

Kulturni turizam na području Toskane

Pavlin, Roberta

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:920664>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-29**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE JURJA DOBRILE U PULI
Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković"

ROBERTA PAVLIN

KULTURNI TURIZAM NA PODRUČJU REGIJE TOSKANE

Završni rad

Pula, kolovoz 2024.

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

ROBERTA PAVLIN

KULTURNI TURIZAM NA PODRUČJU REGIJE TOSKANE

Završni rad

JMBAG: 0303101715, redovna studentica

Studijski smjer: Kultura i turizam

Kolegij: Ekonomija doživljaja

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: izv. prof. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, kolovoz 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

U Puli, _____



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom

_____ 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, _____

Potpis

Sadržaj

| | |
|---|----|
| UVOD | 1 |
| 1. Definicije pojmova turizam, turist te kulturni turizam | 2 |
| 1.1. Pojam riječi turizam | 2 |
| 1.2. Povijesni razvoj turizma | 2 |
| 1.3. Pojam riječi turist | 4 |
| 1.4. Kulturni turizam | 5 |
| 2. Trenutno stanje turizma u Toskani | 8 |
| 2.1. Razvoj kulturnog turizma na području Toskane | 9 |
| 2.2. Značaj kulturne baštine u odnosu na identitet regije | 10 |
| 2.3. Ekonomski doprinos | 11 |
| 2.4. Utjecaj na lokalnu zajednicu | 12 |
| 2.5. Uloga lokalne gastronomije u razvoju kulturnog turizma | 13 |
| 3. Ključne kulturne destinacije u Toskani | 14 |
| 3.1. Firenca | 14 |
| 3.2. Siena | 15 |
| 3.3. Pisa | 16 |
| 3.4. Lucca | 17 |
| 3.5. Arezzo | 18 |
| 4. Izazovi i perspektive budućeg razvoja kulturnog turizma u Toskani | 20 |
| 4.1. Izazovi masovnog turizma | 21 |
| 4.2. Upravljanje turističkim tokovima | 22 |
| 4.3. Edukacija i svijest o održivom turizmu | 23 |
| 4.4. Inovacije i digitalizacija u kulturnom turizmu | 23 |
| 4.5. Unapređenje ruralnog turizma u Toskani | 24 |
| Zaključak | 26 |
| LITERATURA | 27 |

UVOD

U današnjici, turizam je vrlo poznat pojam te je korišten u cijelome svijetu. Svake se godine o njemu govori sve više te iz tog razloga postaje sve značajniji. On je dinamična i raznolika industrija koja obuhvaća putovanja ljudi izvan njihovih uobičajenih sredina radi razonode, posla ili drugih razloga. Toliko je važan da određene države opstaju od njega samoga. Kulturni turizam u drugu ruku ima veliku značajnost te je njegov fokus usmjeren na posjećivanju destinacija s ciljem upoznavanja kulturnu baštinu destinacije, kao što su tradicija, običaji, festivali, povijesne znamenitosti i slično.

U ovome će se radu prikazati kulturni turizam na području grada Toskane, to podrazumijeva njegov značaj, kako funkcionira te što ga unaprijeđuje a što usporava.

Cilj rada je prikazati važnost pojma turizam kao globalnog fenomena, te kao ujedno ne manje bitnog kulturnog turizma na području grada Toskane.

Metode koje su se koristile prilikom pisanja ovoga rada su: metoda deskripcije, metoda analize znanstvene literature, metoda sinteze te metoda deskripcije.

Rad se dijeli na 4 glavna poglavlja, koja se dijele na potpoglavlja. Prvo poglavlje se bavi definicijama turizam, turist te kulturni turizam, drugo se poglavlje bavi kulturnim turizmom u Toskani, treće poglavlje se bavi ključnim kulturnim destinacijama u Toskani a četvrto se poglavlje bavi izazovima i perspektivama budućeg razvoja turizma u Toskani. Na samome će se kraju dati zaključak i prikazati će se korištena literatura.

1. Definicije pojmova turizam, turist te kulturni turizam

Ovo će se poglavlje bazirati na definicijama kao i pojašnjenjima pojmova turizma, turista te kulturnog turizma pošto oni posjeduju izniman značaj u suvremenom svijetu, te se jedan nadovezuje na drugoga. Uz to pobliže će se objasniti povijesni razvoj turizma kako bi se u potpunosti moglo shvatiti njegovo djelovanje tijekom godina.

1.1. Pojam riječi turizam

Riječ turizam posjeduje mnogo definicija, ovisno o pojedincu, odnosno kako ga tko percipira. Definicija koja se najčešće koristi je prema Hunzikeru i Krapfu (1942.) koja glasi: „Turizam je skup odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako se s istima nije povezana nikakva privredna djelatnosti.“¹ Najčešći razlozi putovanja su odmor i relaksacija, a postoje i drugi razlozi odlaska na putovanje, kao što su upoznavanje kulture, duhovni i religiozni razlozi, istraživanje, avantura, hodočašće, sport itd.

1.2. Povijesni razvoj turizma

Kako bi se shvatilo mijenjanje turizma tijekom godina, važno je proučiti njegovu povijest koja je bitna za razumijevanje turizma u budućnosti pošto je on sam društvena i gospodarska aktivnost. Koje su se promjene dogodile te one koje će se tek dogoditi. Riječ turizam dobija značaj tek u 19. stoljeću kada se spomenula u engleskom riječniku.

Iako se drevne civilizacije nisu bavile turizmom kakvog poznajemo danas, ljudi su kroz povijest putovali u različite svrhe. Svatko je imao vlastitu svrhu putovanja ali je to uključivalo hodočašća, istraživanje i potraga za novim iskustvima, trgovina i sl.

¹ Gržinić J., Međunarodni turizam-II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2022., str. 16

Mnogo je čimbenika utjecalo na rast turizma koja su naposljetku činila putovanja dostupnija većem broju ljudi. Kao primjer mogu se navesti tehnološki napredak, društvene promjene i gospodarska transformacija.

Kako navodi Svjetska turistička organizacija (UNWTO) od pretpovijesnog putovanja do suvremenog masovnog turizma, turizam se mijenjao desetljećima. Evolucija turizma povezana je s promjenama u gospodarstvu, društvu i tehnologiji. Tijekom povijesti turizam je doživio značajne transformacije koje su oblikovale njegovo današnje stanje. U nastavku će se prikazati 4 razvojne faze turizma prema UNWTO-u.

1. Antički period: u ovom su periodu glavni pokretači putovanja bili trgovački i kulturni motivi. Grčki i rimski putnici putovali su na sveta mjesta, sudjelovali su u atletskim natjecanjima poput Olimpijskih igara i svjedočili kulturnim događajima poput predstava. Najraniju turističku infrastrukturu pod koju spadaju termalni izvori i hoteli su stvorili Rimljani, Egipćani i Grci. Može se reći kako su se tim su se putovanjima označili počeci turizma kakvog imamo danas.
2. Srednji vijek: u srednjem su vijeku hodočašća bila najčešći oblik putovanja. Vjernici su putovali na sveta mjesta kao što su primjerice Santiago de Compostela u Španjolskoj, putovali su još u Rim i u Jeruzalem. U hodočašćima su ekonomski čimbenici imali znatnu ulogu jer su putnici često trošili novac na regionalna dobra i usluge. Može se reći kako su ta putovanja bila važna ne samo radi hodočašća nego i jer su utjecala na izgradnju infrastrukture, što je uključivalo smještajne kapacitete i hodočasničke rute. Hodočašće je bilo jedan od neuobičajenih oblika putovanja koji je bio dostupan velikom broju ljudi i bio je nužan u poticanju veza između različitih vjerskih i kulturnih skupina.
3. Renesansa i rani moderni period: Grand Tour je stekao popularnost među bogatim obiteljima i europskim plemstvom u 17. i 18. stoljeću. Mladići su na tim putovanjima, koja su bila planirana kao poučne ekskurzije,

ostvarivala društvene veze i stjecala kulturološka znanja. Odredišta koja su se posjećivala bila su Pariz, Beč, Venecija i Rim. Grand Tour je time stvorio temelje za planirane izlete te je ujedno potaknuo interes za povijesne i kulturne studije, što je svakako imalo veliki utjecaj na rast turizma.

4. Industrijska revolucija (početak modernog turizma): ona se dogodila u kasnom 18. i ranom 19. stoljeću. U toj su revoluciji promet i tehnologija doživjeli značajne promjene. Putovanje je postalo široko dostupno radi uvođenja željeznice, parobroda i na kraju automobila. Prve paket aranžmane i planirana putovanja razvio je Thomas Cook koji je ujedno tvorac organiziranog turizma, te je time učinio putovanja dostupnima velikom broju ljudi. Industrijska je revolucija također potaknula urbanizaciju i razvoj srednje klase koja je tražila odmor i bijeg od gradskog života. Ova je faza označila početak modernog turizma uz širenje turističke infrastrukture, uključujući smještajne kapacitete, restorane i turistička odredišta koja su bila šire dostupna. Važno je napomenuti kako je napredak prometne tehnologije omogućio brži i ekonomičniji pristup udaljenim mjestima što je dodatno potaknulo širenje turizma.²

1.3. Pojam riječi turist

Turist je osoba koja putuje van svog standardnog mjesta boravka s ciljem da se odmori, da istražuje i da se zabavi. Ta osoba ili turist to radi samoinicijativno kada posjeduje višak slobodnog vremena. Svaki pojedinac ima svoj cilj radi kojega posjećuje određeno mjesto, no prema svjetskoj turističkoj organizaciji on mora putovati van mjesta boravka, to može biti međunarodno ili unutar svoje zemlje. Kako bi se pojedinac nazivao turistom, ključno je da boravi u mjestu koje nije njegovo

² Gržinić J., Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2019., str. 35-38

uobičajeno mjesto, minimalno 24 sata a maksimalno godinu dana. U suprotnome ako pojedinac boravi manje od 24 sata van svog uobičajenog mjesta boravka on postaje izletnik, a ako boravi dulje od 1 godine smatra se njegovim novim stalnim prebivalištem.³

1.4. Kulturni turizam

Kako bi se mogao razumijeti pojam kulturnog turizma, važno je ponajprije razumijeti pojam kulture i pojam turizma. Kulturni turizam je spoj između kulture i turizma, taj spoj je nastao zato što su kulturna dobra, ostaci kulturnog nasljeđa koji su nekada pripadali određenom povijesnom razdoblju prepušteni budućim generacijama.⁴ To je važno upravo zato što ljudi koji će postati ili već jesu turisti posjećuju ili će pak posjećivati određeno mjesto radi njegove prošlosti i kulture. Nadalje, po autorici Jelinčić ne postoji jedna ili točna definicija kulturnog turizma, već ona navodi da: „Kulturni turizam nije usko definiran pojam, već je shvaćen vrlo široko i uključuje mnoge aspekte života i vidove ljudskih djelatnosti.“⁵

Važno je naglasiti kako su kultura i turizam međusobno povezani pojmovi kada se govori o kulturnom turizmu te kako bi se mogli razumijeti treba ih uvijek staviti zajedno, nikako same za sebe jer onda imaju drugačije značenje. „Kultura izravno utječe na turizam, a turizam sve više utječe na kulturu koja postaje važan motiv turističkih putovanja.“⁶ Time se opisuje prošlost u sadašnjosti koju se može na mnogo načina razumijeti, sagledati ili na novo interpretirati.

Pojam kulturnog turizma primjenjuje se na putovanja na kojima je cilj posjetiti kulturne resurse neovisno o tome postoje li ostali motivi posjete, važno je da to bude izvan mjesta stalnog boravka.

Kulturni turizam ima važnu ulogu u promoviranju kao i očuvanju kulturne baštine te u uspostavljanju mostova između različitih kultura. „Nešto što je u jednoj kulturi uobičajeno i

³ Ibidem, str. 19

⁴ Gržinić J, Međunarodni turizam-II. izmijenjeno i nadopunjeno izdanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2022., str. 174

⁵ Jelinčić D. A., Abeceda kulturnog turizma, Zagreb, 2009., str. 25

⁶ Dujmović M., Kultura turizma, Pula, 2014., str. 108

svakodnevno, u drugoj kulturi može biti novo i egzotično.“⁷ Svatko je naučen na svoj stil življenja kao i na tempo te nešto što je pojedincu uobičajeno, svakodnevno ili normalno, drugome je nešto sasvim novo, zanimljivo, uzbudljivo. Važno je sagledati kako netko percipira određeni doživljaj u destinaciji, što ga više privlači a što manje, koji su njegovi interesi te razlikuju li se od ostalih na različitim destinacijama. S kulturnim se turizmom upoznaju te razgledavaju povijesne znamenitosti te se sudjeluje u aktivnostima koje mogu jednim dijelom postati kreativni turizam u kojem se mogu obavljati kulturne aktivnosti kao što su plesanje, kuhanje, fotografiranje i sl. za koje ljudi pokazuju sve više interesa.

Kulturni turizam podrazumijeva razvijanje većeg poznavanja i uvažavanja drugih kultura. Kako bi se očuvao lokalni identitet i kulturne raznolikosti turisti se upoznaju s običajima, tradicijama, načinom života kao i umjetničkim izričajima.

Doprinos kulturnog turizma održivom razvoju jedan je od njegovih ključnih elemenata. Kulturni turizam pruža lokalnim zajednicama potencijal za ekonomski napredak bez ugrožavanja kulturne baštine, promicanjem kulturnih predmeta i aktivnosti. Turisti koji žele kulturna iskustva u većini su slučajeva spremni potrošiti novac, što potiče lokalno gospodarstvo. Nadalje, kulturni turizam ima sposobnost povećati razumijevanje posjetitelja o vrijednosti zaštite kulturnih resursa educirajući ih o njihovom očuvanju.

Prema Smith (2009.) postoje 6 podsektora kulturnog turizma:

- Turizam naslijeđa,
- Turizam umjetnosti,
- Kreativni turizam,
- Urbani kulturni turizam,
- Ruralni kulturni turizam i
- Etnički ili domorodački turizam.

Kao najznačajniji mogu se izdvojiti urbani kulturni turizam, kreativni turizam te turizam naslijeđa.

⁷ Ibidem, str. 109

- Urbani kulturni turizam svoju važnost bazira na koncentraciji kulturnih sadržaja u gradovima kao što su primjerice festivali, muzeji te kazališta koji u sebi sadržavaju povijest i modernu, a to privlači turiste na dolazak.
- Kreativni turizam posjetiteljima omogućuje aktivno sudjelovanje u kulturnim aktivnostima poput učenja tradicionalnih vještina te slikarskih radionica. Takva je vrsta putovanja kreativnija i održivija jer promiče iskustva koja su autentična te ujedno pomaže lokalnim zajednicama.
- Turizam naslijeđa je najpopularnija vrsta putovanja radi velike mase koja ga najčešće bira. Ona uključuje posjete muzejima, spomenicima i povijesnim lokalitetima, a time se značajno potiče lokalno gospodarstvo pošto je ključna za razvoj i očuvanje kulturnih dobara.

2. Trenutno stanje turizma u Toskani

U ovom će se poglavlju prikazati važnost trenutnog stanja turizma u Toskani kao i razvoj kulturnog turizma na tom istom području, zatim će se reći nešto o značaju kulturne baštine u odnosu na identitet regije, kakav je ekonomski doprinos te će se na samome kraju prikazati utjecaj na lokalnu zajednicu.

Toskanska turistička industrija trenutačno prikazuje stabilan rast kao ujedno i značajan oporavak koji traje još od pandemije COVID-19. To je pomoglo Toskani u ponovnom pozicioniranju kao jednog od najpopularnijih odredišta za putovanja u Italiju 2024. godine.⁸ Kako Toskana posjeduje bogatu kulturnu povijest, prirodne ljepote te gastronomiju ona time i dalje privlači veliki broj turista iz cijeloga svijeta.

Može se reći kako se posebno ističe porast zanimanja za kulturni turizam pošto je došlo do značajnog porasta broja turista koji posjećuju muzeje, te ujedno raste i potražnja za organiziranim obilascima kao što su primjerice posjeti koji arheološkim nalazištima koji sami po sebi na bilo kojem dijelu svijeta drže vlastiti značaj.

U Toskani se mogu pronaći brojne kulturne znamenitosti poput renesansnih zgrada, muzeja i galerija te poznate umjetničke institucije kao što su katedrala Duomo i galerija Uffizi.⁹

Jedna od glavnih turističkih atrakcija Toskane je njena prirodna ljepota sa mnoštvom avanturističkih sportova od kojih se mogu izdvojiti: planinarenje, biciklizam i vođene ture kroz Apuanske Alpe i doline Chianti. Time se fokus stavlja na promicanju održivog turizma.¹⁰

Još jedna grana koja se brzo razvija te koja je vrlo bitna je gastronomski turizam. Ulaskom u 2024. godinu porasla je potražnja za putovanjima koja spajaju degustacije vina s regionalnim specijalitetima. Toskana je poznata po svojim vinogradima i tradicionalnoj kuhinji te s time turisti

⁸ Kulturni turizam Toskane, <https://www.toscana-notizie.it/-/turismo-culturale-toscana-ai-primi-posti-in-italia-per-offerta-e-capacit%C3%A0-di-attrazione>

⁹ Umjetnost i kultura, <https://www.visittuscany.com/it/interessi/arte-e-cultura/>

¹⁰ Održivi turizam, <https://news.toscanapromozione.it/la-nuova-frontiera-del-turismo-sostenibile/>

imaju priliku kušati vina u kombinaciji s autentičnom toskanskom kuhinjom. Pružaju se i vinske ture kroz Chianti, Montalcino i Montepulciano, što poboljšava iskustvo putnika te ga motivira na ponovni dolazak.

2.1. Razvoj kulturnog turizma na području Toskane

Kulturna turizam u Toskani ima dugu povijest i osjetno je narasao kroz mnogo važnih faza. Toskana se tijekom razdoblja renesanse razvila u središte umjetnosti i kulture, to je bilo doba kada su poznati slikari kao što su Michelangelo i Leonardo da Vinci izgradili kulturni identitet tog istog područja. Danas svijetski poznati gradovi, Firenca, Siena i Pisa su radi velikog povijesnog i umjetničkog značaja privlačili sve veći broj turista koji su bili zainteresirani za renesansnu arhitekturu i umjetnost.

U Toskani se početkom 20. stoljeća počela širiti turistička infrastruktura kako bi se zadovoljili zahtjevi posjetitelja koji su s vremenom postajali sve veći. Obnova povijesnih građevina, otvaranje galerija i muzeja te izrada turističkih itinerera je pridonijela rastu kulturnog turizma.

Između kraja 20. i početka 21. stoljeća je došlo do naglog porasta interesa za kulturni turizam koji i dan danas drži tu važnost. Potaknula se raznolikost turizma koja je radi porasta broja turista nudila stvaranje posebnih turističkih paketa koji su uključivali obilaske s vodičem, kulturne događaje i obrazovne programe. Gradovi koji su s bogatom kulturnom i povijesnom baštinom postajali sve poznatiji su bili: Volterra, Arezzo i Lucca koji u današnjici imaju veliku važnost.¹¹

Što se poboljšanja kulturnih ponuda tiče, Toskana je u posljednjih nekoliko godina poboljšala svoju kulturnu ponudu stvaranjem ruta koje povezuju različita povijesna i umjetnička mjesta. Ondje su bila uključena i planiranja tematskih festivala i događanja te su i pojačali promocije manje poznatih lokacija kako bi i one došle do izražaja u čemu su i uspjeli.

¹¹ Toskana, <https://enciklopedija.hr/clanak/toskana>

2.2. Značaj kulturne baštine u odnosu na identitet regije

„Kulturna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokalitete od povijesne, estetske, arheološke, znanstvene, etnološke ili antropološke vrijednosti.“¹² Kada se definira kulturna baština postoje 3 glavne komponente koje se moraju uzeti u obzir kako bi ta definicija bila upotpunjena. Te se komponente dijele na; skupine građevina, lokalitete i spomenike.

Regionalni identitet se odnosi na specifičan proces kroz koji određena regija postaje prepoznatljiva i jedinstvena. Taj proces uključuje stvaranje teritorijalnih granica, simbola i institucija koji oblikuju pogled na regiju, unutar nje same i izvan nje.¹³

Toskana je poznata po svojoj prirodnoj ljepoti i vrlo poznatim kvalitetnim vinarijama, kao i po svojoj kulturnoj povijesti koja je doprinjela stvaranju njenog identiteta koji je prepoznatljiv u cijelome svijetu.

Firenca kao središte toskanske kulturne baštine se često naziva rodnim mjestom renesanse. To je srednjovjekovni grad koji je uvršten na UNESCO-ov popis svjetske baštine te svjedoči o kulturnom bogatstvu koje je dokaz kulturne raznolikosti koja je oblikovala Toskanu i širu europsku kulturu. UNESCO navodi kako je Firenca bila središte inovacija u politici, znanosti i umjetnosti, što je imalo veliki utjecaj na formiranje karaktera regije.¹⁴ Identitet Toskane, koji se uglavnom temelji na kulturnom nasljeđu je još uvijek vidljiv u načinu života, umjetničkim djelima i arhitekturi regije.

U Toskani je kulturna baština također ključna kako bi se održali lokalnih običaji i tradicije. Lokalni festivali kao što su primjerice Calcio Storico i Palio di Siena privlače velik broj turista te ujedno osnažuju lokalnu zajednicu tako što se njima očuvaju posebni kulturni izričaji i običaji.

Nadalje, jednako je važno napomenuti održivi turizam kojemu se pridaje sve više pažnje od kako se pokušava paziti na održivost u svijetu.¹⁵ Ovdje se može spomenuti kulturna baština Toskane koja

¹² Jelinčić D. A., *Kultura u izlogu*, Zagreb, 2010., str. 21

¹³ Paasi A., *Region and place: regional identity in question*, https://www.researchgate.net/publication/240738990_Region_and_Place_Regional_Identity_in_Question, 2014.

¹⁴ Povijesno središte Firence, <https://whc.unesco.org/en/list/174>

¹⁵ Gržinić J., Vodeb K., *Cultural tourism and destination impacts*, Juraj Dobrila University of Pula, Pula, 2015., str. 33, 34

postaje sve važnija kada se spominje održivi turizam. Temelj održivog turizma je očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, a u Toskani se vidi balans između zaštite baštine i promocije turizma.

2.3. Ekonomski doprinos

Ekonomski doprinos je ključan za napredak jedne regije. On povećava lokalni rast tako što se njime stvaraju novi prihodi i ulaganja koji mogu poboljšati infrastrukturu i kvalitetu života. On potiče stvaranje novih radnih mjesta, što naposljetku doprinosi boljoj kvaliteti života za stanovnike. Jača porezne prihode koji se koriste za javne usluge, kao primjerice za obrazovanja i zdravstva. „Turistička industrija, <<vodeća svjetska industrija>> po rastu, trenutno uključuje preko 600 milijuna ljudi, generirajući gotovo milijardu dolara godišnje. Prosječni godišnji rast u turizmu je 7,5%, dok su stope rasta svjetskog BDP-a i međunarodnog izvoza bile 4,9 i 6,0%.“¹⁶ Može se primjetiti kako je ekonomski doprinos od turizma zaista važan te kako je važno raditi na tome da se ponude novi proizvodi ili da se poboljša kvaliteta onih postojećih kako bi se ostvario još veći dobitak.

Ekonomski uspjeh privlači dodatne investicije, to može dovesti do daljnjeg rasta i razvoja. Ujedno, razvoj ekonomije može pomoći u očuvanju i obnovi kulturnih i prirodnih resursa, koji su od velike važnosti za identitet regije.

Kulturni turizam u Toskani ima veliki utjecaj na ekonomiju regije. Posjetitelji dolaze iz cijeloga svijeta kako bi vidjeli poznate kulturne i povijesne znamenitosti poput gradova, Firenze, Pise i Siene. To pomaže ekonomiji na nekoliko važnih načina zato što turisti povećavaju potražnju za smještajem, hranom i drugim uslugama. To znači da hoteli, restorani i trgovine zarađuju više novca kad su turisti prisutni. Na primjer, u popularnim turističkim destinacijama, restorani i hoteli u velikoj većini bilježe veće prihode u turističkoj sezoni što bi se trebalo promijeniti, trebao bi se dobiti cijelogodišnji turizam od kojega bi se imao profit cijele godine.

¹⁶ Ibidem, str. 33

Kulturni turizam stvara nova radna mjesta. Kako bi se mogle održavati vođene ture, organizirati kulturni događaji i raditi u muzejima potrebni su ljudi, pošto bez njih to nebi bilo moguće jer se onda nebi imalo za koga raditi. Time se pomaže kod smanjenja nezaposlenosti jer se otvaraju nova radna mjesta u ovim sektorima što je i dalje potrebno prije nego umjetna inteligencija „preuzme svijet“. Kada i ako se to dogodi više se neće moći imati isti ugođaj kao i iskustva kod posjećivanja određenog mjesta.

Potrebno je ulagati u očuvanje kulturnih spomenika i umjetnosti pošto to donosi koristi. Novac se koristi za obnovu starih građevina i održavanje muzeja, što privlači turiste i pomaže u očuvanju kulturnog naslijeđa. Ta ulaganja mogu dolaziti iz različitih izvora, uključujući javna sredstva, privatne donacije i europske fondove. Turisti troše novac na lokalne proizvode i suvenire kako bi se prisjećali njihovog putovanja te s time pomažu malim obrtima i lokalnim proizvođačima. Kada turisti kupuju lokalne proizvode, oni direktno pomažu lokalnoj ekonomiji.¹⁷

2.4. Utjecaj na lokalnu zajednicu

Kulturni turizam ima velik utjecaj na lokalnu zajednicu. Lokalna je zajednica važna jer je ona dio mjesta koji se posjećuje, ona sudjeluje u njegovom ekonomskom stanju, infrastrukturi, kulturi itd. Bez stanovnika određeno mjesto nebi niti bilo posjećeno, stanovnici su oni koji dovode turiste, daju im savjete te ih pozivaju na ponovni povratak. Dovodi se do stvaranja novih radnih mjesta. Dodatna se radna snaga zahtijeva za turističke atrakcije, muzeje, galerije, hotele i restorane, a time se povećava zaposlenost u regiji kako bi se pružalo što je bolje moguće iskustvo. Ta nova radna mjesta obuhvaćaju sektore koji uključuju usluge, vođenje i upravljanje, što direktno koristi lokalnim stanovnicima na više načina.

Kulturni turizam povećava prihod lokalnih poduzetnika. Turisti troše novac na smještaj, hranu, ulaznice za kulturne događaje, suvenire itd. što povećava prihode lokalnih trgovaca i ugostitelja. S tom se potrošnjom pomaže u jačanju lokalne ekonomije i poticanju dodatnih ulaganja u zajednicu. Da bi zadovoljila potrebe turista, lokalna infrastruktura se unapređuje, to uključuje ceste, javni

¹⁷ Jelinčić D. A., Abeceda kulturnog turizma, Zagreb, 2009., str. 253-256

prijevoz i kulturne objekte što čini područje privlačnijim za posjetitelje i koristi lokalnim stanovnicima pošto im čini svakodnevni život ugodnijim i funkcionalnijim.

2.5. Uloga lokalne gastronomije u razvoju kulturnog turizma

Lokalna gastronomija ima značajnu ulogu u razvoju kulturnog turizma u Toskani. Toskana je poznata po svojoj bogatoj kulinarskoj tradiciji koja se temelji na jednostavnim, ali kvalitetnim sastojcima. Tradicionalna jela poput primjerice "ribollite" (gustu juhu od povrća i kruha), "pappa al pomodoro" (juha od rajčice i kruha) te slavnog firentinskog odreska "bistecca alla fiorentina" privlače brojne posjetitelje koji žele kušati vrstu hrane koji nisu u mogućnosti kušati bilo gdje. Kroz hranu, turisti imaju mogućnost uživati u autentičnom okusu Toskane te vidjeti kakva je razlika između njihovih svakidašnjih jela i Toskanskih delicija.

Vinski turizam je također ključan dio toskanske turističke ponude. Toskanu karakteriziraju brojne vinske rute, među kojima je najpoznatija ona u Chiantiju, gdje turisti mogu posjetiti vinograde, kušati vina i učiti o tradicionalnim tehnikama vinarstva. Ovi vinsko-gastronomski itinerari omogućuju posjetiteljima da dožive autentične aspekte toskanske kulture a to povećava vrijednost njihovog turističkog iskustva.

Pored toga, mogu se navesti i brojni festivali koji su posvećeni lokalnoj hrani i vinu, kao što su "Sagra del Tartufo" (festival tartufa) i "Cantine Aperte" (Otvoreni podrumi). Oni omogućuju turistima dublje razumiju i cijene lokalnu gastronomiju. Takvi su događaji od velike važnosti zato što posjetitelji imaju priliku sudjelovati u lokalnim tradicijama i interakciji s lokalnim stanovništvom, što doprinosi osjećaju autentičnosti i kulturne razmjene.¹⁸

Gastronomski turizam u Toskani jača kulturnu ponudu regije i pridonosi ekonomskom razvoju kroz poticanje lokalne proizvodnje i očuvanje tradicionalnih zanata. Na taj način, lokalna gastronomija postaje ključni element u očuvanju kulturnog identiteta regije i njenom održivom razvoju.¹⁹

¹⁸ Gastronomija i turizam, <https://its-elearning.com/mod/resource/view.php?id=14318&redirect=1#page=249>

¹⁹ Tipična toskanska jela, <https://www.cucchiaio.it/cucina/cucina-tipica-italiana/toscana/>

3. Ključne kulturne destinacije u Toskani

Ovo će se poglavlje zajedno sa potpoglavljima baviti ključnim kulturnim destinacijama Toskane.

Ključne kulturne destinacije su one destinacije koje su najposjećenije u mjestu koje se posjećuje a imaju veze s kulturom. Što se Toskane tiče, njene ključne kulturne destinacije su Firenca, Siena, Pisa, Lucca i Arezzo.

3.1. Firenca

Firenca je glavni grad Toskane. Ona je jedan od najpoznatijih kulturnih centara u svijetu i prvobitno je središte renesanse. Ona je osnovana od strane Rimljana u 1. stoljeću prije Krista kao vojna kolonija, ali je tijekom renesanse što je bio period od 14. do 16. stoljeća doživjela svoj vrhunac kada je postala centar umjetnosti i znanosti dok je bila pod vlasti obitelji Medici. Medici su bili bogata obitelj bankara koja je imala veliku moć u politici i kulturi Firence. Razvoju renesanse je upravo pomoglo to što je obitelj Medici podržavala mnoge umjetnike i znanstvenike.

Kulturna baština Firence je vrlo bogata. Kao najvažniji spomenicima mogu se izdvojiti katedrala Santa Maria del fiore ili poznatija kao Duomo, ona posjeduje svoju monumentalnu kupolu koju je dizajnirao Brunelleschi, poznati talijanski inženjer i arhitekt te jedan od najvažnijih umjetnika renesanse. Nadalje mogu se spomenuti galerija Accademia u kojoj se nalazi svijetski poznati David, palazzo Pitti gdje je živjela obitelj Medici, bazilika Santa Croce i San Lorenzo.

Galerija Uffizi jedan je od najpoznatijih muzeja na svijetu gdje se čuvaju brojna umjetničkih djela talijanskih umjetnika poput Botticellija, Michelangela i Leonarda da Vinci.

Prepoznatljiv simbol grada je Ponte Vecchio, to je stari most koji prolazi preko rijeke Arno.

Kada se spominje politička moć Firence važno je napomenuti Palazzo Vecchio koji je glavna gradska vijećnica i povijesna rezidencija obitelji Medici.

Danas je Firenca jedno od najposjećenijih turističkih odredišta u Italiji sa čak 7.384.354. milijuna godišnjih posjeta (2022.).²⁰

Može se reći kako je Firenca poznata po svojoj razvijenoj kulinarskoj tradiciji, primjerice po firentinskom odrezku ili na talijanskom "bistecca alla fiorentina", pašti i pizzi kao kulturnim talijanskim jelima.²¹

3.2. Siena

Nalazi se u središtu Toskane te se smatra jednim od najljepših srednjovjekovnih gradova u Italiji. Osnovana je u doba Rimljana te je između 12. i 13. stoljeća postala važan trgovački i kulturni centar. Siena bijaše veliki konkurent Firenci pošto su oba grada vrlo značajna.

Jedan od najpoznatijih trgova u Italiji se nalazi u srcu Siene te se naziva Piazza del campo, ima zanimljiv i jedinstven oblik koji predstavlja školjku. Na tom se trgu nalazi Palazzo pubblico koji predstavlja gradsku vijećnicu iz 13. stoljeća zajedno sa vlastitim tornjem pod nazivom Torre del Mangia koji predstavlja važnu turističku atrakciju. Unutar Palazzo pubblica je smješten muzej pod nazivom Museo civico koji sadrži mnoga umjetnička djela i freske koje ukazuju na bogatu povijest grada.

Katedrala u Sieni ili Duomo di Siena je nezaobilazna znamenitost kod posjete grada, ona predstavlja gotičku crkvu koja je izgrađena od bijelog i crnog mramora. Poznata je po detaljnim mozaicima i skulpturama koji prikazuju biblijske scene. Unutar nje se nalazi Piccolomini knjižnica koja je ukrašena impresivnim freskama.²²

²⁰ Najposjećeniji talijanski gradovi, <https://www.geopop.it/dove-vanno-i-turisti-in-italia-la-classifica-dei-delle-citta-e-dei-siti-culturali-piu-visitati/#::~:~:text=Venezia%3A%2010.946.464,Firenze%3A%207.384.354>

²¹ Firenca, <https://www.feelflorence.it/it>

²² Siena, <https://www.italia.it/it/toscana/cosa-fare/siena-centro-storico>

U Sieni se može prisustvovati dugogodišnjoj tradiciji Palio di Siena koja predstavlja utrke konja. Ona se održava 2 puta godišnje u ljetnim mjesecima, 2. srpnja i 16. kolovoza na Piazza del Campo. U toj se utrci za pobjedu natječu 17 gradskih četvrti (contrade).²³

U današnjici, za Sienu se može reći kako je popularna turistička destinacija koja privlači posjetitelje svojim očuvanim srednjovjekovnim izgledom, bogatom poviješću i kulturom.

Ona je također poznata po svojoj lokalnoj kuhinji sa mnoštvom jela kao što su pici (deblja tjestenina), ribollita (gusta povrtna juha s kruhom) i panforte koji predstavlja tradicionalni kolač s orasima i suhim voćem.

Siena je ujedno važan centar obrazovanja, ondje se nalazi jedan od najstarijih sveučilišta u Europi pod nazivom Sveučilište u Sieni, koje je osnovano 1240. godine. Važno je naglasiti kako grad nudi i mnoštvo radionica i tečajeva za turiste koji žele bolje upoznati talijansku kulturu, jezik i umjetnost.

3.3. Pisa

Pisa je jedan od najvažnijih gradova Italije, poznata je u cijelome svijetu radi njenog Kosog tornja. Grad je osnovan u antičko doba, a tijekom srednjeg vijeka postao je značajan trgovački i pomorski centar. Pisa je bila jedan od moćnih gradova-država čiji su konkurenti bili Firenca i Siena. Što se kulturne baštine tiče najpoznatija atrakcija Pise je Piazza dei Miracoli (Trg čuda), na kojem se nalazi Kosi toranj, zvonik katedrale, koji je postao simbol grada zbog svog karakterističnog nagiba. Osim tornja, na trgu se nalaze i Katedrala u Pisi te Krstionica sv. Ivana, koje prikazuju primjere romaničke arhitekture. Na trgu se nalazi monumentalno groblje poznato po svojim freskama a naziva se Camposanto.²⁴

²³ Palio di Siena, https://www.ilpalio.org/cosa_e_palio.htm

²⁴ Camposanto, <https://www.opapisa.it/en/square-of-miracles/camposanto/>

Pisa je popularno turističko odredište upravo radi svih navedenih atrakcija koje posjeduje. Osim Trga čuda ondje se mogu pronaći brojni muzeji i galerije, kao što su primjerice Muzej dell'Opera del Duomo i Muzej San Matteo koji čuvaju vrijedna umjetnička djela i povijesne artefakte.

Pisa je također poznata po svom sveučilištu koje nosi naziv Sveučilište u Pisi koje je osnovano još davne 1343. godine te predstavlja jedno od najstarijih i najprestižnijih sveučilišta u Europi. Može se napomenuti kako se posebno ističe Scuola Normale Superiore di Pisa koja predstavlja elitnu akademsku instituciju.

Što se kuhinje tiče, Pisa nudi brojne lokalne specijalitete, poput cantuccini-ja (hrskavi bademovi keksići) i cecina (tanka slana pita od brašna slanutka), koje turisti vole kušati pošto taj autentičan doživljaj ne mogu nigdje drugdje dobiti.²⁵

3.4. Lucca

Lucca je smješten u sjeverozapadnoj Toskani te je osnovan u doba Rimljana. Jedna od najupečatljivijih karakteristika Lucche su upravo gradske zidine koje su izgrađene u 16. i 17. stoljeću. One su potpuno očuvane i danas služe kao javni park gdje se može voziti bicikl ili se može prošetati. Unutar zidina se nalaze mnoge uske ulice kao i trgovci, te brojne povijesne građevine.

Piazza dell'Anfiteatro koji predstavlja središnji trg, izgrađen je na ruševinama rimskog anfiteatra i ima prepoznatljiv ovalni oblik. U gradu se nalaze mnoge značajne crkve poput Katedrale Svetog Martina koja je poznata po skulpturi Volto Santo i Bazilike San Frediano, s mozaikom koji krase njeno pročelje.²⁶

Za Luccu se može reći kako je danas miran ali živahan grad koji je poznat po svojim kulturnim događanjima i festivalima kao što su; Lucca summer festival, Lucca comics and games, Lucca film

²⁵ Pisa-arte e cultura, <https://www.turismo.pisa.it/pisais/artecultura>

²⁶ Lucca-Piazza Anfiteatro, <https://www.turismo.lucca.it/piazza-anfiteatro>

festival, settembre lucchese itd. Grad je rodno mjesto skladatelja Giacoma Puccinija, a njegova ostavština živi kroz Puccini festival, koji svake godine privlači ljubitelje opere.²⁷

Neizostavna je kuhinja Lucche koja nudi tradicionalna jela kao što su farro juha, tordelli (punjena tjestenina) i buccellato (slatki kruh s anisom).

3.5. Arezzo

Arezzo je smješten u jugoistočnom dijelu Toskane. On predstavlja jedan od najstarijih gradova u Italiji a njegova povijest datira još od vremena Etruščana. Arezzo je manje poznat od prijašnjih obrađenih gradova ali on ujedno nudi bogatu kulturnu baštinu, impresivnu arhitekturu i slikovitu umjetničku scenu što ga čini atraktivnom destinacijom za one koji žele iskusiti ali i istražiti autentične toskanske ljepote izvan glavnih turističkih ruta.

Arezzo posjeduje brojne povijesne spomenike i znamenitosti, primjerice, Piazza Grande koja predstavlja središnji gradski trg, jedan je od najljepših srednjovjekovnih trgova u Italiji. On je okružen renesansnim palačama i poznat je po svojoj karakterističnoj nagnutoj površini. Na tom se trgu nalazi Palazzo delle Logge koji predstavlja elegantnu građevinu s arkadama koju je dizajnirao Giorgio Vasari. On je bio slavni renesansni arhitekt i slikar te je rodom iz Arezza.

Kao jedna od najvažnijih crkava u gradu je Bazilika San Francesco koja je poznata po ciklusu fresaka "Legenda o Svetom Križu" koje je naslikao Piero della Francesca, jedan od najvažnijih talijanskih renesansnih umjetnika. Nadalje može se spomenuti i Katedrala San Donato, koja se ističe svojom zapanjujućom freskom Marije Magdalene koju je također naslikao Piero della Francesca.

U Arezzu se mogu pronaći mnoga događanja, a jedan od najpoznatijih je Giostra del Saracino. To je srednjovjekovni viteški turnir koji se održava dva puta godišnje, u mjesecu lipnju i mjesecu rujna te rekreira srednjovjekovne viteške borbe što daje dašak prošlosti u sadašnjosti.

²⁷ Lucca, <https://www.italia.it/it/toscana/lucca>

Arezzo je također poznat po svom Antiquaria di Arezzo, jednom od najvećih sajmova antikviteta u Italiji, koji se održava svake prve nedjelje u mjesecu i prethodnu subotu. Taj sajam privlači kolekcionare kao i ljubitelje antikviteta iz cijele zemlje i šire.

Kuhinja Arezza nudi lokalne specijalitete poput acquacotta (rustikalna juha od povrća), pappardelle al cinghiale (široka tjestenina s umakom od divljači) i castagnaccio (kolač od kestenovog brašna).²⁸

²⁸ Arezzo, <https://www.visittuscany.com/it/citta-e-borghi/arezzo/>

4. Izazovi i perspektive budućeg razvoja kulturnog turizma u Toskani

U ovom će se poglavlju zajedno sa potpoglavljima prikazati perspektive budućeg razvoja kulturnog turizma u Toskani, uz analizu ključnih izazova s kojima se regija suočava te mogućnostima za održivi rast i prilagodbu novim turističkim trendovima.

Toskana sa svojim bogatim kulturnim naslijeđem i prirodnim ljepotama je već dugo vremena popularna destinacija za turiste. Međutim, s porastom broja posjetitelja i promjenom turističkih trendova ona se suočava s brojnim izazovima koji zahtijevaju promišljeno planiranje i inovativne pristupe.

Kada se govori o izazovima, jedan od glavnih izazova u Toskani je masovni turizam, koji može dovesti do preopterećenja popularnih destinacija što bi moglo negativno utjecati na očuvanje kulturnih i prirodnih resursa te lokalne zajednice. Uz to, sezonalnost turizma, koja je najizraženija tijekom ljetnih mjeseci uzrokuje nepravilnu raspodjelu resursa i ekonomske koristi te time čini održavanje ravnoteže još težom. Na sve to nadovezuje se i ubrzani razvoj digitalnih tehnologija koje iako omogućuju personalizirane doživljaje, predstavljaju izazov za tradicionalne oblike turizma. Kako bi Toskana uspješno riješila ove probleme, treba pronaći način kako uvesti nove tehnologije i prilagoditi turističku ponudu da bi zadovoljila zahtjeve današnjih posjetitelja.

Unatoč izazovima, Toskana ima velike mogućnosti za daljnji razvoj kulturnog turizma. Održivi turizam može pomoći u očuvanju kulturne baštine i smanjenju negativnih učinaka. Promjena turističke ponude može rasporediti turiste ravnomjernije i smanjiti pritisak na najposjećenije destinacije tako što bi se uvela promocija manje poznatih mjesta koristeći se modernom tehnologijom i digitalizacijom koje mogu poboljšati iskustvo posjetitelja i upravljanje turizmom.²⁹

²⁹ Inovacije u toskanskom turizmu, <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.regione.toscana.it%2Fdocuments%2F10180%2F14984153%2FQuando%2Bdi%2Briperimento.pdf%2Fc9703b1f-b902-4659-a003-aa92e5a2035c%3Fversion%3D1.0%26t%3D1515678453783%26download%3Dtrue&psig=AOvVaw1o7qFHpWHh9W>

4.1. Izazovi masovnog turizma

Masovni turizam predstavlja značajan izazov za kulturni turizam u Toskani, iako je status regije već razvijen i popularan. Pošto je Toskana destinacija bogata kulturnim i povijesnim znamenitostima, ona privlači veliki broj turista, a s time dolazi i do nekoliko ključnih problema.

Jedan od najvećih izazova je preopterećenje destinacija. Popularna mjesta kao što su primjerice Firenca i Pisa često su preplavljena posjetiteljima upravo zato što su svijetski poznate destinacije. To može uzrokovati velika oštećenja infrastrukture kao i okoliša. Uske ulice koje su često dio povijesnih centara ne mogu uvijek podnijeti veliki broj turista, a to dovodi do gužvi, buke i povećanog stresa na građevinskim strukturama. Osim toga, ovo preopterećenje može smanjiti kvalitetu iskustva za turiste jer nemaju slobodu uživanja nego trebaju paziti na svoje stvari, naročito torbe i torbice te se moraju gurati između mase ljudi kako bi nešto vidjeli ako uopće postoji prilika za to od silnih gužvi. Time se isto i ubrzava trošenje kulturnih i povijesnih spomenika radi naguravanja i preopterećenja.

Negativan utjecaj na lokalne zajednice također je veliki problem općenito u svijetu ali i u ljetnom razdoblju. Sa velikim brojem turista, lokalne cijene roba i usluga najčešće rastu, a to otežava svakodnevni život za stanovnike koji si nisu u mogućnosti to priuštiti. Posljedice porasta troškova mogu uključivati smanjenje kvalitete života i stvaranje napetosti između turista i lokalnog stanovništva te tako najlakše dolazi do sukoba.

Kad je riječ o očuvanju kulturne baštine, masovni turizam predstavlja ozbiljan izazov. Mjesta koja su kontinuirano izložena velikom broju posjetitelja mogu biti prije devastirana ili oštećena. Time se zahtijeva dodatno ulaganja u održavanje i restauraciju kako bi se osigurala dugoročna očuvanost važnih resursa.³⁰

[SCCs5lyKgT&ust=1724960358598000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAcQr5oMahcKEwilucGyuJiIAxUAAAAAHQAAAAAQBA](https://www.google.com/search?imgres=CCCs5lyKgT&ust=1724960358598000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAcQr5oMahcKEwilucGyuJiIAxUAAAAAHQAAAAAQBA)

³⁰ Gržinić J., Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2019., str. 25-28

4.2. Upravljanje turističkim tokovima

Upravljanje turističkim tokovima vrlo je slično masovnom turizmu no razlika se nalazi u tome što se masovni turizam odnosi na velik broj turista na popularnim destinacijama dok upravljanje turističkim tokovima predstavlja strategije za kontrolu i ravnomjerno raspoređivanje istih turista kako bi se smanjili negativni utjecaji.

Upravljanje turističkim tokovima iznimno je važan aspekt održivog razvoja kulturnog turizma u Toskani. Kako bi se smanjio negativan utjecaj masovnog turizma, važno je pronaći načine kako bi se bolje rasporedilo posjećivanje turista kroz cijelu regiju, a ne samo na nekoliko najpoznatijih lokacija.

Kao i u prethodnom potpoglavlju, jedna od strategija je promocija manje poznatih destinacija. Usmjeravanjem turista prema manje posjećenim, ali ujedno bitnim lokacijama, može smanjiti pritisak na glavne atrakcije.

Potrebno je uvesti ograničenje broja posjeta na najpopularnija mjesta kao i sustav rezervacija. Ograničavanjem dnevnog broja posjetitelja ili uvođenjem sustava rezervacija, može se kontrolirati dolazak turista i smanjiti rizik od preopterećenja. Uvođenjem toga se također omogućuje posjetiteljima iskustvo koje je kvalitetno i manje stresno.

Kako se već navelo, Toskana doživljava vrhunac turističke sezone u ljetnim mjesecima, što rezultira velikim opterećenjem u kratkom vremenskom periodu. Treba se promovirati izvansezonsko putovanje, kao i organizacija događanja tijekom proljeća i jeseni koji mogu pomoći u ravnomjernijem rasporedu turističkih tokova tijekom cijele godine.

Kako bi se u potpunosti moglo upravljati turističkim tokovima, poboljšanje infrastrukture ima važnu ulogu. Treba se ostvariti bolja prometna povezanost, postavljanjem informacijski centara i znakova kako bi se turisti usmjeravali na razna mjesta a ne isključivo na ona najposjećenija. Upravo je zato važno kreiranje sadržaja u ostalo doba godine na manje posjećenim mjestima, kao i dobra promocija koja je iznimno važna za privlačenje turista.

U suštini, upravljanje turističkim tokovima nije samo važno za očuvanje kulturne baštine, već je važno i za osiguranje dugoročne održivosti turizma u Toskani. Pravilnim planiranjem i usmjeravanjem turista, regija može zadržati svoju privlačnost i očuvati svoj autentičan karakter.

4.3. Edukacija i svijest o održivom turizmu

Edukacija i podizanje svijesti o održivom turizmu igraju ključnu ulogu u očuvanju kulturne baštine i prirodnih ljepota Toskane. Da bi turizam bio održiv, važno je educirati kako lokalne zajednice tako i posjetitelje o odgovornom ponašanju prema okolini u kojoj se nalaze.

Edukacija lokalnog stanovništva može pomoći ljudima koji žive u turističkim područjima da bolje razumiju kako održivi turizam može pozitivno utjecati na njihovu svakodnevicu. To se može napraviti kroz razne radionice i programe na kojima stanovnici mogu naučiti kako smanjiti negativne učinke turizma i istovremeno iskoristiti njegove ekonomske prednosti.

Ujedno je važno podizanje svijesti među turistima. Posjetitelji trebaju biti svjesni kako njihovo ponašanje može utjecati na destinacije koje posjećuju, nekada se turisti opuste pošto nisu u svom rodnom kraju i ne ponašaju se u skladu sa pravilima. Bitnu ulogu ovdje ima odgoj koji se nosi od kuće jer ako netko nije naučen ponašati se u skladu sa pravilima onda se neće tako ponašati. Edukativni materijali i kampanje mogu informirati turiste o načinima na koje mogu doprinijeti očuvanju okoliša. Primjer toga može biti pravilno odlaganjem otpada ili poštivanjem lokalnih običaja.

Obrazovni programi koji su usmjereni na mlade i studente mogu dugoročno osigurati da buduće generacije budu svjesne važnosti održivog turizma stalnim podučavanjem. Takva se podučavanja mogu razvijati kroz tečajeve i seminare na kojima mladi mogu naučiti kako odgovorno upravljati turizmom i očuvati kulturne vrijednosti za buduće generacije.³¹

4.4. Inovacije i digitalizacija u kulturnom turizmu

Inovacije i digitalizacija su zaokupirale današnji svijet pošto se sve odvija putem interneta. Tehnološki napredak omogućava destinacijama da unaprijede turističko iskustvo, poboljšaju pristup informacijama i očuvaju kulturnu baštinu na nove i kreativne načine.

³¹ Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., Ekonomija turizma-načela i praksa, Split, 2008., str. 200-202

Jedna od ključnih prednosti digitalizacije je mogućnost stvaranja interaktivnih i personaliziranih turističkih doživljaja. Primjerice, mobilne aplikacije i virtualne ture omogućuju posjetiteljima da istražuju znamenitosti na način koji njima najviše odgovara, uz prisutnu dostupnost informacija u stvarnom vremenu. Ovdje se ujedno može uroniti u povijest čega god se traži te se time dobija potpuna slika neke destinacije. Sve potrebne informacije o određenome mjestu se trebaju nalaziti upravo na jednome mjestu kako bi potencijalni posjetitelj mogao znati što ga tamo čeka, čega tamo ima, što posjetiti te sve ostalo što ga zanima. Ovime se može pomoći u upravljanju gužvama pošto postoje digitalne ture te bilo tko može njima pristupiti neovisno gdje se nalazi. Na internetskim se stranicama mogu pronaći i informacije kada je na određenom mjestu najveća a kada najmanja gužva što svakako dobro dođe za znati kako bi se posjete mogle rasporediti prema želji, tako stvarajući što je manje moguću gužvu.

Inovacije u turizmu također uključuju korištenje novih tehnologija za očuvanje i promociju kulturne baštine. Primjerice, digitalne arhive, 3D skeniranje i virtualna stvarnost omogućuju očuvanje vrijednih umjetničkih djela i spomenika u digitalnom obliku, time se smanjuje rizik od fizičkog oštećenja a istovremeno su dostupne cijelome svijetu.

Pametna rješenja za upravljanje turizmom poput analitike podataka se mogu ostvariti naprema posjećenosti internetske stranice, broja komentara i sl. Time se omogućuje bolja koordinacija turističkih tokova i optimizacija resursa. Na taj se način mogu ponuditi kvalitetnija i održivija turistička iskustva koja su prilagođena modernim potrebama posjetitelja.³²

4.5. Unapređenje ruralnog turizma u Toskani

Ruralni turizam u Toskani nudi značajan potencijal za diversifikaciju turističke ponude i smanjenje pritiska na popularne urbane destinacije poput već spomenutih Firenze, Siene i Pise. Ruralni turizam omogućava posjetiteljima iskušanje autentičnog načina života u toskanskom selu, istražujući manje poznata područja koja su najčešće bogata prirodnim ljepotama, kulturnim znamenitostima i tradicionalnim običajima.

³² Trendovi u turizmu, https://blog.osservatori.net/it_it/turismo-significato-dati-trend

Toskanska sela i ruralni krajevi, kao što su Val d'Orcia, Mugello i Casentino, nude autentičnu priliku za turiste kako bi uživaju u prirodi, kušali lokalne proizvode izravno s farmi, te kako bi sudjelovali u raznim aktivnostima poput planinarenja, biciklizma, lova na tartufe i poljoprivrednim radovima. Ti bi oblici turizma obogatili turističko iskustvo i doprinjeli očuvanju lokalnih zajednica i njihovih tradicija.

Ruralni turizam također pruža priliku za razvoj agroturizma, gdje posjetitelji mogu boraviti na tradicionalnim farmama, naučiti o proizvodnji lokalnih specijaliteta, kao što su maslinovo ulje, sir i vino te učiti o ekološkim praksama. Na taj način, turisti doživljavaju neposredan kontakt s lokalnom kulturom i prirodnim okruženjem, što bi njihovo iskustvo činilo vrlo posebnim radi kojeg bi se možda poželjeli vratiti.

Povećanje interesa za održivi i ekološki turizam dodatno naglašava važnost ruralnih područja u turističkoj ponudi Toskane. Posjetitelji sve više traže autentična i održiva iskustva koja su u skladu s njihovim vrijednostima, što čini ruralni turizam sve atraktivnijom opcijom. Ova vrsta turizma također može pomoći u uravnoteženju turističkih tokova, smanjenju sezonalnosti te povećanju ekonomske koristi za manje razvijena područja regije.³³

³³ Ružić P., Ruralni turizam,

<https://hrcak.srce.hr/file/84260#:~:text=Ruralni%20turizam%20skupni%20je%20naziv,dobar%20temelj%20za%20ruralni%20razvoj.>

Zaključak

Zaključak ovog rada sumira glavne teme istražene u vezi s kulturnim turizmom u Toskani. U radu se počelo objašnjavanjem pojmova turizma i kulturnog turizma te se prikazao kako se turizam razvijao kroz povijest. U dijelu o trenutnom stanju kulturnog turizma u Toskani je istaknuta važnost kulturne baštine za identitet regije, kao i njezin ekonomski utjecaj i utjecaj na lokalne zajednice.

Također su analizirane ključne kulturne destinacije, kao što su Firenca, Siena, Pisa, Lucca i Arezzo. U završnom dijelu, raspravljalo se o izazovima i mogućnostima daljnjeg razvoja kulturnog turizma u regiji, s posebnim naglaskom na masovni turizam, upravljanje turističkim tokovima, edukaciju o održivom turizmu, primjenu inovacija i digitalizacije te unapređenju ruralnog turizma. Sve navedeno ukazuje na to da, unatoč izazovima Toskana ima potencijal za daljnji održivi razvoj kulturnog turizma.

Zaključno, rad pokazuje da Toskana, sa svojom bogatom kulturnom baštinom, poviješću i gastronomijom predstavlja jedan od najvažnijih centara kulturnog turizma u svijetu. Iako se suočava s izazovima poput masovnog turizma i sezonalnosti posjeduje brojne prilike za daljnji razvoj kroz održive prakse i digitalne inovacije. Raznolikost kulturnih sadržaja i destinacija unutar regije nudi mogućnost za ravnomjerniju raspodjelu turističkih tokova, čime se može smanjiti pritisak na najposjećenija mjesta.

Uz kontinuiranu edukaciju i podizanje svijesti o važnosti očuvanja kulturne baštine, Toskana može nastaviti biti primjer uspješnog spoja tradicije i modernog pristupa turizmu. Time se osigurava dugoročna održivost turizma u regiji i obogaćuje se iskustvo posjetitelja koji mogu dublje razumjeti i cijeniti bogatu povijest i kulturu Toskane.

LITERATURA

Knjige:

1. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S., Ekonomija turizma-načela i praksa, Ekokon, Split, 2008.
2. Dujmović M., Kultura turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, 2014.
3. Gržinić J., Međunarodni turizam-II. izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2022.
4. Gržinić J., Uvod u turizam-povijest, razvoj, perspektive, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, 2019.
5. Gržinić J., Vodeb K., Cultural tourism and destination impacts, Juraj Dobrila University of Pula, Pula, 2015.
6. Jelinčić D. A., Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Meandar Zagreb, Zagreb 2009.
7. Jelinčić D. A., Kultura u izlogu-kratki vodič za upravljanje kulturnim dobrima, Meandarmedia, Meandar Zagreb, Zagreb 2010.

Publikacije:

1. Paasi A., Region and place: regional identity in question, https://www.researchgate.net/publication/240738990_Region_and_Place_Regional_Identity_in_Question, 2014.
2. Povey G., Gastronomy and tourism, <https://its-elearning.com/mod/resource/view.php?id=14318&redirect=1#page=249>, 2011.
3. Ružić P., Ruralni turizam (drugo prošireno izdanje), <https://hrcak.srce.hr/file/84260#:~:text=Ruralni%20turizam%20skupni%20je%20naziv,do%20temelj%20za%20ruralni%20razvoj>.

Internetski izvori:

1. Enciklopedija.hr, Toskana, <https://enciklopedija.hr/clanak/toskana> (pristupljeno 19.8.2024.)
2. Feel Florence, Firenca, <https://www.feelflorence.it/it> (pristupljeno 19.8.2024.)

3. Geopop, najposjećeniji talijanski gradovi, <https://www.geopop.it/dove-vanno-i-turisti-in-italia-la-classifica-dei-delle-citta-e-dei-siti-culturali-piu-visitati/#:~:text=Venezia%3A%2010.946.464,Firenze%3A%207.384.354>
(pristupljeno 21.8.2024.)
4. Il Palio.org, Palio di Siena, https://www.ilpalio.org/cosa_e_palio.htm (pristupljeno 21.8.2024.)
5. Inovacije u Toskanskom turizmu, <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.regione.toscana.it%2Fdocuments%2F10180%2F14984153%2FQuando%2Bdi%2Bbriferimento.pdf%2Fc9703b1f-b902-4659-a003-aa92e5a2035c%3Fversion%3D1.0%26t%3D1515678453783%26download%3Dtrue&psig=AOvVaw1o7qFHpWHh9WSCCs5lyKgT&ust=1724960358598000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAcQr5oMahcKEwiLucGyuJiIAxUAAAAAHQAAAAAQBA> (pristupljeno 26.8.2024.)
6. Italia.it, Lucca, <https://www.italia.it/it/toscana/lucca> (pristupljeno 20.8.2024.)
7. Italia.it, Siena, <https://www.italia.it/it/toscana/cosa-fare/siena-centro-storico>
(pristupljeno 20.8.2024.)
8. Osservatori.net, trendovi u turizmu, https://blog.osservatori.net/it_it/turismo-significato-dati-trend (pristupljeno 27.8.2024.)
9. Opera della Primaziale Pisana, Camposanto, <https://www.opapisa.it/en/square-of-miracles/camposanto/> (pristupljeno 26.8.2024.)
10. Visit Tuscany, Arezzo, <https://www.visituscany.com/it/citta-e-borghi/arezzo/>
(pristupljeno 20.8.2024.)
11. Cucchiaio.it, tipična toskanska jela, <https://www.cucchiaio.it/cucina/cucina-tipica-italiana/toscana/> (pristupljeno 27.8.2024.)
12. Toscana notizie, kulturni turizam Toskane, <https://www.toscana-notizie.it/-/turismo-culturale-toscana-ai-primi-posti-in-italia-per-offerta-e-capacit%C3%A0-di-attrazione> (pristupljeno 19.8.2024.)
13. Toscana promozione turistica, održivi turizam, <https://news.toscanapromozione.it/la-nuova-frontiera-del-turismo-sostenibile/>
(pristupljeno 28.8.2024.)

14. Turismo. Lucca. It, Lucca-Piazza Anfiteatro, <https://www.turismo.lucca.it/piazza-anfiteatro> (pristupljeno 25.8.2024.)
15. Turismo. Pisa. It., Pisa-arte e cultura, <https://www.turismo.pisa.it/pisais/artecultura> (pristupljeno 25.8.2024.)
16. UNESCO world heritage centre, povijesno središte Firenze, <https://whc.unesco.org/en/list/174/> (pristupljeno 22.8.2024.)
17. Visit Tuscany, umjetnost i kultura, <https://www.visittuscany.com/it/interessi/arte-e-cultura/> (pristupljeno 27.8.2024.)