zdravi rast, zrelost, slatkoća, punoća i jakost, kako bi mogli žedne napojiti, trudne*

okrijepiti, tužne razveseliti, starce pomladiti, zimogrozne zagrijati, vruće rashladiti, osamljene utješiti, zaljubljene u visine nebeske uzdignuti“. Poslije izgovorenih riječi uzima škare i nastavlja govoriti: „ *S blagoslovom svetog Vinka režem tri loze svoje, s njima i po tri pupa koji još tvrdo spavaju. Prenijet ćemo ih u toplinu kuće, postaviti u toplu vodu na prozor da se probude, potjeraju i pokažu kakva će ovo biti godina, kako ćemo zobati, prešati, krstiti mošt i dobro vino piti cijelu godinu veseli biti“* (Kutjevo.hr, 2021.).

Slika 20. Proslava Sv. Vinka



Izvor: Slike preuzete sa službene stranice grada Kutjeva, dostupne na: <https://www.kutjevo.hr/turizam/manifestacije-i-dogadaji/vincelovo-u-kutjevo/>, datum pristupanja 04.05.2021.

Običajno pijeње vina

Obzirom da je u Kutjevu i okolnim selima gotovo svaka kuća imala vinograd, vino je bilo sveprisutno u svakodnevnom životu, posebno pri održavanju godišnjih, radnih i životnih običaja. U prvom dijelu 20 .stoljeća, ali i poslije Drugog svjetskog rata, vinogradi su se obrađivali na tradicijski način, kao i sama berba, a vino za vlastite potrebe se prerađivalo vrenjem u velikim kacama pod nadstrešnicom.

Od vinogradarskih običaja, od davnina se slavilo Vincelovo i Martinje, dok je Martinje kao običaj krštenja mošta, odnosno isprobavanje mladog vina došao kasnije. Štoviše, postoji zanimljiv običaj pijeња mladog vina do sada je nedovoljno istražen i pojašnjen u stručnoj literaturi, a vezan je uz blagdan Svih svetih, odnosno 1. studenog. Naime, tada su muški članovi zajednice zvonili za pokojnike cijele noći na groblju ili uz zvonik u selu, te se uz jelo, obilno gostili mladim vinom kojeg su donosili u kantama, te grabili limenim lončićima.

Vino je bilo neizostavno uz svečane blagdanske objede, Božića, Uskrsa, imendana, rođenja, krštenja, vjenčanja, te uz objede kojim su se slavili poljoprivredni poslovi poput kosidbe, žetve, berbe i svinjokolje. Obzirom da je Kutjevo bilo trgovište, svaki se posao sklapao s aldumašem – obredom pjenja vina koji je potvrdio posao, konačno poslije uspješnog trgovanja obavezno je bilo zadržavanje seljaka u lokalnim gostionicama na čaši vina.

Tijekom 20. stoljeća, uslijed mehanizacije većina radnih običaja sve više nestaje. Pod utjecajem vlastelinstva Turković, a poslije stručnjaka PPK Kutjevo mnogi mještani Kutjeva, ali i seljaci okolnih sela koji su na vlastelinskim vinogradima sudjelovali kao radna snaga u obrađivanju vinograda, sve više se odlučuje na sadnju kalemljenje vinove loze, što podrazumijeva kvalitetnu pripremu tla, pravilno podrumarenje vina, niz drugih poslova tijekom godišnjih vinogradarskih poslova što je zahtijevalo veći broj radne snage.

Povećava se znatno i količina proizvedenog vina koje se prodaje u zadrugu ili se pronalazi vlastito tržište u okolnim gostionicama ili među onima koji više nemaju svoj vinograd, što je kao dodatni prihod svakako podizalo obiteljski standard stanovnika Kutjeva u 20. stoljeću. Bez obzira što se mnogi običaji tijekom kojih se pilo vino u drugoj polovici 20. stoljeća gube, danas se ravnoteža uspostavlja s povećanjem broja gostiju koje domaćin uz obilje hrane s ponosom časti svojim vinom.

Slika 21. Običajno pjenje vina



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice grada, dostupna na: <https://www.kutjevo.hr/o-gradu/kutjevo-u-fotografiji/valentina-dragicevic-detalji-kutjevackog-krajolika/>, datum pristupanja 04.05.2021.

Martinje u Kutjevu

Martinje u Kutjevu je tradicionalna i specifična turistička manifestacija u prigodi Sv. Martina koja okuplja veliki broj planinara i izletnika. Program je koncipiran tako da planinari i izletnici imaju oko 3 sata hoda gorjem Krndije i vinskim

cestama kutjevačkog vinogorja. Nakon toga svi dolaze na Trg graševine, gdje se nastavlja obred krštenja mošta, zabavni program s nekoliko tamburaških grupa i solista koji izvode tradicionalne vinske pjesme, degustacije mladih vina kutjevačkog vinogorja, a uz sve nudi se bogata gastro ponuda Slavonije (Kutjevo.hr, 2021.).

Praznik je kojeg 11. studenoga slave i Kutjevčani u svojem malom mjestu, tako što krste mošt. Dugotrajnim iskustvima vinogradara i vinara, može se zaključiti da vrenje najčešće završava u studenome, te se svečanost prijelaza mošta u vino obilježava šaljivom ceremonijom. Ono što Martinje čini atraktivnom aktivnosti su koje grad nudi posjetiteljima i stanovnicima. Planinari iz Hrvatske i drugih zemalja sudjeluju u svečanostima Martinja, ali prvo prolaze planinarskim stazama Krndije i Papuka, uživajući u ljepotama kutjevačkog zavičaja. Središnja svečanost obično počinje dan ranije paljenjem vatre i pečenjem raznih delicija koje su slijedeći dan izložene i dostupne posjetiteljima za degustiranje (Kutjevo.hr, 2021.).

Slika 22. Ceremonija krštenja mošta



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice grada, dostupna na: <http://www.kutjevo.hr/martinje-u-kutjevu-2/> , datum pristupanja 04.05.2021.

Festival graševine

Kraljica vina, graševina zaslužila je svoj poseban vikend u Kutjevu. Mjesec okuplja brojne posjetitelje na Trgu graševine. Naravno, kao i svaka druga manifestacija, ovaj festival sjedinjuje glazbu, ples, vino i dobru gastronomsku ponudu. Jedna je od vrlo zanimljivih aktivnosti koja se već duži niz godina održava i traktorijada – utrka traktora svih vrsta i godišta. Tijekom dana posjetitelji mogu obići kulturne i prirodne znamenitosti grada, kušati tradicionalna jela domaćih proizvođača i ugostiteljskih objekata, čuti i vidjeti najljepše tradicionalne

plesove i pjesme slavonsko kulturno umjetničkih društava. Ono što krasi ovaj poseban događaj jest i Noć otvorenih podruma, akcija koja omogućuje svima da slobodno obilaze kutjevačke podrume da vide koliko truda, želje i rada kutjevački vinari ulažu kako bi graševina mogla parirati visoko na ljestvici najboljih svjetskih vina.

Slika 23. Noć otvorenih podruma u vinariji Kutjevo d.d.



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice vinarije Kutjevo d.d., dostupna na : <https://www.kutjevo.com/> , datum pristupanja 04.05.2021.

5.8. Najveći proizvođači vina u Kutjevu

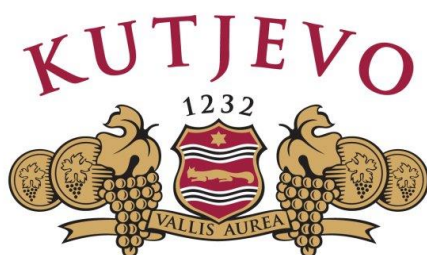
Kutjevo i vina Kutjevačkog podruma već stoljećima predstavljaju simbol hrvatske vinske kulture. Najnagrađivanija vinarija regije s tradicijom koja seže u davnu 1232. godinu proizvodi vina koja na osebujan način predstavljaju izniman karakter kutjevačkog terroira.

Kutjevo d.d. – opći podatci o vinariji

Povijesni početak stvaranja tvrtke Kutjevo d.d., usko je vezan uz razvoj njegove glavne djelatnosti – vinogradarstvo. Tijekom vremena događale su se brojne promjene po pitanju vlasništva poljoprivrednih gospodarstva, vinograda i podruma na području Požeško kotline, kao što su feudalna crkva i državna ili plemićka vlastelinstva, zatim građansko – kapitalistički posjedi, a nakon II. Svjetskog rata, integracijom nekoliko sitnih ekonomija, poljoprivrednih zadruga, manjih poljoprivrednih imanja, te dijela prerađivačko – prehrambenih kapaciteta

s područja Požeške kotline nastaje PPK Kutjevo. Tvrtka postaje nosilac razvoja Požeškog kraja. Poslovi kojima se bavila, obuhvaćali su djelatnosti vezane za poljoprivrednu proizvodnju od sirovina do finalnih proizvoda. 2003. godine tvrtka je privatizirana, a većinski paket dionica kupuje tvrtka Božjakovina d.d. vlasnik koje je međunarodni poduzetnik gospodin Enver Moralić. Danas je proizvodnja organizirana u tri sektora : Vinogradarska proizvodnja unutar kojeg se nalazi PJ Vinogradarstvo i vinarstvo. Biljna proizvodnja unutar koje se nalazi PJ Ratarstvo, PJ Sjemenarstvo, PJ Koperacija i PJ Požežanka (Pogon Silos) i Stočarska proizvodnja unutar koje se nalazi PJ Stočarstvo.³⁹

Slika 24. Logo vinarije Kutjeva d.d.



Izvor: Slika preuzeta službene stranice Kutjevo.com, dostupna na : <https://www.kutjevo.com/> , datum pristupanja 05.05.2021.

S tradicijom koja seže u 13. stoljeće, najnagrađivanija vinarija regije je koja proizvodi vina na osebujan način predstavlja izniman karakter kutjevačkog terroira. Godišnju proizvodnju čini 6 milijuna litara vina, grožđe dobivaju s vlastitih 420 hektara nasada, te 400 hektara u kooperaciji. Kutjevo d.d. je najveći hrvatski izvoznik vina s polovinom hrvatskog vinskog izvoza, a izvoze u 21 zemlju svijeta: Švedska, Finska, Njemačka, Kina, Japan, Kanada, SAD, BIH, Srbija, Švicarska, Austrija, Mađarska, Poljska, Rumunjska, Kosovo, Crna Gora, Ukrajina, Češka, Slovačka, Belgija. Proizvode vina čak od 17 sorti vinove loze i 80 % proizvodnje čini sorta graševina od koje Kutjevo d.d. pokriva sve segmente vinske proizvodnje : suhe, polusuhe, poluslatke, predikatne (slatke), arhivske graševine, te pjenušac od graševine. Prvu međunarodnu nagradu graševina iz kutjevačkog podruma osvaja 1925. godine na Zemaljskoj izložbi u Zagrebu. Osim graševine, Kutjevo d.d. proizvodi vino od sljedećih sorti bijelog vina: chardonnay, traminac, pinot sivi, rajski rizling, sauvignon blanc, rizvanac, pinot bijeli, muškat ottonel,

³⁹ Kutjevo.com : <https://mail.kutjevo.com/hr/o-nama/povijest-i-tradicija> ,pregledano 04.05.2021.

dok svega ukupno 10 % proizvodnje čine sorte crvenog vina: merlot, cabernet sauvignon, syrah, pinot noir, frankovka, zweiglet, cabernet franc i alicante ⁴⁰.

Kutjevo d.d. nosilac je cjelokupnog razvoja grada Kutjeva i šire okolice. U svom poslovanju vode se načelima društvene odgovornosti, pa tako biraju biti sponzori projektima, odnosno događanjima koji imaju utjecaj na dobrobiti šire društvene zajednice. Zadovoljstvo Kutjevo d.d. je sponzorirati kulturno – umjetnička društva, zabavna i sportska događanja, te brojne lokalne i regionalne manifestacije koja promiču zajedničke vrijednosti, te promiču razvoj zajednice.

Graševina (Laški rizling, Riesling italico, Olaszrizling, Welsh Riesling) prvo je vrhunsko vino s oznakom kontroliranog podrijetla kontinentalne Hrvatske. Graševine kutjevačkog podruma poznate su po svojoj žutozelenoj, iskričavoj boji, pitkosti, svježini i lepršavosti, a u sebi nose svu radost i životnost lijepe prirode s osunčanih obronaka Zlatne doline.

Slika 25. Graševina prvo vrhunsko vino s oznakom kontroliranog podrijetla kontinentalne Hrvatske



Izvor: slika preuzeta sa službene stranice Kutjevo.com, dostupna na: <https://mail.kutjevo.com/hr/proizvodi/vino/kvalitetna-vina/grasevina-kvalitetno-vino-2018>, datum pristupanja 05.05.2021.

Ledena vina Kutjevo, kutjevačko vinogorje ima duge i tople jeseni koje omogućuju da grožđe na nekim položajima ostane zrelo i zdravo do siječnja kada se u pravilu bere grožđe u smrznutom stanju iz kojega se pravi prestižno ice wine. Kutjevo d.d. proizvede svega 300 do 500 litara ledenih vina. Ledena vina su posebnost i u svijetu i svjetske ocjenjivačke komisije im daju najveće nagrade. Vinarija Kutjevo je najveći i nagrađivaniji proizvođač ledenih vina u Hrvatskoj. Zbog bogatstva najfinijih mirisa i okusa preporuča se piti ohlađeno na 4-6° C kao

⁴⁰ Kutjevo.com: <https://mail.kutjevo.com/hr/o-nama/povijest-i-tradicija>, pregledano 04.05.2021.

najbolji aperitiv ili na završetku obroka uz slastice (Kutjevo.com, 2021.). Vinarija Kutjevo više od 200 godina prakticira ledenu berbu, a ona je posljednjih godina i zakonski definirana.

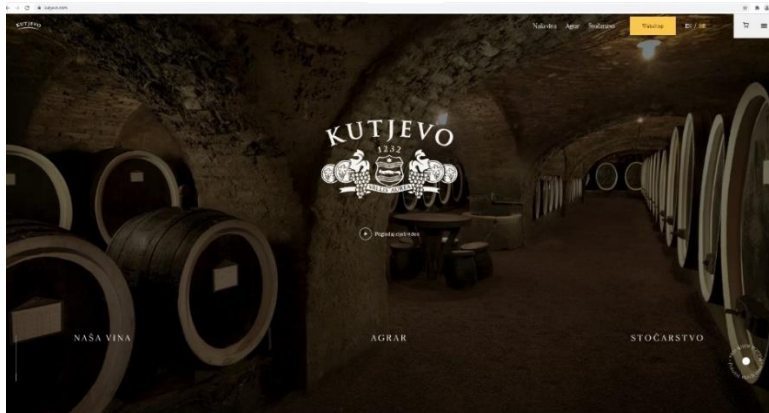
Slika 26. Ledena berba u Kutjevu d.d.



Izvor: Slika preuzeta sa internetske stranice, dostupna na: <https://pozega.eu/video-ledena-berba-traminca-vinarije-kutjevo-na-vinogradarskom-polozaju-hrnjevac-ovo-je-dika-i-ponos-nasega-kraja/>, datum pristupanja 05.05.2021.

Kutjevo d.d. brojne međunarodne nagrade osvaja zahvaljujući vrhunskim i premium vinima. Međutim, nagrade osvaja zahvaljujući i redizajniranoj web stranici koja privlači sve veću pažnju marketinških i digitalnih stručnjaka. U kategoriji „Hrana& Piće“ Kutjevo d.d. osvojilo je prvo mjesto za web design i web izvrsnost na međunarodnom Web Excellence Awards-u. Redizajnirana web stranica, te atraktivna online vinoteka predstavljaju jedinstveno online mjesto na kojem se brzo i jednostavno može pronaći sve potrebno za uživanje u vrhunskom vinu. Web stranica sadrži cjeloviti pregled svih linija vina vinarije, čija proizvodnja seže u davnu 1232. godinu. Želja Kutjeva d.d. je potaknuti interaktivnost posjetitelja, te putem pretplate na njihov newsletter vjernim kupcima ponuditi vina po promotivnim cijenama, također i niz informacija o novim berbama, zanimljivostima vezanih za proizvodnju, te proces stvaranja vrhunskih vinskih priča. Efikasno pretraživanje prilagođeno je svim posjetiteljima kojima se uz jednostavnu registraciju omogućava brza kupovina. Osim vinarije, komuniciraju i informacije važne za poslovanje poslovnih jedinica vezanih za poljoprivredno – prehrambenu proizvodnju. Web stranica optimizirana je za sve uređaje, a ističe se tonom komunikacije kojom se obraća širom javnosti, pružajući preglednu i detaljnu prezentaciju cjelokupne ponude. Nagrađeni web site, ali i atraktivnu ponudu vina, može se pregledati u sklopu online vinoteke na <https://www.kutjevo.com/webshop>, gdje se nalaze mješoviti poklon paketi vrhunskih i premium vina.

Slika 27. Službena web stranica Kutjevo d.d.



Izvor: Slika preuzeta sa službene stranice Kutjevo.com, dostupna na : <https://www.kutjevo.com/> , datum pristupanja 05.05.2021.

Vinarija Kutjevo d.d. posjeduje mnoge nagrade za svoja vina što dokazuje i nedavno ocjenjivanje na kojem je osvojila 3 šampionske titule za mladu, suhu, graševinu – Vrhunsku graševinu berbe 2020., šampionsku titulu za predikatno vino- Graševinu ledeno vino Hrnjevac iz 2018. godine, te za najbolji pjenušac od sorte graševina – Maximo brut. Vinarija Kutjevo d.d. osvojili su i dvije velike zlatne diplome za ledene berbe te čak 8 zlatnih diploma za vrhunske selekcije graševina raznih kategorija. Međutim kada se govori o graševini kao sorti, samo vinogorje Kutjevo pokazuje kako je opravdano postalo sinonim za spomenutu sortu.

Slika 28. Nagrade vinarije Kutjeva d.d. – Vrhunska graševina berbe 2020.; Graševina ledeno vino iz 2018. i najbolji pjenušac Maximo brut



Izvor: Slike preuzete sa službene stranice Kutjevo.com, dostupno na: <https://www.kutjevo.com/> , datum pristupanja 05.05.2021.

Vinarija Krauthaker – opći podatci o vinariji

Bogatu vinogradarsku i vinarsku tradiciju kutjevačkog kraja ima Vlado Krauthaker, ing. agronomije i enolog. Od 1992. godine vlasnik Vinogradarstva i podrumarstva Krauthaker. Pri osnivanju, vinarija je u posjedu imala 1 hektar nasada vinove loze, a 2020. godine površine pod Krauthakerovim nasadima

iznose 45 hektara. Još 645 hektara imaju ugovoreno kroz kooperaciju s privatnim proizvođačima. Vinogradarstvo i vinarstvo Krauthaker posebnu pozornost posvećuju domaćoj autohtonoj sorti graševini koja često osvaja medalje na sajmovima i izložbama vina. Kao važnu odrednicu svoje proizvodnje, vinarija Krauthaker ističe uzgoj vinove loze po eko principima te kontinuitet kvalitete. Kvalitetu i uspješnost svojih vina najviše pripisuju mnogobrojnim odličjima dobivenih na svjetskim priznatim natjecanjima i ocjenjivanjima vina⁴¹.

U podrumu vinarije Krauthaker njeguju se i dozrijevaju vina svih berbi – od kasne do izborne berbe prosušanih bobica. Zahvaljujući očuvanoj prirodi, pogodnoj klimi i podneblju, a posve kvalitetnoj zemlji na kojoj uz autohtonu graševinu uzgajaju i poznate svjetske sorte grožđa – iz njihovog podruma izlazi sveukupno 25 različitih etiketa vina. Čarolija boja, okusa i mirisa utkana je u njihovu ukupnu vinsku ponudu u kojoj se nalaze i vina kasnih i izbornih berbi. Eksperimenti i njihova želja da u vinograde i podrum vrate tehnike koje su se koristile prije od više 100 godina. Potvrda je to i daljnji poticaj njihovoj praksi uzgoja grožđa po ekološkim principima i u skladu s time, poslove obrade zemlje i vinove loze obavljaju kako se to nekada radilo s konjima. Vinogradi Krauthaker nalaze se na 45,3 paraleli na onoj istoj na kojoj se idući prema zapadu nalaze vrlo poznata vinogradarska područja : Istra, Piemont, Val du rhone, Bordeaux i Oregon⁴².

Vinogradi u kojima vinarija Krauthaker ima nasade su smješteni u Vinogorju Kutjevu, na osunčanim južnim padinama Krndije. Visinska razlika u vinogradima je između 200 i 300 metara. Uz godišnje padaline koje se kreću od 500 do 800 mm kiše po četvornom metru – klima, podneblje i vremenski uvjeti pružaju odlične uvjete za ekološki uzgoj vinove loze. Uz istančana osjetila i znanja i tehnologija, vino sazrijeva ovisno o sorti u inox ili hrastovim bačvama. Crna vina sazrijevaju na klasičan način u badnjevima uz dnevna potapanja komine. Dio crnih, ali i bijelih vina dozrijeva u barrique bačvicama izrađenim od domaćeg slavonskog hrasta kitnjaka. Filozofija njegovanja vina u Krauthakerovom podrumu nastavlja se na filozofiji ekološkog uzgoja vinove loze. Podneblje i klimatske pogodnosti koje vladaju tijekom godine na padinama Krndije oko Kutjeva omogućuju vinariji uzgoj 38 različitih kultivara vinove loze. Pored redovne berbe, klima omogućava kasne i izborne berbe. Vina Krauthaker cijenjena su na području cijele Hrvatske, a ustrajanje na vrhunskoj kvaliteti dovelo je do sve značajnijeg izvoza vina koja su na svoje vinske karte uvrstili i neki od poznatih svjetskih restorana. Četvrtina proizvodnje za sada se izvozi u

⁴¹ Krauthaker.hr: <https://www.krauthaker.hr/nasa-prica/> , datum pristupanja 05.05.2021.

⁴² Krauthaker.hr: <https://www.krauthaker.hr/nasa-prica/> , datum pristupanja 05.05.2021.

17 zemalja : SAD, Englesku, Njemačku, Češku, Švicarsku, Rusiju, Srbiju, BiH, Crnu Goru, Australiju, Sloveniju, Austriju, Belgiju, Luksemburg i Nizozemsku.

Usporedno s rastom proizvodnih vinogradar Vlado Krauthaker postupno je gradio svoj podrum, najprije u sastavu svog doma, a kasnije na prostoru gospodarske zone Kamenjača u Kutjevu. Ukupni kapacitet podruma iznosi jedan milijuna litara s ukupnom površinom od 3.800m². tehnološku opremu podruma čine suvremeni strojevi za primarnu preradu grožđa, doradu i finalizaciju vina koje svoje stadije dozrijevanja, od dorade do punjenja u boce prelazi u inox posuđe različite zapremine (65%) i u drvenim posudama, zapremnine od 225 do 5.000 litara, izrađenih u slavonskoj hrastovini (35%) ⁴³. Vinarija Krauthaker vina redovito izlažu na sajmovima i izložbama diljem Hrvatske i svijeta. Njihovu kvalitetu potvrđuju medalje i priznanja struke u mnogobrojnim ocjenjivanjima vina. Decanter World Wine Awards, Chardonnay du Monde, Challenge International du Vin, MUNDUSvini Great International Wine Award, Međunarodni festival graševine samo su jedna od natjecanja gdje učestalo dobivaju visoka priznanja.

Slika 29. Logo vinarije Krauthaker



Izvor: Slika preuzeta sa internetske stranice, dostupna na : <https://grasevina.org/en/vinari/krauthaker/> , datum pristupanja 06.05.2021.

Vinarija Galić – opći podatci o vinariji

Vinarija Galić je suvremena vinarija za preradu grožđa u cilju dobivanja visokokvalitetnih vina, s površinom na 60 hektara vlastitih vinograda, proizvodnog kapaciteta do 330.000 litara. Vinarija Galić je mjesto gdje se rađa ljubav, gdje se bude strasti i mjesto gdje se stvaraju legende. Svaka berba, svaki vinograd, svaka ideja je novi početak, nova potraga za sve kvalitetnijim maržama (Galić- vina.hr, 2021.). Investicije u druga područja pogodna su za proizvodnju kvalitetnih vina u Hrvatskoj su dodana u Galić vinariji u Kutjevu koja je danas dio

⁴³ Krauthaker.hr: <https://www.krauthaker.hr/nasa-prica/> , datum pristupanja 05.05.2021.

obiteljske povijesne baštine. Vlasnik Josip Galić izražava svoju strast prema vinogradarstvu tražeći sve tanja područja za poboljšanje. Iz toga razloga, vinarija Galić provodi kontinuirana istraživanja u vinogradima sa selekcijama klonova autohtonog grožđa.

Prema Josipu Galiću : „Tijekom godina pokazali smo i dokazali da je u Slavoniji postala mogućnost proizvodnje visokokvalitetnih vina, međunarodno priznatih, koja bi mogla pokazati eleganciju i profinjenost uz zadržavanje izvornog karaktera. Naša arhiva ima mnogo naslova, ali nismo još dovoljno bogati , imamo misiju koja nije u potpunosti ostvarena, što nas vodi da izrazimo ogroman potencijal naših vinograda i pomirimo sve ono novo što nam preostaje otkriti s baštinom slavonskih ukusa koja utječe na tradiciju, kulturu, poljoprivredu, umjetnički i književni identitet“⁴⁴.

Nova zgrada vinarije Galić sjajan je primjer industrijske arhitekture, smještena je u samom centru starog i pitoresknog Kutjeva. Oprema za vinariju koštala je preko 15 milijuna kuna, od čega se dio također financira europskim novcem. A oprema, različite bačve, vinifikatori, tankovi ,preše, punionice, strojarnica s kontrolnom sobom, laboratorij s Bacchusom 3 i mani strojevi poput mašine za stavljanje voska na čepove, najviši je hi- tech koji se dosad može vidjeti u Hrvatskoj, a i šire. Betonska jaja i konusi namijenjeni su ipak budućoj proizvodnji maceriranih vina, velike drvene bačve od 3.300 litara odležavaju vina, a bačve od 330 litara za proizvodnju vinjaka. Bačve koje bi trebale imati 3.000 i 300 litara imaju 3.300 i 330 litara zbog vlasnikove neobične sklonosti broju devet, i svim brojevima koji vode do broja devet.

Slike 31. Vinarija Galić



Izvor: Slike su preuzete sa službene stranice vinarije galic-vina.hr, dostupne na: <https://galic-vina.hr/> , datum pristupanja 05.05.2021.

Grožđe za Galićeva vina danas potječu sa 6 lokacija- Velika, Podgorje, Vetovo, Kaptol, Kutjevo i Brodski Stupnik. Kušaonica se prostire na 200 kvadrata u kojima

⁴⁴ [Galic-vina.hr: https://galic-vina.hr/o-nama/](https://galic-vina.hr/o-nama/) , pregledano 05.05.2021.

ima mjesta za 57 gostiju, od kojih se 42 može smjestiti za standardnim stolovima, dok je za njih 15 zamišljen malo opušteniji smještaj za barskim stolovima i stolcima. Dodatnih 80 kvadrata izdvojeno je za VIP sobu koja može smjestiti devetero gostiju.

Vina Galić nisu velika vinarija. Ukupno proizvode manje od 200.000 tisuća buteljki godišnje, naime Vinarija Galić želi povećati proizvodnju što im omogućuju prestižni vinogradi u Brodskom Stupniku. Većina proizvodnje Vina Galić prodaju se u hotelima i restoranima.

Suvremeni nomadi, vinoljupci kao i ostali turisti iz gotovo cijelog svijeta posjećuju kutjevački kraj. U kutjevački kraj dolaze i prolaze ljudi najrazličitijih profesija, zvanja, zanimanja, kultura i interesa. Svi su oni sudionici prolaznosti vremena, vječite lutalice željne upoznavanja novih krajeva i doživljaja. Dolaze i odlaze u svim godišnjim dobima, tokom cijele godine pronalaze i posjećuju destinacije koje im se urezuju u svijest i pamćenje.

Na kutjevačke vinske puteve kroči se zbog vina, na njima je nezaobilazna ponuda graševine, te ljepotice žutozelene boje koja iskri, miriše na poljsko cvijeće i pruža očaravajući okus voća za nepca vinoljubaca. Vina nema bez grožđa, a grožđa bez uzgoja vinove loze u vinogradu. Kutjevački i požeški krajevi obiluju vinogradima i najljepša su slika krajobraza: od zapadne strane doline, Požege i Pleternice, Kaptola, Kutjeva, sve do Bekteža na njezinu istoku. Središte istkanog vinogradskog vrta je vinogorje Kutjevo.

I dok su vinogradi najveće tvrtke Kutjevo d.d. i najveći moderno uređeni, utemeljeni na suvremeni način još u prošlom stoljeću u svijetu. Poslije njih dolaze mnogi zaslužnici prvorazredni vinogradarski i vinarski stručnjaci poput Ivana Jambrovića i Vinka Hruškara koji su zaslužni za daljnji razvoj kutjevačkih vinograda. Danas se uz nasade kutjevačkog podruma nalaze velike plantaže vinogradara Krauthakera, Enjingija, Jakobovića, Lukačevića i Mihalja.

6. ZAKLJUČAK

Vinski turizam i gastronomija predstavljaju priliku za revitalizaciju i diverzifikaciju turizma koji promiče lokalni gospodarski razvoj, te uključuje različite profesionalne sektore i koji donosi nove koristi za primarni sektor. Ova vodeća uloga vina i gastronomije prilikom izbora odredišta i za turističku potrošnju rezultirala je rastom ponude temeljene na visoko kvalitetnim domaćim proizvodima i konsolidaciji tržišta hrane i vinskog turizma. Turizam je glavni aspekt hrvatskog gospodarstva i kao takav pokušava privući posjetitelje s rastućeg konkurentnog tržišta. Može se zaključiti da je Hrvatska prepoznata kao destinacija koja ima nadmoćan proizvod u terminima očuvane prirode, lokacije i destinacije. Upravo zbog toga svega navedenog, grad Kutjevo se spominje kao buduća eno gastro turistička destinacija zbog prepoznatljivosti i kvalitete kutjevačkih vina.

Iako je jedan od najmanjih gradova u Republici Hrvatskoj, Kutjevo je grad bogate povijesne baštine koji se spominje prije više od 770 godina. Smješten je u središnjoj Slavoniji, podno gore Krndija i danas je najpoznatiji kao veliki centar proizvodnje vina, s prvim vinskim podrumom sagrađenim davne 1232. godine. Grad Kutjevo na turističkom tržištu predstavlja se kao vinska turistička destinacija, činjenica je da su sva hrvatska kontinentalna vina sve popularnija u svijetu, zato je važno iskoristiti sve prednosti koje grad Kutjevo ima na najbolji mogući način, te se predstaviti i promovirati kao najpoznatija turistička destinacija cijelom svijetu. U novije vrijeme grad sve više poprima urbani izgled čemu svjedoče brojna ulaganja gradske uprave u infrastrukturu i obnovu postojećih sadržaja grada. Pomalo se povećavaju smještajni kapaciteti i obogaćuje se turistička ponuda koja se iz godine u godinu širi novim sadržajima koja privlači mnogobrojne nove posjetitelje. Kutjevo se tijekom sezone bazira na manifestacije koje su vezane za vino i vinograde pa se tako tradicionalno održavaju proslave povodom Vincelovo, Martinja te posebno kroz Festival graševine koji, osim natjecanja u izboru najbolje graševine od preko stotinu kandidata iz cijele Hrvatske i susjednih zemalja, brojnim turistima nudi dobru dvodnevnu zabavu uz kušanje bogate eno-gastro ponude, utrku traktora te poznate zabavne izvođače. Jedna od turističkih atrakcija je i izvor Matičevac za koji legenda kaže: „Tko se napije vode s Matičevca , ostaje u Kutjevu“.

Najveći projekt koji je trenutno u fazi realizacije je „Kuća graševine“ koji je sufinanciran sredstvima Europske unije, vrijedan skoro 3 milijuna kuna. Projekt „Kuća graševine“ postat će simbol i mjesto koje predstavlja Grad. Cilj projekta je spojiti vinski identitet i kulturnu baštinu u brendiranju cijele regije, te istovremeno pružiti podršku vinarima u turističkom sektoru.

Evidentan nedostatak, odnosno problem koji se konstanto pojavljuje je nedostatak smještajnih kapaciteta što je definitivno najveći problem prije svega samih vinara i ugostitelja, ali indirektno i samog grada Kutjeva i Turističke zajednice, pa se u zadnjih nekoliko godina zajednički radi na povećanju broja ležaja. Najveći simbol grada je dvorac koji nosi bogatu tradicionalnu i povijesnu vrijednost. Dvorac koji ima najveći smještajni kapacitet je u privatnom vlasništvu tvrtke Koncern Agram i nije otvoren za posjetitelje. Dvorac koji nudi preko 20 suvremenih opremljenih luksuznih soba, konferencijskih dvorana, restorana uređenih i ukrašenih na visokom nivou kojeg smiju koristiti samo zaposlenici tvrtke Koncern Agram i njihovi partneri. Posjetiteljima i lokalnom stanovništvu ulazak u dvorac nije dopušten i smatram da je to jedan veliki turistički propust i mana koji bi gradu mogao donijeti veliku prepoznatljivost, posjećenosti i naravno turistički promet.

U kutjevačkom kraju vinograd je svetinja, kultni odaziv generacija za radom i stvaralaštvom koje su se smjenjivale sve do današnjih dana, kad je rad u vinogradu mnogima životna opredijeljenost i jedino zanimanje. Vinogradare i vinare veže zajednički život i rad uz vinovu lozu. Svaki vinogradar i vinar kutjevačkog kraja nastoji uz vinograde imati što moderniji podrum i kušaonicu za goste, bez obzira na to kakvi su im gospodarski potencijali. Svijest o vinskoj turističkoj ponudi je nedvojbeno. Vino treba nuditi i prodavati jer od toga obitelji žive. Turisti i gosti u vinarijama i kušaonicama proizvođača susreću se u kutjevačkom vinorodnom kraju visoko izgrađenu vinsku kulturu, koja nije samo kušanje vina, jer se tu može naučiti kudikamo više i šire od vinskog sadržaja.

Posjet kraju čiji identitet je snažno vezan za dugu i bogatu povijest, za spomenike kulture, crkve i muzeje, poljodjelstvo, običaje, moderno gospodarstvo, nezaobilazno završava u gradu Kutjevu. To središte najvinorodnijeg hrvatskog kraja ima vrijednu spomeničku baštinu. Vinska kultura u kutjevačkom kraju je nadohvat ruke. Ugostiteljske objekte i vinske podruma uvijek posjećuju vinoljupci, planinari i poslovni ljudi. Niz je zanimljivih povijesnih i gospodarskih sadržaja, a sve upotpunjuje slika kutjevačkog dvorca, pitomih gora, Krndije, parka prirode Papuka punog čiste izvorske vode, šetnica i svakojake raznolikosti flore i faune. U mjestu u kojem je vino kulturni proizvod mogu se pronaći i kušati gotovo u svakog domaćina vinara izvrsni nareci domaćih specijaliteta sušenog mesa, a ponuda je upotpunjena i elitnim kulenom jednog od najboljih hrvatskih proizvođača kulena Vjencenslava Hruške. Ili će kao i drugi gosti, dobro marketinški obaviješteni, otići u podrum Kutjeva d.d., gdje će osjetiti vinsku prošlost u susretu sa starim izdanjem, čije vrijeme potječe iz davne 1232. godine. Gosti toga kulturnog podruma često su organizirane skupine kojima će erudit i poznavatelj svih povijesnih istina toga podruma, ali i više od toga gospodin

Humski, zanimljivim nastupom dati posebnu čar. Program kojim se nudi cjelovit jednodnevan, dvodnevan i trodnevan užitak u degustacijama odličnih vina, izletima, uz razne degustacije delicija, gastronomije kraja, upotpunjen je zanimljivom i edukativnom brošuram: Mala vinska škola.

Moderni kutjevački podrum iza kojeg stoji proizvodnja grožđa s vlastitih površina i s površina kooperanta, pravi je div za hrvatske prilike. Tu se njeguje i proizvodi poznata kutjevačka graševina, posebno s predznakom de Gotho. Enološki rad, vrhunska obrada vinograda i najnovija tehnologija daju vina poznata i tražena na tržištu Europe i svijeta. Tu je i najveća hrvatska vinska arhiva, butelje čuvane desetljećima kao i pravi vinski biser – ledeno vino od grožđa graševine i traminca koje plijeni kakvoćom i osvajaju uz ostala vina vinarije Kutjevo d.d., najveća priznanja na sajmovima i izložbama i ocjenjivanjima u zemlji i inozemstvu.

Unatoč dugoj vinarskoj tradiciji i ponajboljim vinarijama Hrvatske, vinski turizam, u Požeško – slavonskoj županiji slabo je razvijen. Jedan od razloga svakako leži u nerazvijenosti turizma kao gospodarske grane, a što Požeško – slavonsku županiju dijeli s najvećim dijelom kontinentalne Hrvatske. Ovo je prostor koji je tradicionalno bio vezan uz poljoprivredu, donekle i industrijsku proizvodnju i turizam se dugo nije doživljavao kao gospodarska grana koja se treba sustavno razvijati i koja može doprinijeti rastu i razvoju. Kada se tome dodaju slabija prometna povezanost, stradalničke godine Domovinskog rata, demografski pad zbog slabog prirodnog prirasta i ekonomskih migracija koje su se povećale od ulaska Republike Hrvatske u Europsku Uniju do danas, te recentna globalna kriza uzrokovana pandemijom COVID-19, važnost i relevantnost problema županije postaju još očitijima.

Može se zaključiti da je tako upotpunjena vinska slika kutjevačkog kraja, čija najveća istina je u vinu graševini koja postaje i po površinama i po kakvoći jednom od uzdanica i perjanica hrvatske vinske ponude. Naime istina je, da još treba mnogo toga napraviti i na državnoj razini da bi Republika Hrvatska u svijetu bila vinski brend, na svjetskom tržištu koje kutjevački kraj slabo ili uopće ne prepoznaje kao vinsku destinaciju. Kutjevo sa svojim vinima, posebno graševinom, unatoč svemu već se nalazi na europskoj i svjetskoj sceni i sa Zlatnom dolinom pravi je rajski kutak za sve ljubitelje vinske kapljice.

LITERATURA

Popis knjiga:

1. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split
2. Getz, D. (2000): Explore Wine Tourism : Management , Development & Destination, Cognizant Communication Corporation, New York, USA
3. Hall, C. M. et al. (2002): Wine Tourism around the world : development, management and markets, Elsevier
4. Jadrešić, V. (2010): Janusovo lice turizma, Od masovnog do selektivnog održivog turizma, Plejada, Zagreb
5. Krippendorf, J. (1986): Putujuće čovječanstvo, Sveučilišna naklada Liber, Zagreb
6. Konzervatorska podloga za prostorni plan posebnih obilježja Parka prirode Papuk, konzervatorski odjel Požega MK, Požega
7. Mirošević, N., Vranić, I., Soldo Čamak, V., Božičević, T., Jelaska, V., Maletić, E., Premužić, D., Ivanković, Z., Brkan, B., Ričković, M. i Bolić, J. (2011) : Kutjevačka graševina, Nadarbina Zlatne doline (Vallis Aurea), Golden marketing- Tehnička knjiga, Zagreb
8. Meler, M., Horvat, Đ. (2018): Marketing vina u teoriji i primjeni , Edukator d.o.o., Zagreb
9. Obad Šćitaroci, M i Obad Šćitaroci B., (1998): Dvorci i perivoji u Slavoniji – Od Zagreba do Iloka, Šćitaroci d.o.o., Zagreb
10. Požeško – slavonska županija (2020): Fotomonografija Požeško – slavonske županije Zlatna dolina, Tiskara Zagreb d.o.o., Zagreb
11. Rabotić, B. (2013): Selektivni oblici turizma, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd
12. Vitasović, A. (2012) : Ekonomija doživljaja i konkurentnost hrvatske turističke ponude – doktorska disertacija, Pula : Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“
13. Trauer, B. (2006): Conceptualing special interest tourism frame works for analysis, Tourism Management
14. Zelić, I., Crnjac, T: (2009): Park u Kutjevu – zaštićeni spomenik parkovne arhitekture (perivoj, crkva i dvorac), Javna ustanova za upravljanje zaštićenim područjem Požeško – slavonske županije, Požega

15. Winkler, A. J. et. al. (1974) : General viticulture, University of California Press, Berkely

Znanstveni članci:

1. Brunsko, Z. (2002): Turistička motivacija; Turizam: Naše more: znanstveni časopis za more i pomorstvo, Fakultet za turizam i vanjsku trgovinu Dubrovnik, Turizam, Vol.49, No. 1-2, Dubrovnik
2. Carlsen, J. and Charters, S. (2006): Global Wine tourism: Research, Management and marketing, CABI, Cambridge, USA
3. Getz, D., & Brown G. (2006): Critical success factors for wine tourism destinations, Tourism Management, Vol. 27, No. 1, str. 146-158.
4. Hall, M., Ed., (2003): Wine, Food and Tourism Marketing, Binghamton, The Haworth Hospitality Press
5. Luković, T. (2008): Suvremeni turizam, hir ili znanstveno – istraživačka potreba, Acta turistica nova, Vol. 2, No.1, str. 51-74.
6. Razović, M. (2015): Vinski turizam kao poseban oblik turističke ponude Dalmacije, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No. 3-4, str. 51-67
7. Shor, N., Mansfeld, Y.,(2009): Od konzumacije vina do vinskog turizma: Konzumacija i ponašanje u prostoru izraelskih vinskih turista, Turizam: međunarodni znanstveno – stručni časopis, Vol. 57, No. 4, str. 381-403.
8. Tomljenović, R. & Getz, D., (2009): Life – cycle stages in wine tourism development: A. Comparison of wine regions in Croatia. Tourism Reiview International, Vol. 13, str. 1-19.
9. Tomljenović, R., Razović, M., (2009): Vino i turizam sunca i mora: uspješna veza ili neostvariv san, Turizam : međunarodni znanstveno – stručni časopis, Vol. 57, No. 4, str. 449-461.
10. Tomljenović, R. (2006): Wine Tourism destination life cycle, Conference paper: Perspective of the rural tourism in the New Europe, GEOTOUR, Košice

Internetski izvori i baze podataka:

1. 24. sata: <https://www.24sata.hr/news/od-stale-stare-300-godina-je-napravio-tradicionalni-muzej-394085/galerija-352666> , datum pristupanja 02.05.2021.
2. Apoliticni.hr: <http://apoliticni.hr/sto-je-ampelografija/> ;, datum pristupanja 03.05.2021.
3. Agroklub.ba: <https://www.agroklub.ba/vinogradarstvo/pravilna-priprema-tla-za-podizanje-vinograda-cini-proizvodnju-isplativijom/66054/> , datum pristupanja 16.04.2021.

4. Agronomski fakultet Zagreb:
<https://www.agr.unizg.hr/hr/course/hr/713/Tehnologija+proizvodnje+gro%C5%BE%C4%91a> , datum pristupanja 16.04.2021.
5. Državni zavod za statistiku, Kontingent stanovništva po gradovima / općinama popis 2011. :
<https://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/censustabshtm.htm>, datum pristupanja 01.05.2021.
6. Galić - vina.hr: <https://galic-vina.hr/> , datum pristupanja 05.05.2021.
7. Glas Slavonije. hr: <https://glas-slavonije.hr/> , datum pristupanja 28.04.2021.
8. Kutjevo.hr: <https://www.kutjevo.hr/> , datum pristupanja 28.04.2021.
9. Kutjevo.com: <https://www.kutjevo.com/> , datum pristupanja 05.05.2021.
10. Kutjevački - vinari.hr: <http://www.kutjevacki-vinari.hr/kutjevo/vinogorje>, datum pristupanja 28.04.2021.
11. Krauthaker.hr: <https://www.krauthaker.hr/> , datum pristupanja 05.05.2021.
12. Marketinški plan turizma PSŽ 2019.- 2025. :
https://www.tzbpz.hr/images/dokumenti/2020/SMP_SLAVONIJA-1-2020.pdf , datum pristupanja 10.05.2021.
13. Ministarstvo poljoprivrede RH: <https://poljoprivreda.gov.hr/> , datum pristupanja 29.04.2021.
14. Park prirode Papuk: <https://www.pp-papuk.hr/> , datum pristupanja 01.05.2021.
15. Pinova.hr: http://pinova.hr/hr_HR/baza-znanja/vinogradarstvo , datum pristupanja 16.04.2021.
16. Požeško – slavonska županija službena stranica:
<https://www.pszupanija.hr/> , datum pristupanja 01.05.2021.
17. Registar kulturnih dobara : <https://registar.kulturnadobra.hr/#/> , datum pristupanja 28.04.2021.
18. Turistička zajednica grada Kutjeva: <http://www.tzkutjevo.hr/> , datum pristupanja 28.04.2021.
19. Saša Špiranec, Vinart d.o.o., Festival graševine 2015 :
https://vinart.hr/hr/nasi_projekti/konferencija_o_grasevini/ , datum pristupanja 03.05.2021.
20. Stari grad u Ozlju: <https://starigraduozlju.wordpress.com/107-2/>, datum pristupanja 03.05.2021.
21. Sovsko jezero: <https://www.priroda-psz.hr/sovsko-jezero.html> , datum pristupanja 01.05.2021.

22. UNWTO: <https://doi.org/10.18111/9789284420858> , datum pristupanja
04.04.2021.

POPIS ILSUTRACIJE

POPIS SLIKA

Slika 1. Ciklus posebnih turističkih zanimanja	Str. 9
Slika 2. Konceptualni model turističkog doživljaja (utjecaji i rezultati)	Str. 11
Slika 3. Geografski položaj Požeško – slavonske županije na karti; grb i zastava županije	Str. 31
Slika 4. Park prirode Papuk i Jankovac	Str. 32
Slika 5. Sovsko jezero	Str. 34
Slika 6. Popis stanovništva PSŽ- po gradovima i općinama iz 2011. godine	Str. 36
Slika 7. Palača Požeško – slavonske županije	Str. 37
Slika 8. Grad Kutjevo	Str. 41
Slika 9. Amblem grada Kutjeva	Str. 44
Slika 10. Kutjevački dvorac	Str. 46
Slika 11. Crkva Blažene Djevice Marije	Str. 48
Slika 12. Privatni etnografski muzej u vlasništvu Andrije Boškovića	Str. 55
Slika 13. Ampelografski atlas Zdenka Turkovića i Nikole Miroševića	Str. 56
Slika 14. Kutjevački podrum vinarije Kutjevo d.d.	Str. 57
Slika 15. Vidikovac Vila Vinkomir	Str. 59

Slika 16. Renovirani kutjevački dvorac u vlasništvu tvrtke Koncern Agram	Str. 61
Slika 17. Trg Graševine	Str. 62
Slika 18. Kutjevačko vinogorje	Str. 64
Slika 19. Vinski laboratorij	Str. 65
Slika 20. Proslava Sv. Vinka	Str. 67
Slika 21. Običajno pijenje vina	Str. 68
Slika 22. Ceremonija krštenja mošta	Str. 69
Slika 23. Noć otvorenih podruma u vinariji Kutjevo d.d.	Str. 70
Slika 24. Logo vinarije Kutjeva d.d.	Str. 71
Slika 25. Graševina kao prvo vrhunsko vino s oznakom kontroliranog podrijetla kontinentalne Hrvatske	Str. 72
Slika 26. Ledena berba u Kutjevu d.d.	Str. 73
Slika 27. Službena web stranica Kutjevo d.d.	Str. 74
Slika 28. Nagrade vinarije Kutjeva d.d. – Vrhunska graševina berbe 2020.; Graševina ledeno vino iz 2018. i najbolji pjenušac Maximo brut	Str. 74
Slika 29. Logo vinarije Krauthaker	Str. 76
Slika 30. Vinarija Galić	Str. 77

POPIS TABLICA

Tablica 1. Okvir za istraživanja vinskog turizma	Str. 20
Tablica 2. Činitelji koji potiču turiste na sudjelovanje u vinskom turizmu	Str. 23
Tablica 3. Osnovni i ključni činitelji u vinskom i gastronomskom turizmu	Str. 25
Tablica 4. Tipologija proizvoda vinskog turizma	Str. 27
Tablica 5. Najveća naselja Požeško – slavonske županije	Str. 36
Tablica 6. SWOT analiza turističkih proizvoda i razvoja PSŽ	Str. 39