

Razvoj kulturnog turizma u općini Svetvinčenat

Karlović, Ivana

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:610218>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-16**



Repository / Repozitorij:

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



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

IVANA KARLOVIĆ

**RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA U OPĆINI
SVETVINČENAT**

Završni rad

Pula, 2020.

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

IVANA KARLOVIĆ

**RAZVOJ KULTURNOG TURIZMA U OPĆINI
SVETVINČENAT**

Završni rad

JMBAG: 0303065478, redovita studentica

Studijski smjer: Poslovna ekonomija, Turizam

Predmet: Turizam i kultura

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Sociologija

Znanstvena grana: Sociologija turizma

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

Pula, kolovoz 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Ivana Karlović, kandidatkinja za prvostupnicu ekonomije/poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

Ivana Karlović

Karlović Type text here
Type text here

U Puli, 30. kolovoza , 2020. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Ivana Karlović, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

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

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

U Puli, 30. kolovoza, 2020. godine

Potpis

Ivana Karlović

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Kulturni turizam.....	3
2.1. Definicije kulturnog turizma.....	4
2.2. Povijest kulturnog turizma.....	5
2.3. Trendovi razvoja.....	7
3. Kulturni turizam u Općini Svetvinčenat.....	10
3.1. Povijest Općine Svetvinčenat.....	10
3.2. Kulturna baština Općine Svetvinčenat.....	11
3.3. Stanje kulturno – turističke ponude – Manifestacije.....	15
3.3.1. Srednjovjekovni festival.....	16
3.3.2. Festival plesa i neverbalnog kazališta.....	17
3.3.3. Festival sira, mrkat istrijskega dela, izbor najkoze.....	18
3.3.4. Fešta mladega vina.....	20
3.3.5. Fešta od rožic.....	20
3.3.6. Escape castle.....	21
3.3.7. Srednjovjekovne noći.....	22
3.3.8. Srednjovjekovne večere.....	22
3.3.9. Vjenčanja u kaštelu.....	22
3.3.10. Šetnica kaštela.....	23
3.3.11. Kuća vještice Mare – Centar za posjetitelje.....	23
3.3.12. Tematski park Sanc.Michael.....	23
3.3.13. Novoobnovljeni kaštel Morosini Grimani.....	24
3.4. Razvojni aspekti kulturnog turizma.....	25
3.5. Marketing i promocija.....	27
4. SWOT analiza.....	29
5. Razvoj kulturno-turističke ponude – Novi sadržaji.....	32
5.1. Aplikacija za pametne telefone.....	33
5.2. Igrifikacija OPG.....	33
6. Smjernice i ciljevi razvoja kulturnog turizma.....	34
7. Zaključak.....	37
8. Literatura.....	38
9. Popis tablica.....	40

10. Popis slika.....	40
SAŽETAK.....	41
SUMMARY.....	42

1. Uvod

Razvoj turizma, iako povijesno relativno kratak, ali gotovo munjevit, u posljednjim je desetljećima dokazao svoj široki spektar djelovanja. Naime, turizam je, bilo zbog opasnosti koje je sam proizveo, bilo zbog proširivanja ponude i zadovoljavanja turista, proširio svoje djelovanje na neke druge sektore ili ih barem vezao uz sebe pa danas djeluje u kooperaciji s njima. Kulturni turizam jedan je od posebnih oblika turizma, točnije smatra se turizmom specijalnih interesa.

Pojam kulturnog turizma sjedinjuje u sebi pojmove kulture i turizma. Ako se ta dva pojma pokušaju zamisliti u nekom kontekstu, na prvi se pogled čini da su vrlo blisko vezani i da se vrlo dobro upotpunjuju. Naime, jasno je da kultura i kulturna baština pridonose atraktivnosti određene turističke destinacije pa su prema tome često i preduvjet turističkog odabira. Da bi se kvalitetnije iskoristili potencijali koje kulturni turizam posjeduje, neophodna je veća komercijalizacije i bolji sustav destinacijskog upravljanja, što je značajno za budući rast ukupnog turističkog sektora. Upravo zato, kulturna i prirodna baština kojom cijela Istra obiluje te njezina nedovoljna iskorištenost velik je potencijal za razvoj turizma baziranog na materijalnoj i nematerijalnoj baštini.

Upravo zbog toga, Svetvinčenat, mali renesansni gradić u srcu Istre, mjesto bogate kulturne baštine i velikih turističkih i razvojnih potencijala koji su nedovoljno iskorišteni pravi je primjer preslikavanja regionalnih turističkih problema na lokalnu razinu.

Tema ovog završnog rada je razvoj kulturnog turizma u Općini Svetvinčenat pa je prema tome cilj rada pojasniti pojam kulturnog turizma, njegov nastanak i razvoj te također ukazati na važnost razvoja kulturne baštine i razvoja kulturno-turističkih sadržaja u destinaciji, pogotovo ruralnim sredinama poput Općine Svetvinčenat. Posebna pozornost posvećena je trenutnom stanju kulturnog turizma na području Općine Svetvinčenat i mogućnostima koje se pružaju planiranjem razvojnih programa.

Rad je koncipiran u šest poglavlja. Nakon uvoda, slijedi drugo poglavlje koje obrađuje temu kulturnog turizma, te se u ovom poglavlju govori o definicijama kulturnog turizma, povijesti, trendovima i učincima kulturnog turizma. U drugom poglavlju završnog rada predstavljen je kulturni turizam u Općini Svetvinčenat, te se ovdje obrađuje povijest.

Općine Svetvinčenat, njezina kulturna baština, govori se o stanju kulturno turističke ponude na tom području, koji su razvojni aspekti te na kraju kako i na koji način se sve to promovira da nadolazećim gostima i posjetiteljima to bude vidljivo i atraktivno.

Treće poglavlje prikazuje prednosti i nedostatke izvedene iz statističkih podataka i SWOT analize. U četvrtom poglavlju opisuje se buduće željeno stanje turističke ponude u mjestu nakon provedbe planiranih razvojnih programa. U završnom djelu rada prikazane su smjernice i ciljevi kulturnog turizma koji bi doprinijeli daljnjem razvoju turizma u općini Svetvinčenat. Na kraju rada dolazi zaključak i popis korištene literature.

Tijekom izrade rada koristili su se različiti izvori, primjeri i interne dokumentacije Općine Svetvinčenat i druga stručna literatura iz područja ekonomije, turizma i kulture.

2. Kulturni turizam

Kulturni turizam obuhvaća i kulturu i turizam. Da bi se ta dva pojma nadovezala jedan na drugi važno je da u ponudi kulturnog turizma ima mnogo kulturne baštine, značajnih znamenitosti i slično. Kulturni turizam je pojam koji se često upotrebljava, ali često nije dovoljno dobro definiran, te i turisti koji ga koriste ne znaju točno gdje bi ga svrstali i kako bi ga nazvali. Pod pojmom kulturni turizam podrazumijevaju se posjeti muzejima, izložbama, koncertima, ili je takva vrsta vezana uz materijalnu, tj. 'izgrađenu' baštinu.

Kulturni turizam je oblik turizma čija je svrha, između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta. Zbog toga ima pozitivne učinke na iste utoliko što doprinosi njihovom održavanju i očuvanju. Ovaj oblik turizma u stvari opravdava napore koje spomenuto održavanje i očuvanje zahtijevaju od ljudske zajednice zbog socio-kulturne i ekonomske dobrobiti koju donose stanovništvu. Osim kulturne baštine velik udio u kulturnom turizmu ima i tradicija određenog područja koja čini temeljni dio svake kulture.

Poznato je da tržište kulturnog turizma svakim danom sve više raste, modernizira se, njegov se fokus jako brzo mijenja i to od preokupacije sa spomenicima i lokalitetima ka mnogo širem fenomenu, pokrivajući sve aspekte i visoke i popularne kulture. Potrošnja kulturnog turizma tako nije više ograničena na 'ozbiljne' svrhovite posjete uglednim kulturnim lokalitetima, već je postala dio 'atmosfera' destinacije, koju stvaraju zajedno i turisti i lokalno stanovništvo. Kulturni se turizam smatra područjem istraživanja. Najopćenitija definicija kulturnog turizma odnosila bi se na žanr turizma specifičnog interesa koji se temelji na potrazi za i sudjelovanjem u novim i značajnim kulturnim iskustvima, bilo estetskim, intelektualnim, emotivnim ili psihološkim.¹

Naravno, neki oblici kulture kao što su muzeji, galerije, festivali, arhitektura, povijesne gradine, umjetničke predstave i lokaliteti baštine rutinski privlače turiste. A svi ti oblici kulture izrazi su ili sadrže izraz jedne ili više likovnih, popularnih ili folklornih umjetnosti, ili pak jednog ili više lokalnih stilova života – tradicijskih, povijesnih ili modernih. U svakom slučaju, kulturni turizam trebao bi uključivati i dimenziju fizičkog posjećivanja kulturnim institucijama i dimenziju kulturnog kontakta s lokalnim stanovništvom.

¹ Reisinger, Y.: 24. Tourist-HostContact as a PartofCulturalTourism. World LeisureandRecreation, 36 (Summer), 1994., str. 24.

2.1. Definicije kulturnog turizma

Kulturni turizam jest takva vrsta turizma u kojem su meta turističkih posjeta muzeji, izložbe, koncerti, ili je pak takva vrsta turizma vezana uz materijalnu, tj. 'izgrađenu' baštinu – od velikih religijskih spomenika do svjetovne arhitekture. No, za mnogo tradicionalnih društava diljem svijeta, spomenički je lokalitet od manje važnosti. To je osobito vidljivo kod lovačkih i sakupljačkih naroda gdje usmena tradicija ima najveću snagu. Pripadnici takvog društva osjećaju svoju baštinu podjednako vrijednom kao što stanovnik Pariza osjeća Louvre ili Eiffel-ov toranj, ili je pak niti ne osjećaju kao baštinu. Baštinu jednog takvog tradicionalnog društva označuju priče, pjesme ili plesovi koji prelaze iz generacije u generaciju, a ne crkve sagrađene od cigle ili kamena.²

Pojam kulturnog turizma općenito se primjenjuje na putovanja koja uključuju posjete kulturnim resursima bez obzira na inicijalnu motivaciju. Taj je termin ograničen utoliko što previđa važan element u turizmu, a to je „zabava“.³

Nešto se rjeđe za tu tzv. materijalnu aktivnost, dakle posjetu povijesnim građevinama i lokalitetima, muzejima, umjetničkim galerijama itd., upotrebljavaju termini „povijesnog turizma“ ili „baštinskog turizma“. No, često u literaturi „baštinski turizam“ uključuje i prirodne fenomene i scenske umjetnosti. Također nailazimo i na termin „umjetnički turizam“, koji osim scenskih umjetnosti pokriva i muzeje i umjetničke galerije.

Kulturni turizam označava kretanje ljudi koje je uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihovog uobičajenog mjesta stanovanja, s namjerom sakupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.⁴

Kulturni turizam je oblik turizma čija je svrha, između ostalog, otkrivanje spomenika i lokaliteta. Zbog toga ima pozitivne učinke na iste utoliko što doprinosi njihovom održavanju i očuvanju. Ovaj oblik turizma u stvari opravdava napore koje spomenuto održavanje i očuvanje zahtijevaju od ljudske zajednice zbog socio-kulturne i ekonomske dobrobiti koju donose stanovništvu.⁵ Kulturni turizam je zabavno i

² Richards, G.: Od kulturnog do kreativnog turizma: europske perspektive. Turizam. br. 50, 3; 2002., str. 231.

³ Hughes, H. L.: Redefining Cultural Tourism. Annals of Tourism Research. Vol 23 (3), 1996., str. 707-709

⁴ Richards, G.: 17. European Cultural Tourism: Patterns and Prospects. U: Planning Cultural Tourism in Europe; Dodd, D. i Van Hemel, A., ur.; Amsterdam, Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, 1999. str. 29.

⁵ ICOMOS Povelja o kulturnom turizmu, 1976

edukativno iskustvo koje kombinira umjetnost s prirodnom i društvenom baštinom te poviješću. Kulturni turizam je turistički izbor koji educira ljude o aspektima izvedbe, umjetnosti, arhitekture i povijesti koji se odnose na određenu destinaciju.⁶

Kulturni se turizam zasniva na mozaiku lokaliteta, tradicija, umjetničkih oblika, slavlja i iskustava koje portretiraju naciju i njene ljude, reflektirajući raznolikost i njihov karakter. Kulturni turizam jest putovanje usmjereno prema iskustvu umjetnosti, baštine i posebnih osobina destinacije.⁷

U drugu skupinu može se svrstati definiciju kulturnog turizma donesenu od strane Svjetske turističke organizacije (WTO). Prema istoj kulturni turizam obuhvaća kretanje ljudi motivirano kulturom, a u nastavku definicije navode se razni oblici toga kulturom motiviranog kretanja: studijske ture, ture izvođačkih umjetnosti ili slične kulturne ture, putovanja na festivale i druga kulturna događanja, posjete zaštićenim mjestima i spomenicima, putovanja s ciljem proučavanja prirode, folklor, umjetnosti ili hodočašća.⁸

Kulturni turizam je i doživljaj, pa time dolazimo do treće skupine definicija. Naime, u doživljajnom smislu kulturni se turizam shvaća kao ponuda pomoću koje posjetitelji dolaze u kontakt s jedinstvenim socijalnim, povijesnim i baštinskim karakteristikama destinacije koju posjećuju, njezinim lokalnim stilom života koji posjetiteljima pomažu sagledavanje sadašnjosti mjesta kroz slojevitiju i bogatiju prizmu.

2.2. Povijest kulturnog turizma

Još u vrijeme antičkog Rima ljudi su posjećivali mjesta na kojima su se nalazili ostaci starijih kultura i civilizacija. Poznato je da su u prošlosti najveći broj turista bili hodočasnici. Porijeklo riječi turizam ipak se veže uz pojam "Grand Tour", koji označava putovanje u određena mjesta i gradove (ponajviše Zapadne Europe, ali ne isključivo) zbog obrazovanja i ugone. Potreba za takvim putovanjima nastala je u 17. stoljeću u Velikoj Britaniji među aristokracijom, kojima je put u kontinentalnu Europu bio dijelom

⁶ Jelinčić, D. A.: Abeceda kulturnog turizma. Meandarmedia. Zagreb, 2008., str. 78

⁷ Cros, H.: Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. Haworth Press. New York, 2002., str. 134.

⁸ World Tourism Organization. Madrid 1985, str. 131

obrazovanja, da bi se kasnije proširila i među srednjom klasom. Što je takvo putovanje postalo masovnije, smanjivalo se njegovo edukacijsko značenje. Tada se javljaju i prvi muzeji koji veličaju umjetnička i industrijska postignuća, te s vremenom postaju utjelovljenje buržoaske ideje o univerzalnosti kulture. Muzeji su ubrzo postali središtem interesa putnika, tj. turista.

Približno 1862. stvoren je dotada nepoznat pojam – atrakcija. Označavala je nešto što privlači pažnju, osobito neka zanimljiva ili zabavna izložba. Postupno je dostupnost muzeja, izložbi i ostalih kulturnih manifestacija bitno potpomogla razvitak turizma.⁹ U drugoj polovici 19. stoljeća razvila su se i organizirana putovanja po uzoru na "Grand Tour". Sve do Prvog svjetskog rata u europskom turizmu kao motivacija za putovanje bili su kulturni sadržaji. Između dva rata, ponajviše u zemljama sjeverne Europe, naglasak je bio na domaćem turizmu, uključujući i boravak na selu. Poslije Drugog svjetskog rata uglavnom se radilo o posjetima turista iz sjevernoeuropskih zemalja Mediteranu, gdje se jeftino moglo uživati u suncu i moru. Ponuda je bila bazirana na standardiziranim proizvodima koje su nudili turoperatori čije je središte bilo u zapadnoj i sjevernoj Europi. To je uključivalo relativno oskudnu kulturnu ponudu, koja se uglavnom svodila na idealizirane „nacionalne“ kulture koje su mnogi turisti tada po prvi put izravno susretali. U međuvremenu turizam je postao jedna od najvećih industrija. Razvivši se od elitne zanimacije u nužni godišnji odmor za mase, postao je jedan od najvećih globalnih izvora zapošljavanja. Istovremeno, zahvaljujući demokratizaciji kulture, svi su se njezini oblici razvili i proširili, te se srednja klasa više no ikad počela interesirati za oblike „visoke“ kulture. Međutim, kultura i turizam razvijali su se relativno neovisno jedan od drugog. Kulturne su institucije nagnjale svojevrsnom elitizmu i turiste su doživljavale kao nešto što ih zapravo odvraća od glavnog posla koji se odnosi na konzervatorstvo, odnosno na proizvodnju stručnih sadržaja.¹⁰

⁹ Pančić Kombol, T.: Kulturno nasljeđe i turizam. Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin. 16/17 (2006); str. 215

¹⁰ Vukonić, B.: Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija. Acta Turistica Nova. 2 (2008), 1, str. 111-122.

2.3. Trendovi razvoja

Vezano uz kretanja u turizmu, važno je promatrati što se globalno događa na turističkom tržištu budući da to na različite načine utječe i na suvremena obilježja kulturnog turizma. Turizam bilježi kontinuirane stope rasta i takva se predviđanja nastavljaju i za naredno desetljeće. S globalnim rastom raste i potražnja za različitim proizvodima specijalnih interesa, uključujući i kulturni turizam. Takvim kretanjima uvelike pridonosi rast raspoloživih prihoda, novi i jeftiniji načini prijevoza te porast korištenja informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Međutim, osim prognoza o rastu turističkih dolazaka i noćenja, još je važnije promatrati što se događa na području kvalitativnih trendova, odnosno, prvenstveno u sustavu vrijednosti turista kao potrošača koji se odražava na njihov životni stil općenito, pa tako i na turistička putovanja. Istovremeno, i ponuda u destinacijama se mijenja i nastoji se prilagođavati tim brzim promjenama.

Generalno se smatra da kulturni turizam obuhvaća putovanja pretežno motivirana upoznavanjem kulturne baštine, povijesti, umjetnosti i 'kulture života i rada'. Prema procjenama iz 2009. godine u svijetu je ostvareno oko 375 milijuna kulturnih putovanja. Kulturni turisti poželjan su segment iz više razloga, a ponajviše jer su gosti više platežne moći, obrazovaniji i stimuliraju kulturne aktivnosti u destinaciji.¹¹ Kad se govori o putovanjima koja su motivirana kulturnom onda se govori i o potrebi učenja i zabave što je rezultat sve veće obrazovanosti ljudi i generalne potrebe 'rada na sebi'. Zbog toga je spektar aktivnosti koji uključuje komponentu kulture sve širi što dovodi do daljnje segmentacije ovoga tržišta pa tako danas možemo govoriti o tri podsegmenta:

- 1) putovanja motivirana upoznavanjem kulturne baštine koja se odnose na obilazak kulturno-povijesnih lokaliteta i aktivnosti kroz koje se upoznaje prošlost,
- 2) putovanja motivirana prisustvovanjem kulturnom događanju koja se odnose na uprizorenje nekih zbivanja iz prošlosti ili su suvremenog karaktera uključujući i popularnu kulturu,
- 3) putovanja motivirana kreativnim kulturnim aktivnostima koja se odnose na aktivnosti koje su sačuvane iz prošlih vremena poput učenja glagoljice,

¹¹ Richards, G. (2011). Tourism trends: The convergence of culture and tourism. Preuzeto sa: www.academia.edu

tradicijskih vještina, suvremenu praksu kulture života i rada ili suvremenu umjetničku produkciju.

Iako turistički sektor potiče razvoj kulturnog turizma iz pragmatičnog, sektorskog interesa, koristi od njegovog razvoja su višestruke i prelaze okvire samog turizma. Stoga su brojni razlozi za razvoj kulturnog turizma kao, primjerice, valoriziranje i čuvanje nasljeđa, zapošljavanje, ekonomski rast, jačanje kulturne ponude, njegovanje tradicije i razvoj identiteta te poticanje kreativnosti. Razvoj kulturnog turizma stimulira razvoj kulturnih atrakcija. Npr. broj muzeja u Španjolskoj je između 1980. i 2012. godine udvostručen. Barcelona je broj posjetitelja kulturnih atrakcija od 1994. godine do 2013. godine povećala sa 4 na 20 milijuna. Turisti u ovome gradu čine 70% posjetitelja kulturnih atrakcija. Da bi se u ovome uspelo potrebno je uz razvoj kulturnog turizma koristiti učinkovite komunikacijske alate kakve danas suvremeno tržište traži.

Kretanja na suvremenom turističkom tržištu koja se odnose na potragu za jedinstvenošću i aktivnim sudjelovanjem potiču sve veću potražnju za turizmom događanja te sudjelovanja turista u samom proizvodu što dodatno ističe važnost kreativnosti u osmišljavanju različitih proizvoda kulturnog turizma. Obilježja potražnje za ovim proizvodom odlikuje činjenica da se radi o širokom spektru kupaca koji obuhvaćaju različite dobne skupine i razine obrazovanja, ali s naznakom da interes za kulturom raste s dobi i prihodima. Većina putovanja se organizira samostalno iako raste i ponuda tematskih paket aranžmana. Usmene preporuke su važne kod promocije ovog proizvoda pri čemu treba voditi računa da se one danas 'sele' na Internet koji postaje sve važniji izvor informacija za sve proizvode, pa tako i za kulturni turizam. Potrošnja na ovih putovanjima je viša od prosječne, a jednako važno je i to da se putovanja odvijaju tijekom cijele godine. Turistima koje motiva ovaj proizvod važni su atraktivnost destinacije, sadržajnost ponude, načini prezentacije i inovativnost sadržaja, raspoloživost informacija kao i ukupna kvaliteta svih drugih sadržaja u destinaciji.

I dalje se očekuju rast značenja kreativnosti u stvaranju proizvoda kulturnog turizma pri čemu se misli na načine prezentacije i omogućavanje gostiju da sudjeluju i 'iskuse' lokalnu kulturu. Dodanu dimenziju u ovaj proizvod unosi i potreba sagledavanja svih drugih trendova uvjetovanih ekonomskim, političkim i drugim kretanjima na globalnom

tržištu. Ta kretanja postavljaju nove zahtjeve koji se odnose na potrebu sagledavanja etičkih pitanja, utjecaja na okoliš, život lokalne zajednice i dr.

3. Kulturni turizam Općine Svetvinčenat

3.1. Povijest Svetvinčenta

Svetvinčenat, Savičenta, San Vincenti, tri naziva istog mjesta, kojima je polazište u imenu zaštitnika, hispanskog mučenika sv. Vincencija i istoimenoj opatiji oko koje se razvio gradić.

Područje današnje Općine Svetvinčenat nalazi se u središtu južnog dijela Istarskog poluotoka, na pola puta između Pazina i Pule, uz cestu koja spaja unutrašnjost s jugom poluotoka, ukupne površine od 79,74 km², 2.202 stanovnika. Graniči s općinama Vodnjan, Bale, Kanfanar, Barban i Žminj.

Počeci Svetvinčenta najčešće se vežu uz benediktince iz Ravenne, čija se jedna zajednica u 6. stoljeću naselila na tom prostoru bogatom drvom, unutar feuda Sv. Apolinara. Burne i zanimljive promjene tijekom stoljeća učinile su Svetvinčenat jedinstvenim mjestom u središnjoj Istri koje zasigurno odvlači pažnju svojom poviješću i bogatim kulturnim naslijeđem.

Nakon više stoljeća bizantske, langobardske i franačke vlasti čini se da je Svetvinčenat pripadao porečkom biskupu unutar jednog složenog okvira nadležnosti akvilejskog patrijarhata. Upravnu i sudsku vlast u Svetvinčentu vršili su laici koji su se kao feudalci miješali u porečku biskupsku menzu u okviru složenih gospodarskih transakcija, koje su bile uzrokom, a istovremeno i potvrdom političke moći prvih ljudi toga područja. U toj su perspektivi zapinjali odnosi između porečkog biskupa i akvilejskog patrijarha, te goričkih grofova i obitelji Sergijevaca iz Pule, kasnije prozvanih Castropola, i obitelji Morosini della Sbarra iz Venecije.¹²

¹² Općina Svetvinčenat, Interna dokumentacija, Svetvinčenat

Slika 1: Općina Svetvinčenat



Izvor: TZ Svetvinčenat, <http://tz-svetvincenat.hr/svetvincenat-galerija/>, (Preuzeto: 25.08.2020.)

3.2. Kulturna baština Općine Svetvinčenat

Kaštel Morosini-Grimani

Najveći i najdominantniji element svetvinčenskog naselja koji zauzima cijelu sjevernu stranu gradskog trga je kameni kaštel Morosini – Grimani, jedan od većih istarskih kaštela. Kaštel je nastao u kombinaciji tradicije ladanja poljoprivredne ekonomije i obrambene funkcije, što donekle objašnjava njegovu zapanjujuću veličinu. Višeznačna je njegova uloga u određenju mjesta, počevši od veličine trga, preko pojedinih arhitektonskih i urbanih elemenata, a nadasve je bitna simbolika feudalizma u odnosu zakupnik – feudalni gospodar. Kao granična utvrda mletačkog dijela Istre, kaštel Morosini – Grimani bio je povremeno i glavno sjedište vojnih operacija u sukobima protiv Austrije (Vučić, 1996-1997). Prva tvrđava bila je sagrađena još početkom 13. stoljeća, no burne godine ratovanja su za posljedice imale često uništavanje, pa zatim obnavljanje i promjenu izgleda kaštela. Osim izgleda mijenjali su se i vlasnici posjeda. Nakon biskupa, obitelji Castropola i obitelji Morosini, vlasnikom kaštela postaje patricijska venecijanska obitelj Crimani di San Luca. Sadašnji oblik građevina dobiva 1589. godine, kada Marino Grimani obnavlja spaljeni kaštel po nacrtu venecijanskih arhitekata Scamozzija i Campagne. Kaštel je danas jedna od najznačajnijih mletačkih gradnji tog vremena u Istri. Na tri ugla smjestile su se tri kule, a na četvrtom uglu nalazi se palača sa sobama za gospodu i stanom kapetana. S tih su kula bila nadzirana sva četiri ulaza u grad. Kule su povezane bedemima koji izvana pri dnu imaju i potporni zid, a unutra po cijeloj dužini balkon s kojeg su stražari motrili kroz otvore puškarnica.

Na vratima je, osim pokretnog mosta, postojala i velika rešetka za spuštanje. Iznad ulaza nalaze se grb kaštela - sadašnji grb Svetvinčenta, te grb obitelji Grimani di San Luca. U unutrašnjosti kaštela nalazilo se: široko dvorište, stan upravitelja mjesta, skladište za javna davanja i municiju, oružarnica, prostorije za 200 mušketira i kopljanika, te vrlo siguran zatvor koji je bio smješten pod zemljom. U 19. stoljeću obitelj Grimani prepušta kaštel biskupima, a oni ga početkom ovog stoljeća prepuštaju općini. Krajem drugog svjetskog rata kaštel je bio još jednom spaljen.¹³

Slika 2: Kaštel Morosini Grimani



Izvor: TZ Svetvinčenat <http://tz-svetvincenat.hr/svetvincenat-galerija/>, (Preuzeto: 25.08.2020.)

Gradski trg i loža

Na južnom dijelu gradskoga trga nalazi se gradska loža s otvorenim trijemom i arkadama. Gradska loža otvara se jednim ulazom trijema prema trgu, a drugim ulazom otvorena je prema sporednoj ulici.

Svetvinčentski trg, pučkog naziva Placa, u velikom dijelu sačuvao je autentični renesansni izgled, a obilježavaju ga skladne arhitektonske proporcije i jednostavnost. Trg trapezoidnoga tlocrta okružen je kaštelom s kulama i palačom, župnom crkvom Marijina navještenja, gradskom ložom te nizom renesansnih kuća iz 16. stoljeća, a u

¹³ ibidem

središtu se nalazi gradska šterna (cisterna) u klesanom kamenu, sagrađena 1808. godine od priloga puka.

Slika 3: Gradski trg i loža



Izvor: www.mapio.ne (Preuzeto 22.08.2020.)

Župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije

Župna crkva u Svetvinčentu izgrađena je u XVI. stoljeću i pregrađivana tijekom obnoviteljskih zahvata 1871., 1911. i 1965. godine. U njoj se nalaze svetište, sakristija i pet oltara. Na pročelju se nalazi motiv triju polukružnih lukova (renesansna trolisna fasada od domaćeg klesanog kamena). Glavni oltar ima svetohranište i palu Navještenje Marijino, rad mletačkog majstora Giuseppea Porte-Salvatija, koju su dali izgraditi Grimanijevi. Drveni oltar okrenut je prema puku, a uz njega je propovjedaonica iz XVII. stoljeća. U crkvi se nalaze dvije škropionice te pjevalište iznad ulaza s orguljama iz 1912. godine. U crkvi se štuje tijelo svete Viktorije koje je 1669. godine preneseno iz Rima u Svetvinčenat. U crkvi se od 1997. godine nalazi grobnica Sluge Božjega Miroslava Bulešića. Zvonik u sklopu s crkvom visok 24m s tri zvona.¹⁴

¹⁴ Župa Svetvinčenat, <https://www.zupasvetvincenat.hr/crkve/crkve-u-svetvincentu>

Slika 4: Župna crkva



Izvor: Župa Svetvinčenat, <https://www.zupasvetvincenat.hr/crkve/crkve-u-svetvincentu> (Preuzeto 25.08.2020.)

Crkva sv. Vincenta

Crkva svetog Vincenta (Vinka) mučenika na mjesnom groblju u Svetvinčenatu nekadašnja je župna crkva po kojoj je naselje dobilo naziv. Izgrađena je najkasnije u XII. Stojeću. To je crkva stare benediktinske opatije, ujedno najstarija crkva na području današnje župe. Spominje se 1178. godine u buli pape Aleksandra III. porečkome biskupu. Jednobrodno je izdanje, na pročelju se nalazi preslica s dvama oknima i jednim zvonom. U crkvi su zidne slike u tri sloja, od kojih je najstariji sloj slabo je očuvan. Drugi je sloj romanički a izradio ga je duž svih zidova majstor Ognibenus iz Trevisa. Trećem, najmlađem sloju pripadaju slike talijanskog smjera iz druge polovice XIV. i prve polovice XV. stoljeća. U crkvi se vide dva obnovljena prikaza apostola i djelomično očuvana zidna slika na sjevernom zidu s likom svetice i donora. U crkvi je zidni oltar i mala sakristija. Freske prikazuju biblijske scene, kalendar s ilustracijama rada po mjesecima i prikaze iz života svetaca, ponajviše Sv. Vincenta. Od 1958. do 1997. godine u kamenom grobu ispred crkve bilo je sahranjeno tijelo Sluge Božjega Miroslava Bulešića.¹⁵

Crkva sv. Antuna

Crkva svetog Antuna opata nalazi se u Svetvinčenatu do gradskog trga. Izgrađena je u XIV. stoljeću u pučkom gotičkom slogu. Na pročelju crkve nalazi se preslica s jednim

¹⁵ Loc.cit.

oknom, ali bez zvona. U crkvi se nalazi zidni oltar s gotičkim višebojnim kipom svetog Antuna, rad domaćeg majstora.

Crkva svete Katarine

Crkva svete Katarine, djevice i mučenice nalazi se na istočnom izlazu iz mjesta. Izgrađena je u XV. stoljeću, dok joj je lopica prigrađena u XVIII. stoljeću. Obnovljena je 1969. Godine i predstavlja lijep primjer crkvenog zdanja u slogu pučke romanike u Istri. U oltarnom prostoru nalaze se zidne slike iz XV. stoljeća. U unutrašnjosti crkve smješten je drveni kip sveca, rad domaćeg majstora iz XIV. stoljeća. Na zidovima su urezane glagoljičke inskripcije koje datiraju u XV. i XVI. stoljeće.

Crkva sv. Roka

Crkva svetog Roka priznavaoca, nalazi se u sjeverozapadnom dijelu Svetvinčenta. Izgrađena je 1621., a obnovljena 1921. i 1988. godine. Građena je po narudžbi Bratovštine bičevalaca svetog Roka. Riječ je o zdanju građenom u slogu prepoznatljivom za istarski srednji vijek. Na pročelju ima preslicu s dvama oknima i jednim zvonom. Oltar je izgrađen u XX. stoljeću, a na njemu se nalazi baldahin iz XVIII. stoljeća s palom s prikazom svetog Roka.¹⁶

3.3. Stanje kulturno-turističke ponude – Manifestacije

Općina Svetvinčenat oživljava turističku ponudu kroz razne manifestacije koje se održavaju na povijesnim lokacijama, a najviše u Kaštelu Morosini Grimani. Tako se promovira tradicija, kultura, običaji i gastronomija općine Svetvinčenat ali i cijele Istre.

Na glavnom trgu općine održavaju se brojni festivali: Srednjovjekovni festival, Festival plesa i neverbalnog kazališta, Festival sira, Mrkat istrijanskoga dela, Izbor najkoze, Fešta mladega vina, Fešta od rožic.

Unutar kaštela Morosini Grimani održavaju se Srednjovjekovne noći u izvedbi Povijesne udruge Kaštel, Srednjovjekovne večere, I predstave u izvedbi Istra Inspirita,

¹⁶ Loc.cit

osim toga unutar kaštela priređuju se vjenčanja, raznovrsne izložbe, koncert, predstave, pjesničke večeri i performansi.

Unutar kaštela može se odigrati i Escape Castle – logičku igru rješavanja zagonetki, koja je kao takva jedinstvena u Istri, Hrvatskoj ali i čitavom svijetu.¹⁷

3.3.1. Srednjovjekovni festival

Srednjovjekovni festival po prvi puta se održao 2011. godine kada je izazvao veliko oduševljenje ljudi, posebice djece koja su imala priliku vidjeti sasvim nešto novo i drugačije.

U 3 dana koja su tematski podijeljena na Obiteljski dan, Dan viteštva te Dan legendi, u festivalu sudjeluje dvjestotinjak kostimiranih sudionika – plemića, uličnih zabavljača, vitezova, streličara, konjanika i srednjovjekovnih dama koji stvaraju poseban doživljaj putovanja kroz vrijeme za sve posjetitelje.

Bogat i raznovrstan program osmišljen je tako da bude zanimljiv široj skupini ljudi, a započinje svečanim mimohodom dama, plemića, vitezova, streličara i konjanika kroz Svetvinčenat. Značaj festivala čini većim upravo veliki broj sudionika u programu koji dolaze iz susjednih zemalja (Slovenija, Italija, Češka, Slovačka).

Kroz tri dana trajanja festivala održavaju se turnirski dvoboji vitezova, programi vatrenim oružjem (topovi i puške) i noćni vatreni programi (vatrene strijele i kugle) te konjički viteški turnir kroz demonstraciju vještine gađanja kopljem, sječenja sabljom i trka na saracena (prema postojećoj legendi o Svetvinčentskom konjaniku), zatim šaljivi igrokazi za djecu s prigodnim sadržajem kao i tematske radionice za djecu i odrasle (oslikavanje freskoslikarskom tehnikom i izrada suvenira od gline).

Uz zabavne sadržaje i srednjovjekovne sprave, tu je i mini ZOO s domaćim životinjama, ulični zabavljači, akrobati, mađioničar, prezentacija već pomalo zaboravljenih igara, mjesto za degustaciju prirodnih napitaka te slične zanimljivosti iz doba srednjeg vijeka i renesanse.

¹⁷ Općina Svetvinčenat, Interna dokumentacija, Svetvinčenat

Oni stariji i želji adrenalina mogu sudjelovati u radionicama streličarstva, mačevanja, bacanja bodeža i sjekira, okušati se u bacanju koplja ili pak prisustvovati demonstraciji rada katapulte, srednjovjekovnih sprava za mučenje, opsadnih sprava i topova.

Posebno zanimljiv i atraktivan dio programa čini predstava na temu legende o vješnici Mare iz Svetvinčenta te njena inkvizicija (po postojećoj legendi o vješnici Mariji Radoslović koja je, po narodnoj predaji, spaljena u kaštelu).

Priča o Svetvinčentskom nepoznatom konjaniku još je jedna poznata povijesna priča/legenda koja obilježava Svetvinčenat. Prema legendi, na jednom viteškom turniru sudjelovalo je 16 konjanika, a pobjednik turnira – „nepoznati konjanik“, nije htio podignuti vizir kacige i otkriti identitet, već je samo nestao. Niti danas nije poznat identitet konjanika, kao ni razlozi prikrivanja.

Festival svake godine donosi podosta noviteta te posjetitelji mogu vidjeti 2 katapulte i 1 trebuchet, inkvizicijsku spravu - "kotač istine", a isto tako opustiti se uz srednjovjekovnu večernju zabavu i ples.

Na Placi, neposredno pred ulaz u Kaštel, održava se srednjovjekovni sajam autentičnih proizvoda, a potpuniji dojam srednjeg vijeka na sajmu stvaraju dodatni sadržaji poput lokalnog pripovjedača, animatora i glumaca te srednjovjekovne glazbe u pozadini. U sklopu festivala važnost se pridaje gastro show-u u kojem se prezentiraju priprema jela i napitaka po originalnim recepturama iz doba srednjeg vijeka. Ta, već zaboravljena, jela uglavnom su se pripremala od samoniklog bilja koje se danas, nažalost, sve manje koristi. Prezentacijom korištenja samoniklog bilja u pripremi jela, nastoji se utjecati na povećanje svijesti posjetitelja o mogućnostima i potencijalima koje nam i danas priroda pruža, a ujedno i doprinijeti očuvanju prirodne baštine ovog kraja.¹⁸

3.3.2. Festival plesa i neverbalnog kazališta

Festival plesa i neverbalnog kazališta jedinstvena je kulturna manifestacija, organizirana od strane Zagrebačkog plesnog ansambla, koja se svojom tradicijom dokazala kao omiljeno okupljalište plesnih stručnjaka i ljubitelja plesne umjetnosti koji ciljano dolaze popratiti festivalski međunarodni program sastavljen od suvremenog

¹⁸ ibidem

plesa, fizičkog teatra, mime, cirkuserije, uličnog teatra, te edukativnih seminara i radionica. Osnovan 2000. godine Festival je dosad ugostio više od 150 domaćih i inozemnih plesnih i kazališnih trupa s preko 200 radova; ostvario kvalitetnu suradnju s lokalnom zajednicom inicirao otvaranje Mediteranskog plesnog centra posjećenost mu je izvanredna, te je postao nezaobilazan dio kulturne ponude županije i čitave države.

Već 17 godina Festival ostvaruje svoje osnovne ciljeve: prezentiranje recentnih inozemnih i domaćih ostvarenja iz područja plesa, edukacija novih generacija publike, promocija interkulturalnog dijaloga i transnacionalne mobilnosti, sudjelovanje u izgradnji aktivnog, demokratskog i kulturno obrazovanog društva, poticanje kreativnosti, ideja i stavova, te solidarnosti među umjetnicima i publikom a korist od manifestacije kontinuirano ostvaruju svi posjetioči; domaći i strani turisti, stanovništvo općine i županije, profesionalna publika i zaljubljenici u ples čemu svjedoči i sve veći broj posjetitelja ali i reputacija koju Festival uživa.

U mnoštvu kulturnih događanja koja se nude u Istri tijekom ljetnih mjeseci Festival plesa i neverbalnog kazališta izborio je značajno mjesto; aktualizirao plesnu scenu i pospješio njenu decentralizaciju te postao odličan brand i sinonim za ples.

Ministarstvo kulture RH predložilo je upravo Festival Plesa i neverbalnog kazališta kao jedinog hrvatskog kandidata za „Council of Europe CulturalEvents“.

Također, 2009. godine strukovna udruga UPUH organizaciji Festivala uručila je godišnju nagradu za doprinos plesnoj umjetnosti a TZ Istarske županije nagradu "ZLATNA KOZA – CAPRA D'ORO". Festival privlači izvanredan broj posjetitelja, kako turista i lokalnog stanovništva, tako i gledatelja koji su ciljano došli na Festival iz svih krajeva Hrvatske i iz susjednih zemalja a važnost festivala prepoznale su i mnoge kulturne institucije kao Austrijski kulturni forum, Francuski kulturni institut, Gulbenkian fondacija, Francuski institut, Goethe institut i ostali.¹⁹

3.3.3. Festival sira, mrkat istrijanskega dela, izbor najkoze

Festival sira okuplja 30-ak sirara s područja cijele države te je jedan od najvećih sajmova proizvođača sira u Hrvatskoj. Naglasak je dan na manjim obiteljskim siranama

¹⁹ ibidem

koji opravdavaju očekivanja festivala izuzetnom kvalitetom svojih proizvoda. Na sajmu posjetitelji mogu kušati i kupovati osim sireva razne mliječne proizvode kao što su skuta, jogurt, vrhnje i sl. Manifestacija traje dva dana i program je upotpunjen sajmom starih zanata i istarskih suvenira te izborom za Naj kozu Istre.

Najkoza je manifestacija pri kojoj se bira najljepša i najbolja koza tj. Miss koze u Istri. Organizirana je od strane Turističke zajednice Općine Svetvinčenat a u sklopu Festivala sira u Svetvinčentu. Program manifestacije upotpunjen je degustacijom kozjeg sira i ostalih kozjih mliječnih proizvoda, natjecanjem u mužnji koza te nastupom kulturno-umjetničkog društva Svetvinčenat s mlađom i starijom grupom plesača. Dio programa je nezaobilazni ex-tempore, odnosno likovna i literarna radionica na koju se prijavljuju djeca školskog uzrasta. „Naj koza“ nudi doživljaj i kvalitetnu zabavu brojnim posjetiteljima. Natjecanje je podijeljeno u pet kategorija, i to: Miss Istre, Najsimpatičnija koza, Najizvornija koza, Koza s najvećim cicama i Mister prč.

Mrkat istrijskega dela je dio ponude Festivala sira koji ima kulturni, ekonomski, edukativni i turistički karakter, koji se očituje kroz očuvanje kulturno-povijesne baštine zanatstva Istre, poticanje razvoja i opstanka starih i tradicionalnih zanata i novo zapošljavanje u sklopu obrtništva, promociju turističkih vrijednosti, potencijala i unaprjeđenja turističke ponude, promociju suvenira te revitalizaciju starih i tradicionalnih zanata. Manifestacija sadrži prikaz 10-ak starih istarskih zanata kao što su: kovači, klesari, izrada tjestenina, stolari, 30-ak izlagača izlaže autohtone istarske proizvode od kamena, maslinovog drva, meda, sira, ulja, domaćih rakija. Cilj festivala je očuvanje lokalnog identiteta i kulture Istre, poticanje proizvodnje autohtonih proizvoda, podizanje kvalitete domaćih proizvoda time i konkurentnost, promocija autohtonih običaja, kulture i proizvoda Istre, promocija Istre kao destinacije, a posebno mjesta Svetvinčenat. Prema broju posjetitelja, zasigurno je Festival sira jedan od najposjećenijih manifestacija u Istri.²⁰

²⁰ ibidem

3.3.4. Fešta mladega vina

Fešta mladega vina održava se u Svetvinčentu već četrdesetak godina. Osnovna aktivnost ove manifestacije, kako i samo ime govori je prezentacija, degustacija i ocjenjivanje mladog vina koje predstavljaju vinari iz cijele Istarske županije. Osim vinarima, ova manifestacija je namijenjena svim poznavacima i ljubiteljima vina iz područja cijele istarske županije a i šire.

Središnji događaj Fešte mladega vina je izložba i degustacija mladog vina koja okuplja 30-ak ponajboljih vinara iz čitave Istre. Cilj ove manifestacije je predstavljanje cijelogodišnjeg rada i uloženog truda i znanja vinara, kroz prezentaciju mladih vina. Osim predstavljanja vina, na ovoj se manifestaciji vrši i prvo ocjenjivanje mladih vina kako od strane sudaca tako i od strane posjetitelja. Posjetitelji dobiju degustacijsku čašu te mogu kušati vina po izboru. Uz čašu, svi posjetitelji dobiju ocjenjivački list na kojemu mogu glasovati za, po njihovu mišljenju, najbolja mlada vina. Cilj ove manifestacije je promocija vina i vinske kulture u Istri kao jednog od dominantnih proizvoda ove regije. Ova manifestacija predstavlja mjesto susreta istarskih vinara, razmjena znanja, poticanje međusobne konkurencije čiji krajnji cilj je podizanje razine kvalitete proizvodnje i ponude istarskih vina. Posebno je važna i direktna komunikacija posjetitelja s vinarima, koji na najbolji način znaju promovirati i prezentirati svoja vina. Fešta mladega vina zauzima posebno mjesto u mnoštvu smotri mladih vina koje se održavaju u Istri, zato što okuplja vinare s različitih predjela i vinogorja Istre.

Osim toga, izrasla je na 40-godišnjoj tradiciji izlaganja i kušanja mladih vina pa je kao takva simbol očuvanja te tradicije.²¹

3.3.5. Fešta od rožic

Postaje dio Svetvinčenta, prepoznatljiva, nezaobilazna, atraktivna kako u gospodarskom tako i u turističkom smislu. Program manifestacije spaja ponudu cvijeća s kulturno-umjetničkim te zabavnim sadržajem. U realizaciju programa manifestacije uključeni su: proizvođači cvijeća, OŠ Svetvinčenat, OŠ Juršići, Dječji vrtić Balončić, Kulturno umjetničko društvo Svetvinčenat, povijesna udruga Kaštel, Escape Castle, plesne i pjevačke skupine te razni likovni umjetnici. Na sajmu se predstavljaju proizvođači cvijeća iz cijele Hrvatske, što pruža mogućnost izvrsnog izbora velikog

²¹ ibidem

broja sadnica cvijeća, ukrasnog bilja, stablašica, aromatičnog bilja i sl., kojim se uređuju okućnice i vrtovi u pripremi za turističku sezonu. Manifestacija ima veliku posjećenost i mjesto je susreta proizvođača, ljubitelji cvijeća, iznajmljivača privatnog smještaja te ostalih posjetitelja iz cijele Istre i dijela Primorsko-goranske županije. Organizirana je u mjesecu travnju, van glavne turističke sezone, i samim time je značajnija za Općinu Svetvinčenat jer produljuje turističku sezonu.

3.3.6. *Escape castle*

Stvarna „escape room“ igra nastala je prema uzoru na kultne “escape the room” računalne igrice, u kojoj dva do pet igrača, u maksimalno 60 minuta otkrivaju skrivene predmete i tragove te dešifriranjem kodova i šifri, traže izlaz iz sobe. Escape Castle Svetvinčenat nastao je suradnjom Općine Svetvinčenat i stručnjaka u tom području – Escape Room Enigmarium Ljubljana.

Za razliku od klasičnih „escape room“ igri, Escape Castle Svetvinčenat u igru uključuje cijeli kaštel Morosini-Grimani, info punkt, sve 3 kule, tamnicu, oružarnicu i tron. Sedam je viteških iskušenja - odanost, hrabrost, vjera, pravednost, oprez, znanje i upornost, koje igrači moraju proći da bi otkrili tajnu kaštela.

Slika 5: Escape Castle igra



Jeste li spremni za originalnu, adrenalinsku „escape“ avanturu?

Zidovi kaštela čuvaju veliku tajnu, koju nitko do sada nije uspio riješiti. Možete li vi dešifirati poruku nepoznatog viteza?

Ali prvo morate dokazati da ste dovoljno plemeniti, pouzdani, poštenu i hrabri. Rješite 7 viteških iskušenja, otkrijte povijest kaštela i pritom se izvrsno zabavite!

Posjetite nas, čeka vas nezaboravna avantura! Escape Castle Svetvinčenat, T: +385 (0)52 384 318, E: info@grimanicastle.com

© ESCAPE ROOM ENIGMARIUM

Izvor: TZ Svetvinčenat (<https://www.grimanicastle.com/escape-castle-svetvin%C4%8Denat>, preuzeto 22.08.2020.)

Tijekom ili nakon igre, posjetitelji mogu isprobavati zabavne srednjovjekovne sprave za mučenje, razgledati galeriju, stvarne modele katapultu, kupiti suvenir ili uvjeriti se u impozantnost srednjovjekovnog oružja. Iako nema vremenskog ograničenja, timovima je u interesu igru proći čim prije da bi pronašli svoje mjesto na Grimanijevom zidu slavni. Igre su logičke, ali zahtijevaju suradnju igrača, stoga je optimalan broj članova tima od 2-5 igrača, iako to ne mora biti krajnji broj. Istovremeno igru može igrati 7 timova.

Riječ je o inovativnom konceptu, jedinstvenom na svijetu, koji se temelji istarskim legendama, i povijesnim zapisima. Igra je za sve generacije, a trajanje je od 30 minuta do sat vremena.²²

3.3.7. Srednjovjekovne noći

U ljetnoj sezoni 2015. po prvi puta Povijesna udruga Kaštel započela je s organizacijom programa i predstave „Srednjovjekovne noći u kaštelu“, koje su prepune bogatog i zanimljivog programa, a koje se održavaju jednom tjedno u kaštelu Morosini – Grimani.

Po uzoru na sve posjećeniji i već tradicionalni srednjovjekovni festival osim viteških borbi, noćnih borbi, vatrenog show-a te inkvizicije i spaljivanja vještice, očekuje vas i sajam s ponudom suvenira, proizvoda od lavande te foto point gdje možete izraditi personaliziranu foto-razglednicu.

3.3.8. Srednjovjekovne večere

Ono što razlikuje srednjovjekovnu večeru od onih uobičajenih je što ovdje uz ocharavajući ambijent kaštela, ukupan doživljaj čine i autentičan srednjovjekovni meni kojeg nadopunjuju brendirana Savičentska vina „Morosini“ i „Grimani“, te interakcija sa srednjovjekovnim likovima.²³

3.3.9. Vjenčanja u kaštelu

U samom srcu Istre, u predivnom kaštelu Morosini - Grimani dan vjenčanja može biti nezaboravan. Uz župnu crkvu Navještenja Marijina na trgu u Svetvinčentu, u kojoj se

²² Turistička zajednica općine Svetvinčenat, <http://tz-svetvincenat.hr/escape-castle/>

²³ Općina Svetvinčenat, Interna dokumentacija, Svetvinčenat, op.cit.

može održati crkveno vjenčanje, kaštel nudi čarobnu atmosferu srednjovjekovne dvorane Tron koja je idealno mjesto za civilno vjenčanje. Unutarnje dvorište savršeno je mjesto za svadbeno slavlje ili primanje prije obreda, dok će fotografije sa životopisnih stepenica šterne i kvadratne kule učiniti Vaše vjenčanje najromantičnijim.

3.3.10. Šetnica kaštela

Nakon dugog niza godina, šetnica kaštela Morosini-Grimani, je od 2017.godine ponovno je u funkciji. Osim dnevnog razgledavanja šetnicu je moguće razgledati i noću s obzirom na to da je tijekom rekonstrukcije osvijetljena u cijeloj svojoj dužini. Noćna šetnja posjetitelju pruža jedinstven i drugačiji doživljaj kaštela.

3.3.11. Kuća vještice Mare – Centar za posjetitelje

Kuća vještice Mare je centar za posjetitelje posvećen raznolikoj materijalnoj i nematerijalnoj kulturnoj baštini Svetvinčenta, interpretiranoj suvremenim tehnologijama: 3D mappingom, virtualnom i proširenom stvarnošću.

Vještica Mare zaželit će Vam dobrodošlicu, i vratiti Vas u daleku prošlost. Posjetitelji se mogu okušati u virtualnom streličarstvu i testirati svoje viteške vještine. Pomoću naočala za proširenu stvarnost, moći ćete doživjeti Svetvinčenat na jedinstven način, sudjelovati u potrazi za izgubljenom opremom nepoznatog konjanika i biti u mogućnosti zaviriti u prošlost.

Kuća vještice Mare 2020. godine nadopunjena je novim sadržajima; interaktivna knjiga upoznaje vas sa mitskim bićima Istre, a virtualna, streličarska bitka za obranu kaštela Morosini – Grimani dobila je svoj nastavak u mačevanju. Osim Mare, iz svojih zidnih portreta prate vas i neka nova lica, ili možda bića,.. a na izlazu se možete poslikati u mitskom okruženju. Nikako se pak, ne zaboravite odmoriti na čarobnim kockama u dvorištu, jer i one skrivaju glazbenu tajnu!²⁴

3.3.12. Tematski park Sanc. Michael

Tematski park Sanc. Michael smješten je na predivnom posjedu od 26.000 četvornih metara, svega 3 km zapadno od Svetvinčenta. Sastoji se od dvorca površine 400 kvadratnih metara, a izgrađen je od drvenih trupaca.

²⁴ Turistička zajednica općine Svetvinčenat, <http://tz-svetvincenat.hr/kuca-vjestice-mare/> op.cit.

Osim impresivnog zdanja, u ponudi dvorca nalazi se dječji vrtuljak, sprave za mučenje, tamnica za vješticu, suvenirnica te brojne druge zanimljivosti tipične za srednji vijek. Posjetitelji se također mogu okušati u streljaštvu srednjovjekovnim lukom i strijelom.

Mogućnost uživanja u prirodnom okruženju i druženje sa životinjama nezaboravno je iskustvo. Tako se može naučiti jahati konje te hraniti i družiti se s domaćim životinjama – magarcem, kozama, ovcama, kokošima, kunićima, golubovima i drugima. Da bi povratak u srednji vijek bio potpun, posjetitelji mogu uživati i u ukusnim jelima s roštilja i pićima iz autohtonog glinenog posuđa.

3.3.13. *Novobnovljeni kaštel Morosini Grimani*

U 2020. godinu kaštel ulazi u novom ruhu – obnovljena je cijela palača.

U samom prizemlju može se pronaći selekcija najboljih lokalnih proizvoda i odgovarajuća galerija, a u središnjem dijelu palače, multimedijalnu izložbu – zasigurno najatraktivniji dio kaštela, koja se temelji na sagledavanju i interpretaciji ključnih povijesnih događaja u arhitektonskom i društvenom razvoju Kaštela, odnosno Svetvinčenta. Sljedeći kat je u funkciji prostorije za održavanje vjenčanja i konferencija a na samom vrhu nalazi se Kapetanova soba iz koje se pruža zavidan pogled koji seže sve do mora. Za sve ljubitelje vatrenog oružja, kroz cijelu palaču može se vidjeti Kulturno povijesna zbirka starog oružja (14. – 19. st) „Ferlin“, u kojoj se posebice ističe bombardar, preteča topa iz 15. stoljeća, upravo iz Svetvinčenta.²⁵

U svrhu društveno gospodarskog razvoja, projektom KulTERRA obnovljen je kaštel Morosini Grimani u Svetvinčentu. Upravo ovim projektom postiže se povećanje atraktivnosti i prepoznatljivosti Općine Svetvinčenat te postaje kulturno-povijesna prepoznatljiva turistička destinacija tijekom cijele godine. Osim Svetvinčenta odabran je i Grad Buzet u kojem se također obnavlja kaštel Petrapilosa.²⁶

Vodeći partner projekta „KulTERRA“ je Općina Svetvinčenat uz još 11 partnera iz javnog, privatnog i civilnog sektora, osiguravajući time dugotrajnu održivost povezivanjem lokalne zajednice sa privatnim sektorom te politikama javne uprave, na lokalnoj i regionalnoj razini. Ukupna vrijednost projekta „KulTERRA“ iznosi 22.594.779,13 kn, od čega je 19.204.801,29 kn (85% iznosa) osigurano bespovratnim

²⁵ Turistička zajednica općine Svetvinčenat, <http://tz-svetvincenat.hr/kastel-morosini-grimani/> op.cit

²⁶ Općina Svetvinčenat, <http://svetvincenat.hr/kulterra/>

sredstvima Europske unije iz Europskog fonda za regionalni razvoj, i dodatnih cca 1,5 milijuna kuna iz Ministarstva regionalnog razvoja kao udio u sufinanciranju vlastitog učešća.²⁷

Tablica 1: Broj posjetitelja na manifestacijama

MANIFESTACIJA	2019.
Srednjovjekovni festival	12.000
Festival plesa i neverbalnog kazališta	2.700
Festival sira i izbor za Naj kozu	600
Kuća Vještice Mare	3.000
UKUPNO	18.300

Izvor: TZ Svetvinčenat (Turistička zajednica Općine Svetvinčenat (2019.), Interna dokumentacija, Svetvinčenat)

3.4. Razvojni aspekti Općine Svetvinčenat

Jedan od osnovnih strateških ciljeva općine Svetvinčenat je: Razvoj različitih oblika turizma na ruralnom području s naglaskom na valorizaciju kulturnog i tradicijskog naslijeđa. U sklopu tog cilja osnovni prioritet je: Razvoj selektivnih oblika turizma na ruralnom prostoru.

Daljnja modernizacija turističke infrastrukture i razvoj novih turističkih proizvoda i sadržaja trebaju omogućiti produljenje turističke sezone, privlačenje turista tijekom cijele godine i razvoj selektivnih oblika turizma na prostoru Općine Svetvinčenat poput agroturizma, biciklističkog, gastronomskog, vinskog, lovnog, izletničkog, pustolovnog i ostalih oblika turizma na bazi aktivnog odmora. Time će se doprinijeti povećanju zadovoljstva gostiju, ostvarivanju većih prihoda od turizma te bržem razvoju ukupnog gospodarstva na prostoru Općine. Uvjet za to je unaprjeđenje postojeće i uređenje

²⁷ Općina Svetvinčenat, <http://svetvincenat.hr/kulterra/> op.cit.

nove javne turističke infrastrukture poput turističkih informativnih punktova, tematskih parkova, eko naselja, javnih parkirališta, cesta i staza (kulturne rute, biciklističke rute, vinske ceste i slično, s pripadajućim objektima). Cjelovit pristup turističkom razvoju Općine Svetvinčenat, nadalje, podrazumijeva odgovarajuće promoviranje turističkih sadržaja. Promocije turističkih sadržaja potrebno je kontinuirano provoditi putem promotivnih nastupa na sajmovima, oglašavanja, TV reportaža, web oglašivača i sl. Zadaća je sustavno promoviranje turističkih sadržaja na ciljanim tržištima, obilježavanje atraktivnih turističkih sadržaja, izrada promotivnog materijala kao i dodatno pozicioniranje turističke destinacije Općine Svetvinčenat. Turizam je još uvijek specifičan sektor pa zahtjeva i specifična znanja te specifična obrazovanja turističkih djelatnika koja su u skladu s trendovima u turizmu. Brze i stalne promjene u društvu, moderne tehnologije i slično odražavaju se i na trendove u turizmu koje je potrebno kontinuirano pratiti i nadograđivati. Potrebno je kontinuirano educirati kadrove u turizmu kroz stjecanje specifičnih znanja i vještina i upoznavanje informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Nositelje obiteljskog smještaja potrebno je uključiti u edukacije putem različitih tečajeva i radionica na kojima će dobiti znanja o korištenju računala i interneta, poznavanju stranih jezika, razvoju turističkih proizvoda i aktualnih pratećih trendova u turizmu.²⁸

Mjere za provedbu:

- Poticanje razvoja i promoviranje novih oblika ruralnog turizma.
- Unaprjeđenje javne turističke infrastrukture.
- Edukacija nositelja turističke ponude.

Te Održivo upravljanje i valorizacija kulturne baštine.

Očuvanjem i održivim korištenjem kulturne baštine kreira se i njeguje identitet nekog područja te ju je potrebno uključiti u obrazovne i gospodarske aktivnosti. S aspekta ekonomske i gospodarske valorizacije, sadržaji kulturne baštine moraju biti osnova razvoja kulturnog turizma na području Općine. Baštinu je potrebno interpretirati na suvremeni način, prilagođeno potrebama ciljnih skupina, njegujući i ističući identitet ovog područja, neprestano skrbeći o njezinoj zaštiti i očuvanju.

²⁸ Strateški razvojni program Općine Svetvinčenat 2014.-2020 <http://svetvincenat.hr/wp-content/uploads/2014/07/STRATE%C5%A0KI-RAZVOJNI-PROGRAM-OP%C4%86INE-SVETVIN%C4%8CENAT-2014-2020.pdf> (preuzeto 10.08.2020.)

Mjere za provedbu:

- Priprema projekata s ciljem valorizacije i očuvanja kulturno-povijesne baštine, s posebnim naglaskom na integrirane programe koji će doprinijeti održivom razvoju turizma, tako da se najbolje promovira identitet prostora uz uvjet očuvanja i neumanjivanja vrijednosti ovog nasljeđa za buduće generacije
- Poticanje stvaranja i plasmana izvornih suvenira.
- Obnova objekata tradicijske arhitekture.
- Zaštita i obnova povijesne, sakralne, tradicijske, spomeničke, arheološke i svih oblika nematerijalne kulturne baštine.
- Promicanje svijesti među stanovništvom o ulozi i značenju kulturnog i povijesnog nasljeđa i kulture općenito (Internet, knjižnice, audio-vizualni mediji i dr.).

U svrhu razvoja turizma na području općine odvijaju se brojne Kulturno – turističke manifestacije.

3.5. Marketing i promocija

Da bi se turistički proizvodi temeljili na suvremenim trendovima moraju biti pristupačni posjetiteljima te je potrebno uspostaviti dodatni sustav informiranja, promocije i distribucije kojim će se proizvodi učiniti lako dostupnim domaćim i stranim posjetiteljima.

U proteklom periodu napravljeni su pojedini koraci na marketinškom planu kao što su izrada Internet stranice Općine Svetvinčenat i Turističke zajednice Općine Svetvinčenat, promocija putem Facebook-a kao najposjećenije globalne društvene mreže, oglašavanje pojedinih manifestacije putem televizije, radija i tiskanih medija, kroz promotivne materijale u vidu brošura, letaka i promo filmova. Također razvija se mogućnost kupovine ulaznica na internetskim stranicama za različite sadržaje u Općini Svetvinčenat putem koje se mogu ostvariti dodatni popusti.²⁹

²⁹ Općina Svetvinčenat, Interna dokumentacija, Svetvinčenat, op.cit.

Prema Strategiji razvoja kulturnog turizma RH(2020.)³⁰ cilj je postići kvalitetno prezentiran, suvremeno interpretiran i profesionalno promoviran kulturni turistički proizvod.

Takvi turistički proizvodi moraju biti lako pristupačni kako inozemnim, tako i domaćim posjetiteljima tijekom njihovog boravka u destinaciji, kontinuirano slijeđeni s popratnim promotivnim aktivnostima kako bi se stvorio imidž destinacije koja aktivno razvija svoju kulturnu turističku ponudu.

Na temelju iznesenih činjenica i dosad provedenih marketinških aktivnosti na području Općine Svetvinčenat, neophodno je daljnje ulaganje u prepoznatljivost Svetvinčenta kao turističke destinacije.

Sustavno raditi na razvoju i promociji putem aplikacija Svetvinčenat na dlanu, web portala, dnevnih novina i lokalnih novina i ostalim medijima

Tijekom cijele godine potrebno je raditi na promociji cjelokupne turističke ponude Svetvinčenta na način da je vidljivost aplikacije „Svetvinčenat na dlanu“ prisutna na svim web stranicama koje partneri ili direktni učesnici turizma Svetvinčenta imaju. Zatim, putem društvenih mreža te unutar same kulturne baštine, a svakako objavom na svim medijima i to oglašavanjem na lokalnoj i regionalnoj razini putem radija, novina i TV-a.

Provedbom navedenih marketinških koraka temeljenih na Strategiji razvoja kulturnog turizma RH i u skladu s vizijom razvoja Svetvinčenta kao kulturne destinacije, trebala bi doći do izražaja prepoznatljivost kulturne baštine, kvaliteta manifestacija, ponuda ugostiteljskih i smještajnih kapaciteta te dostupnost navedenih sadržaja osobama s invaliditetom.

³⁰ Strategija razvoja kulturnog turizma „Od kulture i turizma do kulturnog turizma“
<http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>

4. SWOT analiza

Ono što u Općini Svetvinčenat kao i u Republici Hrvatskoj nedostaje jest kvalitetan kadar mladih i sposobnih ljudi koji će osvijestiti lokalno stanovništvo o potrebama razvoja kulturnoga i ostalih selektivnih oblika turizma i osmišljavanje kvalitetnoga kulturno-turističkoga proizvoda.

U ovome poglavlju ćemo uz pomoć SWOT analize detaljno analizirati prednosti, nedostatke, prilike i prijetnje za razvitak turizma u kulturnoj domeni na području Općine Svetvinčenat.³¹

Tablica 2: SWOT analiza

SNAGE (Strengths)	SLABOSTI (Weakness)	PRILIKE (Opportunities)	PRIJETNJE (Threats)
Ugodna klima	Nezainteresiranost lokalnog stanovništva	Financiranje projekata iz EU fondova	Epidemije
Povoljan geografski položaj	Veliki broj zapuštenih i neuređenih objekata	Produljenje sezone	Zakonska regulativa
Bogata kulturna povijest	Nedovoljna popunjenost kapaciteta u jezgri	Prekogranična suradnja	Nezainteresiranost ulagača
Osebnost kulturna baština i manifestacije (Kaštel, crkve, festivali)	Nedostatak zajedničke suradnje dionika	Trend razvoja atrakcija u Istri	Devastacija kulturne baštine

³¹ Strateški razvojni program Općine Svetvinčenat 2014.-2020., str. 77.-79.

Lokacija i prometna povezanost	Slaba educiranost lokalnog stanovništva	Razvoj vjerskog turizma	Pad potražnje za smještajem
Poljoprivredni proizvođači		Destinacija za vjenčanja	Nezainteresiranost dionika i lokalne zajednice za unaprjeđenje turizma
Smještajni kapaciteti i ugostiteljski objekti		Uključivanje materijalne i nematerijalne kulturne baštine u turističku ponudu	

Izvor: Strateški razvojni program Općine Svetvinčenat 2014.-2020., str. 77.-79.

Prikazane snage i brojnost u tablici dokazuju nam da je Svetvinčenat kvalitetno turističko područje te također potencijal za nove goste i posjetitelje. To nam dokazuje njegova materijalna i nematerijalna kulturna baština, bogata povijest sa zanimljivim pričama i legendama, dobra prometna povezanost, zadovoljavajuće brojke smještajnih kapaciteta te dobar geografski položaj i ugodna klima unutrašnjosti Istre koja kontinuirano privlači brojne posjetitelje domaćeg i stranog tržišta.

Što se tiče slabosti prikazuju se kao nedostaci te predstavljaju smjernice ka unaprjeđenju razvoja turizma u Svetvinčentu. Vidljiva je potreba zajedničkog nastupa lokalnog stanovništva te njihovoj aktivnosti za razvitak turizma. Kada je riječ o kulturnome turizmu, mora se razmišljati dugoročno, planovi i strategija moraju biti jako dobro utemeljeni, kadar zaposlenih visoko obrazovan i potrebno je prije svega razmišljati realno i stvarati priče koje se ipak mogu potkrijepiti nekakvim povijesnim dokazima, te se cijela turistička ponuda ne bi smjela bazirati isključivo na mašti jednoga turističkoga djelatnika, jer bi to dugoročno moglo uzrokovati negativnu povratnu informaciju posjetitelja.

Ideja je da svaka mikro-destinacija pronađe svoj individualni kulturni identitet i da, uz pomoć kvalitetnoga kadra obrazovanih i sposobnih mladih ljudi, osmisli autohtoni turistički proizvod s kojim će ostvariti prepoznatljivost na turističkome tržištu. Održivost,

investicije i zajednički nastup svih dionika za razvoj turističke ponude Općine Svetvinčenat ogromna su prilika za uključivanje Svetvinčenta u prepoznatljive turističke puteve istarskog poluotoka.

Prijetnje poput epidemije koja nas je zadesila u ovoj godini, zakonskih regulativa te nezainteresiranosti stranih ulagača i lokalnog stanovništva vrlo su važni čimbenici koji aktivno usporavaju turistički razvoj mjesta.

5. Razvoj kulturno-turističke ponude u Općini Svetvinčenat – Novi sadržaji

Nakon što su u prijašnjem dijelu prezentirani potencijali koje Svetvinčenat posjeduje u vidu povijesne i kulturne baštine te kulturno-turističkih manifestacija, valja naglasiti i dodatne turističke sadržaje koje ovo područje posjeduje, a iziskuju daljnje korake u njihovom razvoju, a to su: agroturizam, obiteljska poljoprivredna gospodarstva, biciklističke i pješačke staze te vjerski turizam. Općina Svetvinčenat i Turistička zajednica Svetvinčenat u suradnji s turističkim i javnim sektorom te putem lokalnih i međunarodnih programa provodi edukacije, evaluaciju postojećih programa i manifestacija te osmišljavanje novih sadržaja koji su neophodni za daljnji razvoj turizma, a posebice kulturnog turizma kao najbitnije smjernice razvoja.

Kao temeljni zadaci Strategija razvoja kulturnog turizma iz 2003. godine³² postavljeni su:

- Podizanje razine kvalitete prezentacije kulturnih resursa razvijanjem tema koje će pomoći u interpretaciji i upravljanju lokalitetom,
- Označavanje, interpretacija i prezentiranje na najbolji mogući način resurse koje turisti posjećuju i koji su zastupljeni u promotivnim materijalima destinacije,
- Tematiziranim kulturnim itinererima naglasiti značaj povijesnih i kulturnih lokaliteta te realizirati njihov turistički potencijal,
- Pripremanje i plasman spremnih turističkih proizvoda na tržište, ponajviše muzeje, zbirke te kulturne priredbe i festivale putem marketinških aktivnosti.

U nadolazećem periodu planirani su novi sadržaji, od kojih će se neki ubrzo pojaviti u turističkoj ponudi mjesta, dok poneki iščekuju vanjsko vrednovanje kroz aplicirane projekte zbog nemogućnosti samostalnog financiranja.

³² Strategija razvoja kulturnog turizma „Od turizma i kulture do kulturnog turizma“ <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>, op.cit. str. 16-34

5.1. Aplikacija za pametne telefone

U planu je razvoj multifunkcionalnog IT rješenja za mobilne uređaje koje bi turistima/posjetiteljima pružila informacije koje Općina želi iskomunicirati. Mobilna aplikacija bila bi sveobuhvatna (prognoza, navigacija, osnovne info, kalendar događanja i sl.), a može biti i fokusirana na nekoliko ključnih ali zabavnih, edukativnih i interaktivnih funkcija (kviz, igrice, itd.). Aplikacija će biti usko povezana s identitetom destinacije, a u nju će se ugraditi story telling koji će potaknuti korisnike na istraživanje i interakciju te im tako pružiti iskustvo koje će pamtiti.

5.2. Igrifikacija OPG

Kao nastavak na igru „Escape Castle“ u tijeku je i razrada projekta Igrifikacija OPG-ova, koja bi objedinila lokalne proizvođače i njihove proizvode sa područja Općine Svetvinčenat. Cilj igrifikacije je da se kroz igru i rješavanje zagonetki promoviraju lokalni proizvodi i proizvođači. „Lov na blago“ po OPG-ovima djeluje na sličnom principu kao i Escape Castle samo što su točke odnosno odrednice raspršene po cijelom području Općine. Princip igre je jedan OPG jedna namirnica kojom se kasnije priprema jedan od tradicionalnih recepata našeg kraja u jednoj od tradicionalnih konoba ili restorana. Cilj igre je na svakom OPG-u riješiti određenu zagonetku i time „osvojiti“ namirnicu koja je neophodna za zadani recept. U ovu igrifikaciju bi osim OPG-ova bila i uključena jedna trgovina u kojoj bi se pribavile ostale namirnice koje se ne proizvode kod lokalnih OPG-ova. Igra bi započela u kaštelu Morosini – Grimani gdje bi posjetitelji dobili mapu Općine s ucrtanom rutom i naznačenim OPG-ovima koji su dio ove igre.

6. Smjernice i ciljevi razvoja kulturnog turizma

Smjernice za razvoj kulturnog turizma proizlaze iz krovne nacionalne turističke strategije (SRHT2020).³³ Prema ovom dokumentu kulturni turizam treba dati ključni doprinos postizanju vizije i općih ciljeva turističkog razvoja:

- postizanju globalne prepoznatljivosti na turističkom tržištu,
- tržišnom repozicioniranju s destinacije 'sunca i mora' prema ponudi raznovrsnih autentičnih sadržaja i doživljaja,
- vremenskom proširenju i geografskoj dispergiji turističke potražnje, odnosno vremenski i prostorno ravnomjernijem turističkom razvoju;
- bogaćenju proizvodnog portfelja hrvatskog turizma kako bi se povećao broj turističkih dolazaka i turistička potrošnja

Međutim, razvoj kulturnog turizma specifičan je po tome što zahtjeva partnerstvo dva potpuno drugačija područja s različitim prioritetima i zadaćama, različitim zakonskim i institucionalnim okvirima koji reguliraju njihovo poslovanje te različitim operativnim filozofijama. Zbog toga, za uspješan razvoj kulturnog turizma moraju se uvažavati razlike u misijama i ciljevima, ali se ujedno moraju te razlike premostiti u obostranom interesu te, konačno, u interesu cjelokupnog nacionalnog društvenog, kulturnog i ekonomskog razvoja. U tom kontekstu, razvoj kulturnog turizma trebao bi počivati na tri ključna načela:

a) jasnom liderstvu i konstruktivnom partnerstvu

Kako inicijativa za razvoj kulturnog turizma neminovno dolazi iz turističkog sektora koje nema ingerencijama nad kulturnim resursima ili suvremenom kulturnom produkcijom, liderstvo mora doći obostrano i ravnopravno od oba resorna ministarstva turizma i kulture. Ministarstvo kulture, koje upravlja i usmjerava aktivnosti kulturnog razvoja, mora dati jasan i nedvosmislen signal institucijama u svojoj ingerenciji da podržava i sudjeluje u procesu razvoja kulturno-turističkih proizvoda te, u tom smislu, predstavlja,

³³ Akcijski plan razvoja kulturnog turizma, https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf

zajedno sa svojom mrežom institucija u kulturi, konstruktivnog i produktivnog partnera u procesima razvoja kulturno-turističke ponude.

b) samoodređenju i međusobnom poštovanju

Iako su dionici kulturnog i turističkog sektora u načelu suglasni oko važnosti kulturnog turizma i potrebe razvoja kulturno-turističkog proizvoda, njihova viđenja postojeće suradnje, integracije kulturnih sadržaja u turističku ponudu i prioriteta daljnjeg razvoja kulturnog turizma ukazuju da su u stanovitom raskoraku, s turističkim sektorom koji preferira ulaganje u infrastrukturu kako bi se stvorile nove atrakcije bilo kroz restauracija, unaprijedila dostupnost kroz izgradnju centara za posjetitelje ili povećala atraktivnost kroz uvođenje oživljenje povijesti, čemu je kulturni sektor manje sklon, često smatrajući da je to profanizacija i komercijalizacija kulture. U takvim uvjetima, uspostava kulture međusobnog uvažavanja postaje imperativ. Kulturni sektor treba biti poštovan u svojoj ulozi čuvara baštine, povijesti i kulture te kao aktivan sudionik kulturnog, društvenog i ekonomskog razvoja. Razvoj valja temeljiti na prepoznavanju zajedničkih interesa i ostvarivanju sinergijskih učinaka kulture i turizma, koji će donijeti koristi i jednom i drugom sektoru, ali i društvenoj zajednici u cjelini. To zahtijeva promjenu u standardima i načinima ponašanja i redefiniranje uloga institucija u čijoj je jurisdikciji razvoj kulturnog turizma.

c) autentičnosti, kreativnosti i relevantnosti

cjelokupni turizam, a pri tome ponajviše kulturni turizam, instrument je ekonomskog, ali i cjelokupnog društvenog razvoja. Tako shvaćen, kulturni turizam nudi izuzetne mogućnosti za afirmaciju i promociju naše kulturne baštine kao i suvremene kulture, za eksperimentiranje s novim i inovativnim pod vodstvom kreativne industrije te, time, za oblikovanje cjelokupne baštinske i kulturne scene. Time će se osigurati razvoj i skrb za vlastite kulturne resurse i njegovanje vlastitih talenata (nasuprot uvozu kulture kao opcije) i relevantnost kulture, odnosno rezultata aktivnosti institucija i djelatnika u kulturi ne samo (stranom) turističkom tržištu, već i nama kao građanima ove zemlje i potencijalnim domaćim turistima.³⁴

³⁴ ibidem

Temeljem smjernica za razvoj kulturnog turizma te, uvažavajući dosadašnje rezultate napora u razvoju kulturnog turizma na području općine Svetvinčenat, iskustva stečena u tom procesu te postavljena ključna razvoja načela, definirano je pet strateških ciljeva:

Strateški cilj 1:

Visok društveni standard za sve žitelje, ujednačen prostorni razvoj i efikasna lokalna administracija

Strateški cilj 2:

Jačanje konkurentnosti i diverzifikacije ruralnih gospodarskih aktivnosti s posebnim naglaskom na razvoj poljoprivrednih gospodarstava, obrta i uslužnih djelatnosti

Strateški cilj 3:

Razvoj različitih oblika turizma na ruralnom području s naglaskom na valorizaciju kulturnog tradicijskog naslijeđa

Strateški cilj 4:

Razvoj komunalne infrastrukture

Strateški cilj 5:

Očuvanje okoliša i bioraznolikosti, korištenje obnovljivih izvora energije i energetska učinkovitost.³⁵

³⁵ Strateški razvojni program Općine Svetvinčenat 2014.-2020, op.cit. str. 80-87

7. Zaključak

Kulturni turizam počinje se razvijati paralelno s razvojem suvremenoga društva i suvremenoga turizma. Danas je riječ o jednom od najpopularnijih selektivnih oblika turizma s gledišta turističke potražnje.

Bogata povijest, kultura i arhitektura najčešći su motivi za dolazak u određenu turističku destinaciju. Nova iskustva i doživljaju motiviraju strane i domaće goste da posjete kulturno nasljeđe. Također sudjelovanje u turističkim tokovima i trendovima razlog je ne samo posjeti poznatih kulturnih atrakcija nego i posjeti novih projekata i događaja. Kako bi se destinacija dobro plasirala na tržištu potrebno je poznavanje motiva dolaska u destinaciju, motiva za posjet kulturnim atrakcijama i potrebno je imati informacije koje nam pokazuju jesu li gosti zadovoljni ponuđenim proizvodom.

Kako i u svijetu tako i u Republici Hrvatskoj postoje mnoga mjesta koja obiluju vrijednom kulturnom i povijesnom baštinom koju treba konstantno razvijati, no u ovom završnom radu fokus je na maloj ruralnoj Općini Svetvinčenat čija vrijedna kulturno-povijesna baština i turistički promet zaslužuje detaljniju analizu sadašnjih i budućih mogućnosti.

Svetvinčenat posjeduje vrijednu povijesnu baštinu u vidu crkve SV. Vincencija iz 12. stoljeća, srednjovjekovnog Kaštela Morosini Grimani, renesansnog trga te nizom crkava u starogradskoj jezgri. Uz navedene spomenike kulture, organiziraju se i različite kulturne manifestacije poput Srednjovjekovnog festivala, Festivala sira, Fešte od rožic te Festivala plesa i neverbalnog kazališta. Sve navedeno privlači domaće i strane goste u Svetvinčenat, ali nedovoljno dugo i s malim ekonomskim učincima.

U skladu s kretanjima na tržištu, potrebno je učiniti korak dalje u daljnjem osmišljavanju ponude koja će uključiti sve one komponente atraktivnosti koje su suvremenim turistima važne i koje će omogućiti njihovo bolje upoznavanje različitosti i posebitosti Općine Svetvinčenat proizašlih iz njezinog bogatog kulturnog i povijesnog nasljeđa u turizmu.

8. Literatura

1) KNJIGE:

1. Dujmović, M. (2014.) Kultura turizma, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile
2. Richards, G. (2007.) Cultural tourism: global and local perspectives, New York, Routledge
3. Smith, M. K. (2009.) Issues in cultural tourism studies. London; New York: Routledge
4. Gržinić, J; Vodeb, K (2015.) Cultural tourism and destination impacts, Pula; Sveučilište Jurja Dobrile
5. Jelinčić, D. A.: Abeceda kulturnog turizma. Meandarmedia. Zagreb, 2008.
6. Jelinčić, D. A.: Kultura u izlogu: kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima. Meandarmedia: Meandar. Zagreb, 2010.
7. Vukonić, B.: Povijesni gradovi i njihova turistička razvojna opcija. Acta Turistica Nova. 2 (2008), 1, str. 111-122

2) WEB IZVORI:

1. Institut za turizam, AKCIJSKI PLAN RAZVOJA KULTURNOG TURIZMA, ožujak 2015. https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/001_160128-AP_kulturni.pdf preuzeto: 02.08.2020.
2. Ministarstvo turizma, STRATEGIJA RAZVOJA TURIZMA DO 2020., VELJAČA 2013., <http://www.mint.hr/UserDocsImages/Strategija-turizam-2020-editfinal.pdf>/ preuzeto: 02.08.2020.
3. Strategija razvoja kulturnog turizma „Od kulture i turizma do kulturnog turizma“, <http://arhiva.rera.hr/Portals/0/docs/eu-turizam/Strategij-Razvoja-Kulturnog-Turizma.pdf>
4. Ministarstvo turizma, <https://mint.gov.hr/> preuzeto: 10.08.2020.
5. <https://www.glasistre.hr/> preuzeto: 22.08.2020.
6. <https://svetvincenat.hr/> preuzeto: 22.08.2020.
7. <http://tz-svetvincenat.hr/> preuzeto: 22.08.2020.
8. <https://www.zupasvetvincenat.hr/> preuzeto: 22.08.2020.
9. <https://svetvincenat.hr/kulterra/> preuzeto: 21.08.2020.
10. <https://www.culturenet.hr/default.aspx?id=23209&> preuzeto: 22.08.2020.

11. <http://www.kulturni-turizam.com/hrv/sadrzaj/okulturnomturizmu/> preuzeto: 22.08.2020.
12. https://hr.wikipedia.org/wiki/Kulturni_turizam preuzeto: 22.08.2020.

3) OSTALI IZVORI

1. Općina Svetvinčenat, Interna dokumentacija, Svetvinčenat
2. Turistička zajednica Općine Svetvinčenat (2016.), Interna dokumentacija, Svetvinčenat
3. Strateški razvojni program Općine Svetvinčenat 2014.-2020.

9. Popis tablica

1. Tablica 1: Broj posjetitelja na manifestacijama.....25
2. Tablica 2: SWOT analiza.....29

10. Popis slika

1. Slika 1: Općina Svetvinčenat.....11
2. Slika 2: Kaštel Morosini Grimani.....12
3. Slika 3: Gradski trg i loža.....13
4. Slika 4: Župna crkva.....14
5. Slika 5: Escape Castle igra.....21

SAŽETAK

U suvremenom dobu dolazi do intenzivnih i dinamičnih promjena na tržištu turizma. Promijenila se turistička potražnja te selektivni oblici sva više dobivaju na vrijednosti i sve više resursa svaka pojedina destinacija ulaže u kulturni turizam. Već dugo godina turistička ponuda temeljila se na suncu i moru ali došlo je vrijeme kada posjetitelje sve više privlači prirodna i kulturna baština. Kulturni resursi kojima obiluje Hrvatska te isto tako i Istra mogu obogatiti kvalitetu i imidž turističke ponude. Iz toga proizlazi i smisao ovog završnog rada koji ukazuje važnost na razvitak kulturne baštine i razvoja novih turističkih sadržaja u destinaciji, sredini poput Općine Svetvinčenat čiji se potencijal razmatra u radu te ukazuje na pozitivne ekonomske i socio-kulturne učinke. Fokus je stavljen na kulturni turizam kao jedan od selektivnih oblika turizma sa velikim razvojnim mogućnostima. Navedeni proizvodi u radu moraju se temeljiti na kreativnosti, prepoznatljivosti i autentičnosti, a pritom zahtijevaju ulaganje i rad baziran na kreiranju novih turističkih brendova.

Općina Svetvinčenat kao mala ruralna sredina u Istarskoj županiji, mjesto sa srednjovjekovnim kaštelom Morosini Grimani i autentičnim renesansnim trgom te raznim manifestacijama posjeduje izniman potencijal u svrhu razvijanja kulturnog turizma što se u ovom završnom radu potkrepljuje podacima. Važno je napomenuti utvrđivanje potrebe za dodatnim turističkim ulaganjima, stvaranjem turističkih proizvoda i definiranje dugoročne vizije razvoja Općine Svetvinčenat koja je bazirana na kulturnom turizmu.

Upravo se zbog toga, kroz poglavlja ovog završnog rada potvrđuje da je za razvoj kulturnog turizma, kulturnog turizma Svetvinčenta, neophodno aktiviranje marketinških i upravljačkih aspekata, sustavan rad te ulaganja temeljena na dugoročnom razvoju sredine.

SUMMARY

In modern times, there are intense and dynamic changes in the tourism market. Tourist demand has changed and selective forms are gaining more and more value and resources each destination is investing in cultural tourism. For many years, the tourist offer was based on the sun and the sea, but the time has come when visitors are increasingly attracted by natural and cultural heritage. Cultural resources that abound in Croatia and also Istria can enrich the quality and image of the tourist offer. Hence the meaning of this final paper which indicates the importance of the development of cultural heritage and the development of new tourist facilities in the destination, an environment like the Municipality of Svetvinčenat whose potential is considered in the paper and indicates positive economic and socio-cultural effects. The focus is on cultural tourism as one of the selective forms of tourism with great development opportunities. The mentioned products in the work must be based on creativity, recognizability and authenticity, and at the same time they require investment and work based on the creation of new tourist brands.

The municipality of Svetvinčenat as a small rural area in the Istrian County, a place with a medieval castle Morosini Grimani and an authentic Renaissance square and various events has exceptional potential for the development of cultural tourism, which is supported by data in this final paper. It is important to mention the identification of the need for additional tourism investments, the creation of tourism products and the definition of a long-term vision for the development of the Municipality of Svetvinčenat, which is based on cultural tourism.

That is why, through the chapters of this final paper, it is confirmed that for the development of cultural tourism, cultural tourism of Svetvincenat, it is necessary to activate marketing and management aspects, systematic work and investments based on long-term development of the environment.