

Turistička ponuda regije Toskana

Lončarić, Lara

Master's thesis / Diplomski 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:137:770079>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-09**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

LARA LONČARIĆ

TURISTIČKA PONUDA REGIJE TOSKANA

Diplomski rad

Pula, 2024.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

LARA LONČARIĆ

TURISTIČKA PONUDA REGIJE TOSKANA

Diplomski rad

JMBAG: 0303085406, izvanredna studentica

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Trgovina i turizam

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

Pula, veljača 2024.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani hara horčarić, kandidat za magistra ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na 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

hara horčarić

U Puli, 10.05.2024.



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, Lara Lončarić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobriće u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom TURISTIČKA PONUDA REGIJE TOSKANA

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobriće 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, 10.05.2024.

Potpis

Lara Lončarić

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Uvod u Toskanu kao turističku destinaciju	1
1.2. Svrha i ciljevi istraživanja.....	1
1.3. Metode istraživanja i hipoteza rada	2
2. Evolucija kulturnog identiteta u Toskani.....	3
2.1. Povijesni gradovi	6
2.1.1. Firenca	7
2.1.2. Siena.....	9
2.1.3. Pisa.....	10
2.1.4. San Gimignano	11
3. Trendovi i promjene kroz desetljeća	13
3.1. Tradicionalno i novo u turizmu.....	13
3.2. Sklonost novim iskustvima i specijaliziranim ponudama	14
3.3. Inovacije u turizmu – primjer društvenog muzeja i pametnog turizma u Toskani.	14
4. Selektivni oblici turizma – turistička ponuda Toskane.....	17
4.1. Terminologija selektivnih oblika turizma	17
4.2. Kulturni turizam	18
4.2.1. Galerija i muzej Uffizi	19
4.2.2. Palača Pitti	20
4.2.3. Palača Vecchio	21
4.4. Gastronomski turizam	22
4.4.1. Kesten festival.....	29
4.4.2. Bruschetta festival.....	29

4.4.3. Festa dell'Olio Nuovo	29
4.3. Enoturizam	31
4.3.1. Vinarija Val delle Corti	34
4.3.2. Vinarija i imanje villa Pomona	35
4.3.3. Vinarija obitelji Antinori	35
4.5. Outdoor turizam.....	37
4.5.1. Otok Elba	42
4.5.2. Val di Lima	44
4.5.3. Val d'Orcia.....	47
4.6. Termalni turizam.....	49
4.6.1. Terme di Saturnia.....	51
4.6.2. Terme di Casciana	53
4.6.3. Terme di Petriolo.....	56
5. ZAKLJUČAK.....	58
POPIS LITERATURE	60
POPIS PRILOGA.....	63
SAŽETAK	65
SUMMARY	66

1. UVOD

U globalnom turističkom kontekstu, Toskana se izdvaja kao jedinstvena destinacija bogate kulturne baštine, raskošnih krajolika i vrhunskih gastronomskih iskustava. Ovaj rad propituje i predstavlja turističku ponudu regije Toskana, istražujući njezinu evoluciju kroz desetljeća, kulturne identitete i selektivne oblike turizma koji privlače turiste iz cijelog svijeta.

1.1. Uvod u Toskanu kao turističku destinaciju

Toskana je regija koja predstavlja spoj kulture, umjetnosti i prirodnih atrakcija, a smještena je između Apenina i Tirenskog mora. Često se za nju govori da je poput *slikovitog platna* gdje se stvarnost prepliće s mitovima, a svaki kamen na njezinu tlu nosi priču prošlih vremena. U svijetu turističkog interesa, Toskana se profilira kao jedno od najpoželjnijih odredišta, privlačeći turiste različitih interesa. Kroz povijest, doživjela je razvoj turizma koji se proteže od umjetničkih centara poput Firence, preko slikovitih sela s bogatom tradicijom do mirnih krajolika raskošnih vinovom lozom.

1.2. Svrha i ciljevi istraživanja

Ovaj diplomski rad istražuje identitet Toskane, ističući ključne elemente koji čine ovu regiju posebnom. Proučava se kulturna baština, umjetničko nasljeđe, evolucija turizma i raznolika turistička ponuda, uključujući kulturni, gastronomski, enoturizam, outdoor i termalni turizam posebnih interesa.

Svrha rada je pridonijeti razumijevanju i promicanju bogatstva i autentičnosti turističke ponude Toskane. Cilj rada je dublje razumijevanje Toskane kao turističke destinacije, analizirajući njezinu povijest i sadašnjost razmatrajući kako se raznolikost ponude može iskoristiti za daljnji održivi razvoj. Unutar ovog okvira, istražuju se i inovacije u turizmu Toskane, ističući inicijative koje su doprinijele turističkom uspjehu regije. Kroz ovaj pristup, rad pruža analitički pregled na Toskanu kao turističku destinaciju, potičući raspravu o njezinoj autentičnosti, izazovima i prilikama za budućnost.

1.3. Metode istraživanja i hipoteza rada

Znanstvene metode koje su korištene u radu jesu metoda komparacije, metoda indukcije, metoda deskripcije, metoda analize i metoda kompilacije. Hipoteza rada koja se postavlja u radu je: Uvođenje selektivnih oblika turizma u turističku ponudu regije Toskana, doprinosi diverzifikaciji turističke ponude, povećava konkurentnost destinacije na tržištu te potiče održivi razvoj turizma u regiji.

Rad je podijeljen u pet poglavlja, uključujući uvod i zaključak. U prvom poglavlju definira se pojam kulturni identitet i evolucija povijesnih gradova: Firenca, Siena, Pisa i San Gimignano. U drugom poglavlju elaboriraju se trendovi i promjene kroz desetljeća, popraćeno inovativnim projektom „*Social museum and smart tourism*“. Treće i četvrto poglavlje fokus je ovog diplomskog rada, a tematika se odnosi na selektivne oblike turizma i njihovo formiranje turističke ponude danas.

2. Evolucija kulturnog identiteta u Toskani

Kulturni identitet označava jedinstvenost i autentičnost određene kulture i pripadnost pojedinca ili društvene skupine toj nekoj određenoj kulturi. Osim na materijalnoj i nematerijalnoj kulturi, zasniva se i na duhovnoj. Ovakva vrsta identiteta zasniva se na elementima tradicijske kulture, ali se izražava i u suvremenim kulturnim tvorbama, uključujući i kulturne industrije kao što su film i izdavaštvo. Dok tradicionalna društva pokušavaju zadržati postojeće navike i običaje, moderna društva pak su sklona križanju, dopunjavanju i spajanju nekih kulturnih elemenata. Samo pravo na očuvanje kulturnog identiteta, posebice nacionalnih manjina, ostvaruje se u demokratskim zemljama odgovarajućim zakonskim odredbama koje čuvaju i pogoduju njihov zaseban kulturni položaj i razvitak.¹

Kulturni identitet sačinjavaju oblici nematerijalne baštine kao što su jezik, glazba, ples, običaji, književnost i materijalne kulturne baštine kao što su graditeljstvo, artefakti i drugo, a kultura, jezik, tradicija i povijest su nešto što zajednicu čini posebnom i drugačijom, u odnosu na ostale. Identitetu kulture, kao i identitetu svake etnički ili zemljopisno određene suvremene kulture na svijetu, pripada mnoštvo i različitost. Svaka kultura zasebno se oblikuje, tako da se u njoj tijekom povijesti usvajaju sve novije duhovne tvorevine, odnosno mnoštvo raznolikih postignuća čovjekova društvenog opstanka. Činjenica je i da svaka generacija ima svoj određeni doživljaj prenošenja iskustva, što potvrđuje da je kulturni identitet često promjenjiv, uključujući sve elemente materijalne i nematerijalne baštine, od kulturno-povijesnih spomenika i nacionalnih parkova do narodnih pjesama.²

¹ Proleksis Enciklopedija, *Kulturni identitet*, 2012, <https://proleksis.lzmk.hr/511/>, (pristupljeno 18. veljače 2024.).

² D. Jelinčić, *Turizam vs. Identitet*, Zagreb, Etnografski muzej, 2006, str. 161.

Toskana je najveća administrativna regija u središnjoj Italiji, omeđena Lazijom na jugu, Umbrijom na istoku, Emilijom-Romagnom i Ligurijom na sjeveru i Tirenskim morem na zapadu. Poznata je po svojim povijesnim i kulturnim tragovima koji su izuzetno dobro očuvani. Grad talijanske renesanse – grad umjetnosti – Firenca, glavni je grad regije. Velika imena poput Michelangela, Leonarda da Vincija ili Donatella učinila su Toskanu središtem renesansne kulture. Također, pjesnici i pisci kao što su Dante, Machiavelli ili Boccaccio ostavili su traga na tim mjestima. U Toskani se nalazi šest lokaliteta koji su proglašeni kao svjetska baština:

- povijesno središte Firence (1982)
- povijesno središte Siene (1995)
- katedrala u Pisi (1987)
- povijesno središte San Gimignano (1990)
- povijesno središte Pienza (1996)
- Val d'Orcia (2004).³

Toscana je domaćin više od 120 zaštićenih prirodnih rezervata, što je čini popularnim turističkim odredištem koje privlači milijune posjetitelja svake godine, posebno njezin glavni grad Firenca. Sastoji se od 10 provincija kao što su: Firenca, Siena, Grosseto – glavni grad u Maremma, Pistoia, Arezzo, Lucca, Massa i Carrara, Livorno, Pisa i Prato. Toskana ima pomorsku klimu duž obale i kontinentalne unutrašnjosti što olakšava poljoprivrednu proizvodnju i istovremeno pogoduje uzgoju vinove loze, maslina, duhana, povrća i kestena. Vinova loza i maslinici vuku korijene iz istočnog Sredozemlja zahvaljujući Etruščanima. U to vrijeme uzgajala se široka mješavina usjeva temeljnih na tradicionalnim mediteranskim usjevima pšenice, maslina i grožđa.

S ekološkog stajališta, Toskana je poznata po svojim raznolikim morfološkim i klimatološkim karakteristikama. Topografija se kreće od ravnih područja duž obale i dolina glavne rijeke, preko brdovitih i planinskih područja do Apeninskog područja. Najpoznatije krajolike brdovitog reljefa upravo daje *Chianti* (sl. 1) – dolina koja je

³ A. Lungan, *Turismul rural in regiunea Toscana*, Bukurešt, Geografski fakultet u Bukureštu, 2016, str. 1.

poznata po svojim vrhunskim vinima, koja su još u prošlom stoljeću postala glavni izvozni predmet.⁴

Slika 1: Regija Chianti



Izvor: <https://www.italia.it>, pristupljeno 18. veljače 2024.

Od antičkih civilizacija koje su oblikovale teritorij do procvata renesansne umjetnosti, Toskana je postala sinonim za estetsku i kulturnu izvrsnost. Identitet Toskane duboko je ukorijenjen u bogatoj kulturi, umjetnosti i tradicijama koje su oblikovale ovu regiju kroz stoljeća. Isti se može očitovati kroz nekoliko ključnih elemenata:

- umjetničko nasljeđe: Toskana je kolijevka renesanse. Gradovi poput Firence, Siene i Pise postali su domovi izuzetnih umjetnika poput Michelangela, Leonarda da Vinci i Botticellija, ostavljajući iza sebe remek-djela
- arhitektura i povijesni gradovi: karakteristični srednjovjekovni gradovi, vinogradi, maslinici i brežuljci koji čine prepoznatljiv pejzaž Toskane. Povijesni gradovi poput San Gimignano s tornjevima ili Siene s prepoznatljivim crvenim krovovima koji svjedoče o dugoj povijesti regije

⁴ ibidem, str. 3.

- gastronomska baština: tradicionalna toskanska kuhinja fokusirana na jednostavnost i kvalitetu s jelima poput ribolovne ribe, *Chianti* vina, maslinova ulja, Pecorino sira i ribljeg umaka *Cacciucco*
- folklor i tradicije: lokalne manifestacije, folklorne priredbe i tradicionalni festivali koji čuvaju duh Toskane.⁵

2.1. Povijesni gradovi

Etrušćanske zidine Toskane okružuju mnoge gradove na vrhu brežuljaka u regiji. Ulice su ispunjene srednjovjekovnim i renesansnim palačama. Gradske vijećnice svjedoče o idealima demokracije i samoupravljanja, a crkve su izgrađene na ruševinama antičkih poganskih hramova. Po okolici je također raštrkano mnogo tvrđava i utvrđenih sela koja podsjećaju na nasilje i sukobe među zajednicama koje su toliko dugo razdirale Toskanu tijekom srednjeg vijeka. Bombardiranja tijekom 2. svjetskog rata i poplave 1996. godine, nanijeli su velike štete toskanskim umjetninama i spomenicima, no zatim su uslijedili veliki projekti na restauraciji koji su stimulirali istraživanja sa suvremenim znanstvenim metodama. Tako toskansko umjetničko nasljeđe i dalje nadahnjuje suvremeni život, što je oduvijek činilo zadovoljstvo mnogim kreativnim osobama koje su ondje živjele i radile kao i mnogobrojnim oduševljenim posjetiteljima i turistima.⁶

Fascinantan spoj arhitekture, povijesti, tradicije, boja i krajolika – sve to oblikuje talijanski turistički potencijal. Kao što neki autori tvrde, polovica svjetskog priznatog umjetničkog blaga nalazi se u Italiji. Od svih njih, većina ih je u Toskani. Svakako je ostavština klasične antike imala svoje mišljenje u Italiji, osobito u Toskani, koja je preferirala ravnotežu i tihe proporcije od oštine i težine romaničkih ili gotičkih struktura. U središtu Toskane, povijesni gradovi stoje kao živi spomenici prošlosti koji svjedoče o bogatoj i složenoj povijesti ove talijanske regije. Od Firence, prijestolnice renesanse, do utvrđenih gradova Siene, Pise i San Gimignano, svaki grad nosi jedinstvenu arhitekturu, umjetnička blaga i kulturnu baštinu.⁷

⁵ ibidem, str. 3. i 4.

⁶ I. Žderić, *Firenca i Toskana*, Zagreb, Profil Knjiga d.o.o., 2016, str. 51.

⁷ ibidem, str. 52.

2.1.1. Firenca

Povijest Firence obuhvaća tisućljeća i svjedoči o razvoju od malog etruščanskog naselja do kulturnog i umjetničkog epicentra renesanse. U etruščanskom razdoblju, Firenca je bila malo naselje na obali rijeke Arno koja im je olakšavala komunikaciju i trgovinu s drugim etruščanskim gradovima i regijama. Etruščanski utjecaj na lokalnu kulturu, manifestirao se kroz umjetnost, keramiku i druge aspekte njihove materijalne kulture upravo iz razloga jer su prema arheološkim iskopinama pronađeni ostaci keramike i drugih artefakata. Firentinska katedrala (sl. 2), izgrađena u gotičkom stilu s Giottovim tornjem, romaničkom krstionicom i prvom renesansnom kupolom koju je dizajnirao Filippo Brunelleschi, predstavlja jednu od najpoznatijih talijanskih građevina. Nalazi se u samom središtu Firence i uvrštena je u svjetsku baštinu. Ova katedrala, treća po veličini na svijetu (nakon crkve sv. Petra u Rimu i Sv. Pavla u Londonu), svojom je gradnjom trajala 173 godine, obuhvaćajući i gotičke i renesansne oblike zbog dugotrajnosti gradnje.⁸

Slika 2: Firentinska katedrala



Izvor: <https://hr.advisor.travel>, pristupljeno 18. veljače 2024.

⁸ ibidem, str. 54.

Firenca privlači turiste i svojim mostovima koji prelaze rijeku Arno. Jedan od najpoznatijih je Ponte Vecchio (sl. 3) ili Stari Most, koji datira iz 14. stoljeća, sagrađen na mjestu starog etruščanskog mosta. Posebno je zanimljiv zbog mnogobrojnih trgovina koje se nalaze duž rubova mosta. Ponte Vecchio povezuje palaču Uffizi s rezidencijom Mediči.

Slika 3: Ponte Vecchio



Izvor: <https://www.thrillophilia.com>, pristupljeno 18. veljače 2024.

Razvoj Firence dogodio se tijekom srednjeg vijeka i renesanse, kada je postala kulturni i umjetnički epicentar Europe pod vlašću Medičija i ostavila neizbrisiv trag u svjetskoj povijesti i umjetnosti. Mediči su bili moćna i utjecajna obitelj u Firenci tijekom renesanse, a njihova se vladavina prostirala od 15. do 18. stoljeća. Upravo pod njihovom vlašću, Firenca je postala središte renesanse umjetnosti, a poticali su umjetnike poput Michelangela, Donatella, Botticelija i Leonarda da Vincija. Unatoč političkim promjenama, ostavština Medičija ostala je duboko usađena u povijest Firence. Danas je Firenca živopisan grad koji i dalje zrači bogatom kulturnom baštinom, umjetnošću i

arhitekturom. Jedna je od najvažnijih turističkih odredišta u Italiji, a posjetitelji najčešće posjećuju muzeje, crkve, galerije i povijesne spomenike.⁹

2.1.2. Siena

Siena je grad koji je pod rimsku vlast došao u 1. stoljeću. Tijekom srednjeg vijeka razvila se u jaku i utjecajnu republiku, a najpoznatija je bila po trgovini kada je posebno procvjetala u 13. i 14. stoljeću. Nazadovanje Siene započelo je 1348. kada ju je pogodila kuga od koje je umrla trećina stanovništva, a 200 godina kasnije još ih je poginulo u 18.-to mjesečnoj opsadi grada kada ju je Firenca porazila.

Piazza del Campo (sl. 4) jedan je od najpoznatijih trgova Italije, a središnje je mjesto grada Siene. Tradicionalni konjički događaj poznat kao Palio, održava se dva puta godišnje na trgu te okuplja stanovnike i posjetitelje u slavlju lokalnog identiteta. Zgrade oko trga simboliziraju zlatno doba grada između 1260. i 1348. godine kada su bogati građani financirali veliki program javne gradnje.

Slika 4: Piazza del Campo



Izvor: <https://www.italia.it>, pristupljeno 18. veljače 2024.

⁹ ibidem, str. 55.

Grad i dalje potiče umjetničku scenu s brojnim muzejima i galerijama poput Sienske katedrale, Palazzo Salimbeni i Museo dell'Opera Metropolitana.¹⁰

2.1.3. Pisa

Pisa je poznata po svojoj impozantnoj kuli i drugim arhitektonskim spomenicima. Prvotno je imala svoje korijene u etrušćanskom razdoblju, a kasnije je postala rimski kolonij. Tijekom srednjeg vijeka bila je moćna pomorska sila, sudjelujući u morskim bitkama i osvajanjima. Drevnu Pisu vjerojatno su naseljavali Liguri prije nego je došla pod rimsku vlast kao pomorska baza. Rimski kolonij postala je nedugo nakon 180.-te godine prije Krista, a do 313. godine postala je kršćanska biskupija. Iskorištavajući svoju morską snagu te proizvode i tržišta svog plodnog toskanskog zaleđa, grad je u 11. stoljeću oživio te postao cvjetajuće trgovačko središte. Od 11. do 13. stoljeća moćna mornarica Pise osigurala joj je dominaciju nad zapadnim Sredozemljem. Trgovačke veze sa Španjolskom i sjevernom Afrikom dovele su do kulturnog procvata koji se odražava u atraktivnim građevinama toga doba.

Suvremena Pisa poznata je po svojim sveučilišnim i znanstvenim istraživanjima, posebice na području fizike. Grad je također zadržao veći dio svojih 10 kilometara kruga zidina, a prije svega ističe se izuzetnom skupinom zgrada na Piazza del Duomo, takozvanom *trgu čuda* koji se nalazi na sjeverozapadnom kraju Pise. Trg čuda sadrži katedralu Duomo, krstionicu, Kosi toranj i Camposanto. Katedrala i krstionica izgrađene su od bijelog mramora s crnim trakama u pizantskom romaničkom stilu, koji ima kolonade i dekorativnu uporabu šiljastih lukova. Sve su građevine na Campo dei Miracoli ukošene jer stoje na plitkim temeljima od pješćanog mulja, no niti jedna se nije toliko nakrivila kao čuveni Torre Pendente ili Kosi toranj (sl. 5), čija je gradnja započela 1173. godine, a počeo se nagnjati na stranu prije negoli je dovršen treći kat. Gradnja se ipak nastavila do njegova završetka 1350. godine.

¹⁰ ibidem, str. 59.

Slika 5: Torre Pendente ili Kosi toranj



Izvor: <https://travel.thewom.it>, pristupljeno 18. veljače 2024.

Pisa se može pohvaliti da je rodno mjesto znanstvenika Galilea Galileia, a Sveučilište u Pisi osnovano je 1343. godine te je krajem 20. stoljeća imalo više od 25.000 studenata. Grad je postao i sjedište nadbiskupije, a danas je važno željezničko čvorište te ima međunarodnu zračnu luku.¹¹

2.1.4. San Gimignano

U središtu Toskane nalazi se San Gimignano, a smatra se najljepšim selom Toskane, kojeg nazivaju i *srednjovjekovni Manhattan*. Posebno je procvjetao u srednjem vijeku kao trgovački i obrtnički centar. Poznat je po svojim srednjovjekovnim tornjevima koji su služili kao simbol moći i bogatstva obitelji. San Gimignano prvobitno je bio etruščanski gradić, a zatim rimsko naselje osnovano na brežuljku od 334 metara nadmorske visine. S vremenom postaje feudalna vlast biskupa Volterre te je stekao neovisnost 1199. godine.¹²

Jedinstven je primjer u toskanskom krajoliku dobro očuvane *tvrđave s kulama* (sl. 6). Upravo su tornjevi ono što San Gimignano izdvaja od drugih, mnogo malih šarmantnih

¹¹ ibidem, str. 68.

¹² UNESCO, *Historic Centre of San Gimignano*, 2024, <https://whc.unesco.org/en/list/550/>, (pristupljeno 18. veljače 2024.).

toskanskih mjesta. Nastali su kao pokazivanje – *tko je jači*. Autori navode da su bogati građani nekada dizali tornjeve, a što je toranj bio viši, tako se određivalo i pokazivalo tko je bogatiji i moćniji. To bi često dovodilo do sukoba obitelji koje bi se svađale desetljećima, što je ujedno i rezultiralo razdvajanju lojalnosti građana. Od 72 tornja, danas je sačuvano samo 14, a najpoznatiji su Torre Grossa, koji je ujedno i najviši toranj u gradu i Torre della Rognosa. U San Gimignano kriju se i nebrojene crkve te vrijedna umjetnička djela.

Slika 6: San Gimignano



Izvor: <https://italy4real.com>, pristupljeno 18. veljače 2024.

Grad je imao vlastitu republiku s vlastitom vladom i zakonodavstvom što odražava političku autonomiju. Danas je San Gimignano slikoviti gradić zbog svojih dobro očuvanih srednjovjekovnih tornjeva, crkava i drugih povijesnih zgrada. Sačuvane su mnoge srednjovjekovne značajke, uključujući kule, zidine i kamene ulice koje stvaraju jedinstvenu atmosferu. Lokalno stanovništvo aktivno sudjeluje u očuvanju kulturne baštine, pridonoseći očuvanju povijesne vrijednosti grada.¹³

¹³ loc. cit.

3. Trendovi i promjene kroz desetljeća

Suvremeni trendovi označavaju se kao *suvremeni* na način da se promatraju kroz selektivnost ponuda, odnosno kroz selektivne oblike turizma koji obuhvaćaju polarizaciju turističkih ukusa, želja, motiva, iskúšenja i afiniteta.

3.1. Tradicionalno i novo u turizmu

Suvremeni razvoj turizma, prema svjetskoj turističkoj statistici (UNWTO), započinje oko 1980. godine. Prije toga, u razdoblju od 1950. do 1970. godine, turizam je opisan kao fenomen mase. U fazi modernog razvoja turizma, naglasak se stavlja na rast osobne potrošnje. Kroz razvoj određenih područja unutar destinacija, postiže se uspjeh u kvantitativnim i kvalitativnim pokazateljima. To također upućuje na potrebu za novim i učinkovitim politikama te procesima planiranja u kontekstu organizacije turizma i interesa vezanih uz turizam. Shvaćanje složenosti turizma dovodi do zaključka da se ne može prepustiti isključivo tržištu. Porast masovnosti turističkih dolazaka postaje izazov za destinacije koje nastoje razvijati selektivne i alternativne oblike turizma kao antitezu postojećem modelu razvoja. U svom radu, Poon (1988) predstavlja koncept *novog turizma* kroz ključne pojmove kao što su nove tehnologije, raznolikost iskustava, održivost i autentičnost doživljaja, anti-turizam i alternativni turizam. Cohen (1972) također primjećuje raznolikost turističkog ponašanja te predstavlja tipologiju turista koja uključuje masovne turiste, individualne masovne turiste (koji prate institucionalne obrasce), te bjegunce i istraživače (koji se ne pridržavaju institucionalnih obrazaca). Kasnije, istraživanja su se fokusirala na tipologiju temeljenu na doživljajima, što je postao glavni interes suvremenih istraživanja u području turizma.¹⁴

Turizam stavlja posjetitelje u ulogu sudionika gdje se tradicionalno i novo prožimaju kroz ponašanje i doživljaj. Trendovi u međunarodnom turizmu označavaju se kao suvremeni, s modernim i novim modalitetima koji više ne promatraju turizam samo kao masovni pokret, već naglašavaju selektivnost ponude prema različitim ukusima, željama, motivima i afinitetima posjetitelja. Potiče se razvoj kreativnosti i novih turističkih

¹⁴ J. Gržinić, *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2018, str. 6.

iskustava kroz dodane vrijednosti te minimiziranje razlika između povijesnih događaja i turističkih doživljaja, sve radi postizanja autentičnosti i održavanja ponovnih posjeta.¹⁵

3.2. Sklonost novim iskustvima i specijaliziranim ponudama

Nova iskustva u turizmu zahtijevaju specijalizirane aktivnosti za turiste, poput stvaranja spiritualnih doživljaja. Granice između opipljive i neopipljive kulturne baštine postaju nejasne kroz različite aktivnosti poput obilaska arhitektura, sudjelovanja u procesijama, istraživanja prostornih krajolika, uključivanja u lokalne kulture te volontiranja u destinacijama.

Turistički proizvodi sve više se temelje na zabavi, uzbuđenju, edukaciji i konceptima održivosti. Razvoj turističke ponude stvara jasnu razliku između tradicionalnih i suvremenih shvaćanja turizma. Važno je napomenuti da se dinamika odnosa između lokalnog stanovništva i posjetitelja mijenja te je turistička ponuda obogaćena kroz interakciju različitih kultura, čineći je time zanimljivijom i pristupačnijom. Upravljanje promjenama u turizmu moguće je ako se promatra kroz kronološki i iskustveni pristup, usmjeravajući daljnji razvoj.¹⁶

3.3. Inovacije u turizmu – primjer društvenog muzeja i pametnog turizma u Toskani

Današnji pristup prema pojmovnim određenjima inovacija s obzirom na prošlost, bitno se razlikuje po mnogim aspektima. Nekada su se inovacije vezale samo za nove usluge ili proizvode na tržištu, a danas ono podrazumijeva nove pristupe i koncepte poslovanja, nove načine provedbe pojedinih poslovnih aktivnosti, nove modele razvoja, ali i procesa samog proizvoda. U turizmu su, kao i u ostalim uslužnim djelatnostima, inovacije bile dugo vremena zapostavljene. Iako je od samih početaka turizam neodvojivo vezan uz inovacije, a inovacije u turizmu vjerojatno su bile i jesu brojnije i složenije nego u drugim područjima privređivanja, ovaj proces nije bio osviješten, pa mu se stoga nije ni posvećivala pažnja na planskoj razini.¹⁷ Uslijed toga, ne postoji ni konceptualno

¹⁵ ibidem, str. 7.

¹⁶ ibidem, str. 19.

¹⁷ N. Čavlek, I. Matečić i D. Hodak, *Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti*, Zagreb, Ekonomski fakultet, 2010, str. 31.

razumijevanje inovacija u turizmu i iz tog je razloga prije bilo kakve analize procesa inoviranja i primjene inovacija u turizmu, potrebno jasno definirati područje turističkih inovacija i zatim se osvrnuti na trenutno stanje inovacija u Toskani.

Turističke inovacije moguće je definirati kao proces stvaranja novih vrijednosti koje su prvenstveno namijenjene potrošačima. Izvorno značenje riječi inovacije, potječe od latinske riječi *innovato* što u prijevodu znači stvaranje nečega novog, u čijem je središtu kreativnost koja se često poistovjećuje s odlučujućim čimbenikom za donošenje odluke je li se nešto može smatrati inovacijom ili ipak ne. Inovacije u turizmu su od posebnog značaja koji se naročito intenzivira u suvremeno doba. One nastaju kao rezultat poslovanja u turizmu, ali i kompleksnosti među konkurencijom, a ujedno tako i radi turističke potražnje kao i intenziteta promjena, izazova i trendova u turizmu.¹⁸

Od 2011. godine u Toskani postoji 12 inovacijskih klastera, 5 tehnoloških distrikta, 2 usmjerena na tehnologije za očuvanje i valorizaciju kulturne i prirodne baštine. Valorizacija kulturne i prirodne baštine podrazumijeva proces usklađivanja svih podataka vezanih uz mogućnosti same održivosti destinacije, koja je često preporuka u valorizaciji kulturne i prirodne baštine. Toskana se kao turistička destinacija razvija prema načelima održivoga turizma te optimalno razvija turizam posebnih interesa. Scerbo (2016) uz pomoć svojeg tima, pokrenuo je projekt pametnog turizma u kojima razvija funkcionalnosti i usluge koje omogućuju društveno-kulturno iskustvo prilikom posjete regije. Projekt „*Social museum and smart tourism*“ uzima u obzir nove tehnologije koje ruše tradicionalne granice fizičkih muzeja, nude prilagođene usluge za svakog pojedinca te implementiraju novu generaciju pametnih, učinkovitih i ekološko održivih okolina za turizam.

Cilj projekta je razviti integriranu, operativnu platformu temeljenu na *oblaku* za društvene muzeje, koja će integrirati osnovne društvene i aplikacijske usluge (u suradnji s postojećim društvenim mrežama), usmjerene na iskorištavanje kulturne baštine i resursa kulturnog turizma. Ujedno za cilj imaju i implementaciju tehnologije koje ponovo definiraju scenarij pametne zajednice i prilagođava ih turističkom svijetu kako bi omogućili veću interakciju i uključenost korisnika.

¹⁸ J. Gržinić i V. Bevanda, *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2014, str. 28.

Shodno navedenim projektom uvode:

- nove bežične komunikacijske protokole
- prepoznavanje slika uslikani mobilnim uređajima posjetitelja
- sustave računalnog vida za identifikaciju ljudi u stvarnom vremenu
- analizu ponašanja posjetitelja
- prilagođeni multimedijски sadržaj za društveno profiliranje
- napredna rješenja proširenje stvarnosti.

Projekt je zamišljen na način da se demonstrira za glavni grad Toskane, Firencu s ciljem pružanja naprednih turističkih usluga koristeći koncept društvenog muzeja i pametnog turizma.¹⁹

¹⁹ Interreg Europe, *The role of innovation in the Tuscany Region*, 2016, https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/FRI_ms%20CD-ETA.pdf, (pristupljeno 18. veljače 2024.).

4. Selektivni oblici turizma – turistička ponuda Toskane

Turistička mobilnost raste kao posljedica načina života suvremenog čovjeka i razvoja turističke ponude, pa se iz tog razloga turizam shvaća kao izvor spasa i ugone. *Novi turist* ujedno je i klijent koji sugerira ponudi postupanja prema stupnju želja i na taj način aktivno participira kakvim se aktivnostima želi baviti tijekom svog putovanja. Upravo radi toga, destinacije se prilagođavaju novim motivima. Novije turističke potrebe razvile su specijalizaciju i nova iskustva koja zahtijevaju specijalizirane aktivnosti turista kao što je na primjer stvaranje spiritualnog iskustva. S obzirom na razvoj turizma i selektivnost ponude u Toskani, u radu će se navesti najznačajniji selektivni oblici turizma, koji će ujedno biti detaljno analizirani i popraćeni različitim primjerima.

4.1. Terminologija selektivnih oblika turizma

Selektivni oblici turizma predstavljaju ključnu komponentu suvremenog turizma, koja se kontinuirano prilagođava sve specifičnijim zahtjevima potrošača. Umjesto da se zadovoljavaju standardni turistički obrasci, ovaj oblik turizma odgovara na individualne potrebe i interese svakog turista. Navedeni oblici turizma su usmjereni na aktivnosti koje privlače manji, ali pasionirani broj posjetitelja. Bilo da se radi o različitim hobijima ili aktivnostima, turisti biraju destinacije i proizvode usluga koji odgovaraju njihovim specifičnim interesima. Bitno je istaknuti da takvi turisti teže ne eksploatacijskim i autentičnim iskustvima koja im omogućuju aktivni razvoj i stjecanje novih iskustava.

Selektivni oblici turizma, sinonim za održivi ili odgovorni turizam, pojavio se kao odgovor na potrebu za turizmom prilagođenim individualnim interesima i koji poštuje okoliš i lokalnu kulturu. Ovi oblici turizma pružaju fleksibilnost i raznolikost doživljaja, ističući individualnost i osobne preferencije turista.²⁰ U današnjem turizmu, sportski i avanturistički doživljaji postaju sve traženiji, promovirajući zdrav način života i brigu o sebi. Stoga, sve veći broj destinacija uključuje elemente sportsko-rekreacijskog i avanturističkog turizma u svoje ponude kako bi zadovoljili potrebe suvremenog turista. Upravo prilagodbom turističke ponude ovim selektivnim interesima, turistička industrija

²⁰ M. Dujmović, *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2014, str. 28.

ostvaruje sinergiju između očuvanja okoliša, lokalne kulture i individualnih želja turista, nudeći tako autentična i nezaboravna iskustva koja zadovoljavaju potrebe suvremenog turista.

Polarizacijom turističkih želja, motiva i iskustava, razvili su se noviji oblici turizma: kulturni, enoturizam, ekoturizam, ruralni (seoski), pustolovni, zdravstveni, obrazovni, sportski, gastronomski, planinski, poslovni, pomorski, wellness i mnogi drugi oblici turizma. Potencijalna turistička potražnja i diferencirana turistička ponuda potiču takozvane nove dimenzije, odnosno sreću i zadovoljstvo te jedinstvenost prilikom putovanja. Svaki oblik turizma posebnih interesa ima svoju osnovnu motivaciju koja ga razlikuje od drugih oblika, usmjeravajući potražnju prema specifičnoj ponudi. Današnji turisti, posebno zbog visokog životnog standarda i širokog spektra interesa, rijetko se odlučuju za putovanje isključivo iz jednog razloga. Umjesto toga, oni traže destinacije koje mogu zadovoljiti različite motive, od kulturno-povijesnih obilazaka do zabave, kvalitetnog odmora ili aktivnog rekreiranja. Ovo široko raznoliko očekivanje turista zahtijeva bogatu turističku ponudu koja kombinira prirodne i antropogene resurse kako bi privukla različite profile putnika.²¹

4.2. Kulturni turizam

Turizam i kultura su međusobni pojmovi koji su na današnjem tržištu usko povezani. Turizam utječe na kulturu i na taj način ona postaje jedan od glavnih čimbenika i motiva kretanja turista. Isto tako, kultura direktno utječe na učinke u turizmu, iako postoje povremene stagnacije te se velik broj turista odlučuje na putovanje radi upoznavanja sa novim, specifičnim, ali i različitim kulturama pojedinih područja. Kultura destinacije ogleda se kroz jezik, pismo, tradiciju, povijest i način života lokalnog stanovništva u destinaciji. Kulturna i praktična zaliha znanja kulturnog turista, sastavljena je od ideja koje turist ima o lokalnoj umjetnosti, narodnom životu i stilovima povijesti i na taj način proširuje svoje vidike uspoređujući ih s ostalim lokalitetima koje je turist prethodno posjetio. S obzirom da je kulturni turizam današnjice vrlo kompleksan, ujedno je tako i podjela kulturnih turista vrlo dinamična.

²¹ V. Jadrešić, *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i praksi*, Zagreb, Školska knjiga, 2001, str. 147.

Današnji se kulturni turisti najprije dijele prema njihovim vlastitim interesima prema kulturi i na taj se način razlikuju turisti sa specifičnim kulturnim interesom. Za primjer se mogu uzeti u obzir oni turisti čiji je interes naglašen u onim aktivnostima poput sudjelovanja na opernim i kazališnim predstavama, umjetničkim izlozbama i slično, dok druga strana kulturnog turista se ogleda u tome da pojedinca ne zanima dio kulture poput opernih i kazališnih predstava ili umjetničkih izložba, već cjelokupna kultura. Predstavljaju sebe kao osobe koje istovremeno istražuju i prikupljaju informacije i tako stječu nova iskustva. Takav oblik turizma često se može povezati sa etničkim ili domorodačkim turizmom, koji privlači one turiste koji imaju namjeru upoznati lokalno stanovništvo u njihovim naseljima te zajedno s njima žele sudjelovati u njihovim kulturama.²² Kulturne potrebe usađene su u um čovjeka još tijekom odgoja i školovanja i njihovi su motivi povezani isključivo kroz potrebu za upoznavanjem kulture kraja kojeg posjećuju. Motivi suvremenog kulturnog turista kombinacija su nabrojanih motiva, ali i onih koji su povezani sa individualnim željama potencijalnih turista. Kako bi se određeno putovanje ostvarilo i da bi turist odabrao određenu destinaciju potrebno je složiti i do nekoliko motiva te se u skladu s njima oblikuje i percepcija očekivanog zadovoljstva na kulturnom putovanju.²³

4.2.1. Galerija i muzej Uffizi

Galerija i muzej Uffizi smatra se jednim od najljepših umjetničkih muzeja na svijetu, a osnovana je na temelju značajne ostavštine posljednjeg člana obitelji Mediči. Uffizi je jedan od najstarijih i najpoznatijih muzeja na svijetu (sl. 7), domaćin najpoznatijim djelima talijanskih renesansnih umjetnika kao što su Botticellijeva "*Rođenje Venere*" te slike Giotta, Leonarda da Vinci, Michelangela, Rafaela, Tiziana i Caravaggia.²⁴

²² G. Grgorović, *Kulturni turizam i europski gradovi kulture*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2010, str. 20.

²³ loc.cit.

²⁴ I. Žderić, op.cit., str. 54.

Slika 7: Galerija i muzej Uffizi



Izvor: <https://www.cntraveler.com>, pristupljeno 20. veljače 2024.

Iz Uffizija je Napoleon kao ratni plijen odnio slavnu Mona Lisu, koju je držao u svojoj spavaćoj sobi prije nego što je smještena u Louvre. Ova zgrada, prvotno namijenjena kao uredi sudaca (uffizio), ubrzo je postala mjesto čuvanja umjetničkih djela obitelji Mediči. Uffizi se nalazi na uglu trga Piazza della Signoria, trg u središtu Firence koji je stoljećima bio središte građanskog života i vlasti.

4.2.2. Palača Pitti

Na južnoj obali rijeke Arno smještena je palača Pitti (sl. 8), koja datira iz 15. stoljeća. Obitelj Pitti kupila je ovu palaču u nastojanju da se suprotstave obitelji Mediči. Nakon kupovine, proširili su palaču i preuredili je u svoju rezidenciju. Kako bi uživali u svojem novom domu, uredili su okolne vrtove Boboli s drvoredima, skulpturama i fontanama. Palača ima ukupno 140 prostorija, u kojima se nalaze razni muzeji i galerije. Među njima se ističu Muzej porculana, Muzej kočija, Muzej srebra i drugi. Palača Pitti predstavlja važan kulturni centar u Firenci i omiljeno odredište posjetitelja koji žele uživati u bogatoj povijesti i umjetnosti koja se nalazi unutar njezinih zidina.²⁵

²⁵ loc.cit.

Slika 8: Palača Pitti



Izvor: <https://www.cntraveler.com>, pristupljeno 20. veljače 2024.

4.2.3. Palača Vecchio

Palača Vecchio (sl. 9) je simboličan spomenik grada i već više od sedam stoljeća služi kao sjedište vlasti. Ona nosi izuzetna svjedočanstva svih ključnih faza povijesti i umjetnosti Firence. Od ostataka rimske pozornice sačuvanih u podzemlju, kroz raskošne prostore monumentalnih četvrti ukrašenih od strane poznatih umjetnika 15. i 16. stoljeća, do spektakularnih panoramskih pogleda s krovnog hodnika i tornja. Među remek-djelima u zgradi su Donatellova Judita, slike Bronzina u kapeli Eleonore i Michelangelov Genij Pobjede.²⁶ Cosimo I de Mediči je u 16. stoljeću naredio renovaciju i ukrašavanje zgrade kako bi je pretvorio u svoj dom. Na taj način, palača dobiva svoj sadašnji izgled i postaje poznata kao Dvorska palača. Nakon toga, Cosimo I de Mediči preselio je svoje prebivalište u Pitti palaču, dok je Palazzo Ducale preimenovan u Palazzo Vecchio, koji postaje vladin ured i mjesto gdje su čuvane dragocjenosti. Također, Cosimo I naredio je izgradnju koridora koji je povezivao Pitti palaču s administrativnim uredima, koji su danas poznati kao Galerija Uffizi i Palazzo Vecchio kako bi se mogao kretati s jednog mjesta na drugo s više privatnosti i udobnosti. Taj koridor poznat je kao Vasarijev hodnik.

²⁶ Citta di Firenze, *Museo di palazzo Vecchio*, 2024, <https://cultura.comune.fi.it/pagina/musei-civici-fiorentini/museo-di-palazzo-vecchio>, (pristupljeno 27. ožujak 2024.).

Slika 9: Palača Vecchio



Izvor: <https://www.toscana.info>, (pristupljeno 27. ožujak 2024.)

4.4. Gastronomski turizam

Turizam hrane, poput već poznatog vinskog turizma, obuhvaća putovanja koja su motivirana željom da se istraže različiti aspekti kulinarstva. Ovo iskustvo može uključivati posjete proizvođačima hrane, sudjelovanje na festivalima hrane, posjete restoranima i specifičnim lokalitetima gdje je degustacija hrane i pića glavni cilj putovanja. Drugim riječima, turizam hrane teži zadovoljiti gastronomske želje turista.

Gastronomski turizam, koji uključuje i eno-gastronomski aspekt, može se definirati kao putovanje na destinaciju s ciljem upoznavanja nacionalne ili regionalne kuhinje. Ovo iskustvo može obuhvatiti ne samo konzumiranje hrane i pića, već i učenje o pripremi jela, kupovinu povezanih proizvoda te sudjelovanje u tečajevima kuhanja. Važnost gastronomije u odabiru odredišta može varirati. U nekim slučajevima, gastronomija može biti samo jedan od elemenata privlačnosti određene lokacije, dok je u drugima glavni motiv za putovanje.

Gastronomski turizam donosi niz koristi za regiju koja prima turiste, uključujući:

- povećanu potražnju za proizvodima povezanim s hranom: dolazak turista koji su zainteresirani za gastronomska iskustva, potiče potražnju za lokalnim proizvodima hrane i pića
- stvaranje radnih mjesta i prihoda: razvoj gastronomskog turizma generira nova radna mjesta u ugostiteljstvu, poljoprivredi, turizmu i povezanim sektorima, pridonoseći ekonomskom rastu regije
- izgradnju posebnog brenda destinacije: raznolika gastronomska ponuda može postati prepoznatljiv identitet destinacije, privlačeći više posjetitelja i potičući turistički razvoj
- jačanje veze između turista i odredišta: iskustva s hranom omogućuju turistima dublje uranjanje u lokalnu kulturu i tradiciju, što rezultira snažnijom vezom između posjetitelja i odredišta
- pružanje marketinških informacija proizvođačima i dobavljačima hrane: kroz interakciju s turistima, proizvođači i dobavljači dobivaju vrijedne uvide u preferencije potrošača, što im pomaže u prilagodbi svoje ponude
- obrazovne mogućnosti za posjetitelje i lokalno stanovništvo: gastronomski turizam pruža priliku za učenje o lokalnim kulinarskim tradicijama, tehnikama pripreme hrane i kulturnim običajima
- regionalnu i lokalnu distribuciju potrošnje: povećana potražnja za lokalnim proizvodima hrane potiče razvoj lokalnih gospodarstava i podržava održivu proizvodnju
- zaštitu intelektualnog vlasništva: uz porast svjetske konkurencije, važno je za proizvođače hrane da zaštite svoje brendove i tradicionalne proizvode kako bi se osiguralo da ostaju prepoznatljivi na tržištu i da ne dozvole neovlaštenu upotrebu njihovih imena ili brendova od strane drugih.²⁷

²⁷ T. Pančić Kombol, *Selektivni turizam*, Matulji, TMCP Sagena, 2000, str. 339.

Kada je gastronomija ključni motiv putovanja i ima značajan utjecaj na ponašanje turista, može se govoriti o gurmanskom ili kulinarskom turizmu. To znači da je istraživanje, upoznavanje i uživanje u različitim kulinarskim iskustvima centralni dio iskustva turista koji se odlučuju za takva putovanja. Postoje različiti pristupi turista prema lokalnoj hrani, pri čemu se mogu podijeliti u dvije osnovne grupe:

- neophylic – ljubitelji novih okusa
- neophobic – pojedinci koji su oprezniji pri kušanju novih gastronomskih okusa.

Različite varijable poput kulturoloških, geografskih, demografskih karakteristika te socijalnog statusa pojedinca imaju utjecaj na gastronomsko ponašanje turista. Različiti motivi potiču gastronomske turiste. Briga ili želja za uživanjem u hrani i piću, posebno u izazovnim vremenima, predstavlja jedan od motiva gastronomskih turista. Također, potreba za izražavanjem individualnosti kroz specifičnu hranu i piće, kao i radoznalost i želju za otkrivanjem novih okusa, obogaćuju osobno znanje te nadahnjuju turiste na putovanjima. Postoji i potreba za osjećajem povezanosti s korijenima i posjetom lokalnim regijama, kao i želja za senzornim zadovoljstvima i eksperimentiranjem, koje hrana i piće lako omogućavaju. Različiti tipovi gastronomskih turista uključuju gurmane koji preferiraju ekskluzivne restorane ili vinarije, zatim gastronomske/kulinarske turiste, zainteresirane za kulturu i prostor gdje se hrana i vino proizvode te turiste koji su intrigirani specifičnim kuhinjama širom svijeta i u određenim regijama. Hrana igra važnu ulogu u lokalnoj kulturi koju turisti doživljavaju kroz gastronomska iskustva, ali također ima značajan utjecaj na turistički brend i može potaknuti agrikulturni i ekonomski razvoj. Interes za hranom i vinom sve više postaje bitan dio suvremenih životnih stilova.²⁸

Gastronomski turizam privlači turiste s većim prihodima, što rezultira visokim prihodima za destinacije koje ga nude. Na primjer, eno-gastro turisti u Italiji 2010. godine dnevno su prosječno trošili oko 200 eura, dok je prosječna turistička potrošnja iznosila 55 eura. Otkad je gastronomski turizam uveden na turističko tržište, bilježi se eksponencijalni rast svake godine.

²⁸ ibidem, str. 342.

Gastro turisti putuju u određena područja s glavnim ciljem degustacije specifične hrane i pića koja su karakteristična za tu regiju. Današnji potrošači su sveobuhvatnije educirani i zahtjevniji te prate nove gastronomske trendove. Oni očekuju da vlasnici ugostiteljskih objekata prate te trendove i obogate svoje jelovnike jelima koja su u skladu s najnovijim gastronomskim preferencijama.

Razvoj gastronomije donosi niz prednosti:

- stvaranje kvalitetnog i traženog turističkog proizvoda koji obogaćuje cjelokupnu turističku ponudu destinacije
- poticanje razvoja turizma u unutrašnjosti i izvan glavne turističke sezone, posebno tijekom proljeća i jeseni
- poticanje razvoja ruralnih područja, poticanje poduzetništva, zapošljavanja i samozapošljavanja
- očuvanje autentičnog ambijenta, kulture i tradicije destinacije
- unapređenje jedinstvenog imidža destinacije na međunarodnoj razini
- povećanje potrošnje po turistu i promocija domaćih proizvoda
- prednosti za vinare i poljoprivrednike koji mogu profitirati od povećane potražnje za lokalnim proizvodima.²⁹

Proizvodi gastronomskog turizma se temelje na okusima i karakteristikama koje se postižu putem odabranog načina razmišljanja i iskustva. Kroz objedovanje na turističkoj destinaciji, zapravo se kupuju željene emocije i oslobađaju se brige o tome kako ih najbolje ostvariti i zadovoljiti. Dakle, za turiste, gastronomsko iskustvo može biti izuzetno zadovoljstvo jer omogućuje ostvarenje njihovih fantazija i zadovoljavanje njihovih želja i potreba.

Italiji se često pripisuje da je zemlja koju je Bog obdario prekrasnom prirodom, ljupkim ljudima i, naravno, najboljom svjetskom kuhinjom. Talijanska kuhinja je vjerojatno najpoznatija na svijetu i to s razlogom. Može se reći da ona predstavlja više od samog kuhanja te je postala simbol prestiža i života sa stilom.³⁰ Bogata povijest i veliko kulturno

²⁹ ibidem, str. 343.

³⁰ A. Tešić, *Italijanska kuhinja*, Nikšić, JU Prva srednja stručna škola, 2014, str. 1.

nasljeđe Italije rezultirali su raznovrsnošću u njezinoj kuhinji. Postoje značajne razlike u načinu pripreme i izboru hrane između različitih regija, pa čak i unutar tih regija. Talijani vole koristiti sezonsko voće i povrće tijekom kuhanja, pa se ta karakteristika njihove kuhinje mijenja s promjenom godišnjih doba. Glavna karakteristika talijanske kuhinje je njezina jednostavnost, s mnogim jelima koja imaju samo nekoliko sastojaka. Talijanski kuhari više se oslanjaju na kvalitetu sastojaka nego na složene načine pripreme. Mnoga jela i recepti potječu od njihovih baka, što ih čini idealnim za pripremu kod kuće. Mnoga autentična jela pripremaju se na različite načine diljem zemlje. Sir i vino su ključni dijelovi kuhinje s mnogim varijacijama. Kava, posebno espresso, također je važan element talijanske kuhinje.

Talijanski moto je dobro jesti i dobro živjeti. To ne znači samo odabir visokokvalitetnih namirnica i njihovo kombiniranje, već i uživanje u hrani s drugima, što je važan aspekt zdravog načina života i potiče druženje, vrijednosti koje su duboko ukorijenjene u talijanskoj tradiciji. Italija obiluje raznim namirnicama visoke kvalitete, uključujući i plodove mora.

Gastronomsko nasljeđe i tradicija također su važni elementi talijanske kuhinje. Obrok obično započinje s pet različitih predjela, zatim slijedi prvo jelo poput rižota ili tortelina, drugo jelo s mesom ili ribom i povrćem, zatim sir, te na kraju desert uz šalicu espresso kave. Tradicionalna kuhinja centralne Italije, Toskane, koristi sastojke kao što su rajčica, različite vrste mesa (osim konjskog), riba i sir Pecorino. Karakteristični su tortelini, ravioli i druge vrste tjestenine, te prosciutto, poznatiji kod nas kao šunka. Od velike je značajnosti Bistecca alla fiorentina – fiorentino odrezak po kojemu je poznata Firenca (sl. 10), iako se meso u Toskani često koristi kao sastojak umaka, a ne kao glavno jelo.³¹

³¹ loc. cit.

Slika 10: Bistecca alla fiorentina



Izvor: <https://boccanegra.com>, pristupljeno 27. ožujak 2024.

Za ljubitelje suhomesnatih proizvoda, preporuča se kušanje mesa Cinta Senese (sl. 11), koje je tipično za Toskanu. Ova pasmina svinja, uzgajana od vremena Etruščana, prepoznatljiva je po tamnoj dlaci i karakterističnoj bijeloj traci. Hrane se žitaricama poput kukuruza i ječma te travom, a uzgajaju se slobodno, u području Maremme ili u blizini Val d'Orcia. Zbog toga su postali jedan od simbola toskanske gastronomije. Obrada suhomesnatih proizvoda i danas slijedi tradicionalne metode, odražavajući dugu povijest.³²

³² Anita Villas, *Turismo Enogastronomico in Toscana: le tappe imperdibili*, 2023, <https://www.anitavillas.it>, (pristupljeno 27. ožujak 2024.).

Slika 11: Cinta Senese



Izvor: <https://www.anitavillas.it>, pristupljeno 27. ožujak 2024.

San Miniato, smješten duž Via Francigena u pokrajini Pisa, predstavlja jedno od najljepših srednjovjekovnih sela u Italiji. Šetnja kroz ovo selo pruža nezaboravno iskustvo koje spaja umjetnost, gastronomiju, povijest i prirodu. Osim naglaska na njegovu arhitekturu, smatra se i domom prestižnog bijelog tartufa poznatog kao *Tuber Magnatum Pico* (sl. 12), koji obogaćuje mnoge tradicionalne toskanske recepte.³³ Radi se o bijelom tartufu koji se smatra najcjenjenijom, najrjeđom, najkvalitetnijom i najskupljom gljivom na svijetu. Sezona njegova rasta traje od rujna do kraja siječnja. Karakterizira ga nepravilan oblik i specifičan, intenzivan miris koji podsjeća na plin metana, fermentirani sir, suhu pokošenu travu ili čak češnjak. Boja mu varira od svijetlosmeđe, oker do nježno zelene, ovisno o biljnoj vrsti s kojom je u simbiozi, a najčešće su to hrast, topola, lipa, grab ili divlji lješnjak.

³³ loc. cit.

Slika 12: Bijeli tartuf: Tuber Magnatum Pico



Izvor: <https://pietroandpietro.com>, pristupljeno 27. ožujak 2024.

4.4.1. Kesten festival

Svake godine u Toskani se slavi blagdan kestena, što je običaj koji danas možda nije toliko istaknut kao nekad. Kesten je nekada bio osnovna hrana siromašnijih slojeva društva. Danas se razni specijaliteti i deserti pripremaju od ovog ploda. Ovaj tradicionalni festival nudi zabavu, glazbene događaje i različite zanatske aktivnosti. Praksa uzgoja kestena u Toskani seže još iz antičkih vremena, a čini se da su je uveli Rimljani.

4.4.2. Bruschetta festival

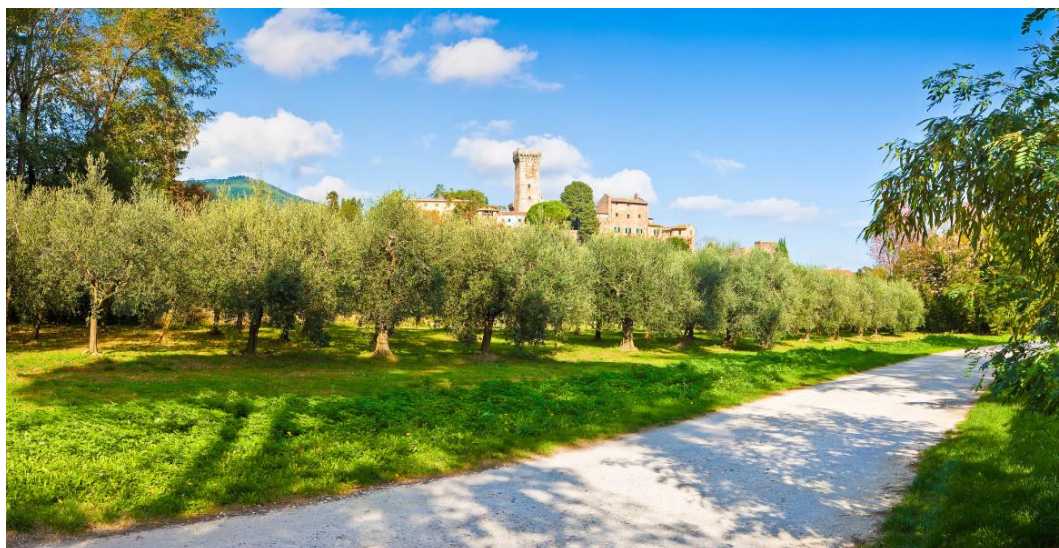
Svake godine u rujnu održava se Smotra folkloru Bruschetta, koja nudi razne kulinarske atrakcije, izložbe pribora za kuhanje, maslinovog ulja, začinskog bilja i aromatičnog bilja. Bruschetta, koja je nekad bila hrana siromašnih sastojaka i ostataka, danas je postala prava ukusna poslastica. Za pripremu bruschette, sastojci moraju biti visoke kvalitete, svježi, uključujući i ukusne rajčice te ekstra djevičansko maslinovo ulje.

4.4.3. Festa dell'Olio Nuovo

U Toskani se preporučuje uživati u kulinarskim delicijama ovog prekrasnog kraja, posebno u maslinovom ulju. U posljednjim sunčanim danima berba maslina počinje diljem Toskane. Lokalne masline se prešaju prema starim metodama u uljnim prešama

kako bi se dobilo visokokvalitetno ulje. Na festivalu maslina posjetitelji mogu kušati i kupiti svježije maslinovo ulje iz nove berbe. Nakon ove manifestacije slijede folklorne predstave, glazbeni događaji i obilje gastronomske ponude.³⁴ Toskansko ekstra djevičansko ulje je poznata poslastica diljem svijeta. Među najcjenjenijima su Toskansko IGP ekstra djevičansko maslinovo ulje i Seggiano DOP. Ruta posvećena ulju nazvana Strada dell'Olio dei Monti Pisani, prati priobalni put i prolazi kroz općine Vecchiano, San Giuliano Terme, Calci, Buti i Vicopisano (sl. 13). To je krajolik s terasasto uzgojenim maslinicima i malim karakterističnim selima.

Slika 13: Strada dell'Olio dei Monti Pisani



Izvor: <https://www.terredipisa.it>, pristupljeno 27. ožujak 2024.

³⁴ loc. cit.

4.3. Enoturizam

Enoturizam ili vinski turizam, zauzima posebno mjesto među različitim oblicima turizma posebnih interesa zbog sve većeg broja ljubitelja vina. Mnogi autori ističu da enoturizam obuhvaća posjete vinskim cestama i vinarijama, gdje turisti imaju priliku upoznati lokalne običaje, degustirati i kupovati vino.

Prema Chartersu i Ali-Knightu, vinogradi postaju turistička atrakcija koja pozitivno utječe na imidž određene destinacije, dok su vinske ceste dodatni motiv za posjet turističkim destinacijama. Gastronomija i turizam su čvrsto povezani, pri čemu vino i hrana igraju ključnu ulogu u privlačenju turista u određenu destinaciju, koju prepoznaju zbog razvoja vinskih, prehrambenih i turističkih industrija. Turizam je imao značajan utjecaj na stvaranje različitih tipova kuhinje, koji su često povezani s konzumacijom i prodajom vina. Interes za hranom i vinom postao je ključan dio suvremenih životnih stilova. Vino i hrana često su povezani s identitetom mjesta te su važan dio promocije destinacija. Geografska lokacija ima veliki utjecaj na proizvodnju hrane i vina, što znači da su obje kategorije često usko povezane s lokalitetom odakle potječu. Gastronomska ponuda postaje ne samo dio lokalne kulture koju turisti doživljavaju kroz kulinarstvo, već i važan element turističkog brenda te potencijalna komponenta agrikulturnog i ekonomskog razvoja.³⁵

Razvoj destinacija enoturizma ovisi o raznolikim faktorima kao što su atrakcije, usluge, obrazovanje ugostiteljskih djelatnika, infrastruktura, organizacija razvoja i marketinški planovi. Specifičnosti vinskih područja kao proizvoda stvaraju određene teme za posjetitelje, interpretativne centre, vinske prostore, vinske ceste, razgledavanje i slično. Kombiniranjem vinske infrastrukture, od podruma do vinskih cesta te imidža turističke destinacije, formira se adekvatna vinska turistička ponuda. U nekim dijelovima svijeta, poput talijanskih, francuskih, portugalskih, pa čak i grčkih regija, kao i područja Kalifornije i Čilea, kultura vinogradarstva i vinarstva visoko je razvijena, što rezultira značajnim gospodarskim učincima.³⁶

³⁵ S. Charters i J. Ali-Knight, *Who is the wine tourist*, Tourism management, 2002, str. 311.

³⁶ ibidem, str. 312.

Selektivni eno-gastronomski turizam, osobito kroz koncept vinskih cesta, često se modelira prema uzoru na francuske i talijanske regije koje su brzo shvatile važnost integracije vinskog sektora u turističku ponudu. Na taj način, turizam pruža podršku vinarskoj industriji, dok vinarska industrija istovremeno obogaćuje turizam. Stvaranjem vinskih cesta postavlja se temelj za prepoznatljive turističke projekte koji su aktivni tijekom cijele godine, ne ograničavajući se samo na određenu sezonu. Glavni ciljevi vinskih cesta obuhvaćaju:

- proizvodnju visokokvalitetnih vina
- stvaranje vina s jedinstvenim i prepoznatljivim karakteristikama, uključujući specifična vinogradarska područja, proizvodne procese, starost, ambalažu, organska svojstva i druge aspekte
- proizvodnju i promociju prepoznatljivih vina
- očuvanje vinogradarskih područja
- stvaranje vrijednosti koja odgovara uloženom novcu
- poticanje interesa putničkih i turističkih agencija koje organiziraju posjete vinarijama, podrumima i vinogradima.³⁷

U Toskani postoji 14 vinskih ruta, namijenjene ljubiteljima vina, povijesti ili jednostavno za razgledavanje. Pet najznačajnijih toskanskih vinskih ruta su:

- Colli di Candia i Lunigiana
- Colli di Maremma
- Colli Fiorentini
- San Gimignano
- Terre di Arezzo.³⁸

Colli di Candia i Lunigiana najsjevernija je od svih vinskih cesta u Toskani. Nalazi se sjeverno od Carrara. Ove ceste su zanimljive zbog svoje blizine granice s Emilia-Romagnom. Što se tiče vina, postoje dvije vrste: Candia dei Colli Apuani i Colli di Luni.

³⁷ S. Geić, *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011, str. 341.

³⁸ Agriturismo.it, *Wine Routes in Tuscany*, 2024, <https://www.agriturismo.it/en/extra/wine-routes-in-tuscany-1324>, (pristupljeno 02. ožujak 2024.).

Uzgoj vinove loze na Candia dei Colli datira iz davnih vremena. Povijest ovog vina je drevna, ali njezino priznavanje datira od 1981. godine kad su se odredila pravila podrijetla uzgoja, proizvodnje te karakteristika proizvedenoga vina.

Colli di Maremma vinska cesta nalazi se u najjužnijem dijelu Toskane, a obuhvaća četiri vrste vina od kojih su: Ansonica, Morellino od Scansana, Parrina i Pitigliano. Vinska cesta Colli Fiorentini, predstavljena 2000. godine, ima oblik leptira i proteže se oko Firence te je jedna od najprometnijih u Toskani. Nalazi se u sjeveroistočnom dijelu Toskane i prolazi kroz srce Chianti regije. San Gimignano vinska cesta je poznata po Vernaccia zlatno-bijelom vinu, koje je suho i osvježavajuće. Posebnost ovog puta su farme šafrana koje se nalaze između redova vinograda i maslinika. Na ovim rutama poznata su crna vina poput Colli Senesi Chianti Classico.

Vinska cesta Terre di Arezzo (sl. 14) je jedna od najdužih u Toskani, protežući se na oko 200 kilometara. S obzirom na svoju veličinu, nudi raznovrsne sorte vina poput Chianti Colli Aretini, Colli Etruria Centrale, Cortona, Vinsanto Chianti, Valdichiana i Chianti Colli Aretini Occhio di Pernice.

Slika 14: Terre di Arezzo



Izvor: <https://www.thewolfpost.com/archives/26201>, pristupljeno 02. ožujak 2024.

4.3.1. Vinarija Val delle Corti

Između Firence i Siene prostire se Chianti regija, poznata po proizvodnji vina. Obilazak ovog područja pruža priliku posjetiti vinarije, besplatno degustirati vina, kupiti ih, boraviti u luksuznim agroturističkim kompleksima te uživati u autentičnim talijanskim tavernama. Jedna od najposjećenijih vinarija na tom području je Vinarija Val delle Corti. Godine 1974., Giorgio Bianchi preselio je svoju obitelj iz Milana u Raddu kako bi ostvario svoj san, a to je živjeti na zemlji i naučiti proizvoditi vino. Giorgio i njegova supruga Eli obnovili su davno napuštene seoske kuće, vinograde i izgradili mali vinski podrum. Nakon što je Giorgio prerano preminuo, 1999. godine, njegov sin Roberto preuzeo je i nastavio rad vinarije. Roberto i njegova supruga Lisa uspjeli su razviti potencijal farme, povećati proizvodnju vina i drugih proizvoda koje nude na tom području. Val delle Corti je mala obiteljska farma s četiri hektara vinograda u vlasništvu i još nekoliko hektara koje iznajmljuju. Treba napomenuti da ova farma posjeduje i oko 400 stabala maslina. Vinogradi su starosti između četiri i četrdeset godina, što omogućava proizvodnju pet vrsta vina: tri stolna vina (crvena Il Campino, Lo Straniero i Rose) te Chianti Classico i Riserva.³⁹

Vinogradi su zasađeni na laporastom vapnenačkom tlu, bogatim stjenovitim materijalom i visokim sadržajem minerala. Svi vinogradi su okrenuti prema istoku, što je nekada bilo izazovno zbog položaja, ali s promjenama klime, obiljem sunca i hladovinom u večernjim satima, pokazao se izuzetno povoljnim. Najstariji vinograd, poznat kao "cru", uzgaja samo Sangiovese i proizvodi grožđe za Riserva vino, koje se proizvodi samo u najboljim godinama. Berba Chianti Classico dolazi iz cuvée vinograda različite starosti, s dodatkom 5% Canaiola. Najsvježije Sangiovese grožđe koristi se za Rose i Campino, dok mali, vrlo kamenit vinograd Il Cortino daje malo Merlota koji se koristi u vinu Lo Straniero.⁴⁰

³⁹ Val delle Corti, *valdellecorti*, 2023, <https://www.valdellecorti.it/en/i-vigneti.html>, (pristupljeno 02. ožujak 2024.).

⁴⁰ loc. cit.

4.3.2. Vinarija i imanje villa Pomona

Pomona je obiteljsko gospodarstvo tradicionalnog stila smješteno u samom srcu Chianti okruga. Tijekom godina imanje je zadržalo svoju originalnu strukturu s vilom, agroturizmom, skladištima i vinarijom. Pomona je okružena uravnoteženom mješavinom šume, vinograda i maslinika, koji su u prošlosti osiguravali samodostatnost posjeda. Danas, uz tradicionalnu proizvodnju vina i maslinovog ulja, obitelj nudi mogućnost odmora na imanju u staroj, ali obnovljenoj vili. Pet hektara vinograda nalazi se u neposrednoj blizini domaćinstva. Položaj imanja je na 350 metara nadmorske visine i proteže se jugoistočno na uzvisini, s vapnenačkim tlom. Izvorna jezgra imanja, nazvana "*Fattoria Ricceri*", potječe iz druge polovice 18. stoljeća. U to vrijeme, ključnu ulogu imanja imala je peć koja je proizvodila ciglene pločice, vaze i staklenke za maslinovo ulje. 1899. godine imanje je kupio Bandino Bandini, pokrenuvši procvat poljoprivrede s naglaskom na proizvodnju maslinovog ulja i vina. Kako bi istaknuo imanje u novoj fazi razvoja, naziv je promijenjen u "*Pomona*".⁴¹

4.3.3. Vinarija obitelji Antinori

Obitelj Antinori posvećena je proizvodnji vina već više od šest stoljeća, od 1385. godine, kada je Giovanni di Piero Antinori postao dio Firentinske udruge vinara. Tijekom svoje dugogodišnje povijesti, kroz 26 generacija, obitelj uvijek izravno upravlja ovim poslom s inovativnim i ponekad hrabrim odlukama, ali uvijek s nepromijenjenim poštovanjem prema tradiciji i teritoriju. Obitelj Antinori odlučila je izgraditi novu vinariju u Chiantiju (sl. 15), budući da je stara, izgrađena početkom 20. stoljeća, već počela pokazivati znakove nefunkcionalnosti. No, za Antinorije, projekt nove vinarije nosi i jednu izuzetno važnu simboliku – povratak na zemlju, u Bargino, mjesto gdje je njihova vinarska priča započela.

⁴¹ Pomona dal 1890, *Fattoria Pomona*, 2024, <https://fattoriapomona.it/en/>, (pristupljeno 02. ožujak 2024.).

Slika 15: Vinarija obitelji Antinori izgrađena 2012. godine



Izvor: <https://plavakamenica.hr>, pristupljeno 02. ožujak 2024.

Pierro Antinori je najavio gradnju nove vinarije još 2005. godine, no projekt nije bio potpuno po njegovoj želji. Nakon nekoliko godina, predstavio je svoju viziju potpuno integrirane vinarije u okolinu firentinskom arhitektu Marcu Casamontiju. Casamonti je brzo razumio njihove zahtjeve i izradio grubu skicu koja je zadovoljila njihove potrebe. Rezultat je bila impozantna zgrada, otvorena krajem 2012. godine, gotovo neprimjetna s ceste jer se samo nekoliko metara uzdiže iz vinograda. Za izgradnju su korišteni lokalni materijali poput opeka od terakote izrađene u radionicama udaljenim desetak kilometara od vinarije. U samoj vinariji ugrađeno je oko 135 tisuća takvih cigli. Kombinacija terakote, betona i željeza, u savršenoj harmoniji, čini Antinorijevu vinariju možda najmodernijom i svakako jednom od najljepših u Europi i svijetu.

Zgrada ima prizemlje s ugodnim prozračnim salonima za goste, uređenim toplim drvom, kaučima u bojama vina i drvenim policama prepunim butelji Antinorija. Iako su Antinorijevi željeli diskretnu zgradu, u stvarnosti ona dominira kao Guggenheim u Bilbao.⁴²

⁴² Marchesi Antinori, *La famiglia Antinori*, 2024, <https://www.antinori.it/it/>, (pristupljeno 25. ožujak 2024.).

4.5. Outdoor turizam

Outdoor turizam je specifičan oblik turizma koji proizlazi iz klasičnog masovnog turizma, a sastoji se od različitih segmenata i oblika koji se temelje na aktivnostima na otvorenom. U ovom obliku turizma, dionici turističkih proizvoda razvijaju svoje ponude na temelju komparativnih prednosti destinacije kako bi potaknuli regionalni razvoj. Outdoor turizam obuhvaća raznolike aktivnosti na otvorenom koje postaju sve važnije kao pokretači ekonomske aktivnosti u turističkim destinacijama, prilagođavajući se novim zahtjevima tržišta. Ove aktivnosti doprinose razvoju outdoor turizma kao posebnog oblika turizma. Termin *outdoor* označava aktivnosti ili uporabu prostora na otvorenom, izvan zatvorenih prostora. Aktivnosti outdoor turizma ovise o prirodnom okruženju i društvenim trendovima, što stvara potrebu za sistematičnim pristupom u definiranju dimenzija outdoor turizma i razlikovanjem njegovih karakteristika u usporedbi s drugim oblicima turizma koji se temelje na aktivnostima na otvorenom.

Buckley (2009) opisuje outdoor turizam kao kombinaciju ekoturizma, turizma u prirodi, kulturnog i avanturističkog turizma, dok Fernandes (2020) opisuje outdoor turizam kao spoj rekreacijskog turizma, turizma u prirodi i ekoturizma. Osnovni elementi sličnosti i razlike između turizma u prirodi, ekoturizma, rekreacijskog i avanturističkog turizma, mogu se koristiti kao alat za razlikovanje od outdoor turizma. Važno je napomenuti da su dosadašnja istraživanja u području outdoor turizma provedena iz različitih perspektiva i disciplina, uključujući destinacijski menadžment, ekonomiju i poduzetništvo, poslovni menadžment, marketing u turizmu, znanost o sportu i sportsku psihologiju. Ponuda u outdoor turizmu često se prilagođava preferencijama turista kroz način formiranja smještajnih usluga, ugostiteljskih usluga, motive za slobodno vrijeme i dodatne sadržaje. Inovativna ponuda smještaja u kombinaciji s novim oblicima turističke ponude omogućuje povećanje konkurentnosti proizvoda. Inovacije u ponudi smještaja, poput integralnih hotela ili glamping smještaja, uključuju sve izražajniji jedinstveni dizajn prostora kako bi privukli nove turiste. Takav pristup omogućuje turistima bolje turističko iskustvo kroz narativno arhitektonsko projektiranje prostora, što rezultira dubljim razumijevanjem i identitetom prostora te potiče razvoj trajnih uspomena, što na kraju utječe na generiranje sadržajnog marketinga. Razvojem ekološki održivih praksi, raste

trend *eco-friendly* smještaja putem praksi zelenog menadžmenta, koji se temelje na ekološkim načelima gradnje i brige o okolišu i zdravlju domaćina i gostiju.⁴³

U formiranju ponude aktivnosti, u outdoor turizmu sve je prisutniji trend koji se temelji na korištenju četiri prirodna elementa – zemlje, vode, zraka i vatre. Novi oblici outdoor aktivnosti nadograđuju se dodavanjem vatre u izražavanju tih trendova, što omogućuje stvaranje novih iskustava za turiste. Također, prisutna je kultura stalnog traženja novih iskustava za zabavu i uživanje tijekom putovanja, što utječe na oblikovanje turističke ponude. U budućnosti, očekuje se razvoj novih trendova u outdoor turizmu, poput svemirskih putovanja, istraživanja teško dostupnih morskih dubina i aktivnosti na vulkanima, potaknutih napretkom informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT). Osim toga, očekuje se prilagodba sportske opreme za različite vrste outdoor aktivnosti, kao što su ekstremno skijanje ili razvoj novih inovativnih vozila i opreme za istraživanje i avanturističke aktivnosti. Trendove u potražnji za outdoor turizmom treba sagledati kroz navike, interese, motivaciju i psihološki profil turista, kao i kroz dostupnost turističkih lokacija.

Raznolikost potražnje za outdoor turizmom, u pogledu motivacije, ovisi o različitim čimbenicima poput klime, prirode i geografskog položaja destinacije. Prema suvremenim izvorima, primjetno je da su motivi za outdoor aktivnostima sve više usmjereni na potrebu turista za boljom integracijom s lokalnim stanovništvom, upoznavanjem lokalne kulture i kulturne baštine, uživanjem u autohtonoj gastronomiji te interesom za koncept putovanja poznatog kao *slow travel*. Također, postoji trend pozitivnih emocija koje se bude kroz interakciju s prirodom te opuštenih oblika putovanja i wellness aktivnosti na otvorenom usmjerenih na tjelesno i mentalno zdravlje.⁴⁴

⁴³ D., Huddart, i T., Stott, *Outdoor recreation: Environmental impacts and management*, Springer Nature Switzerland AG., 2019, str. 97.

⁴⁴ ibidem, str. 102.

Outdoor turizam je izvanredno iskustvo koje obuhvaća širok spektar elemenata koji su neodoljivo privlačni avanturistima i ljubiteljima aktivnog odmora. Niže slijedi nekoliko ključnih obilježja koja čine outdoor turizam nezaboravnim iskustvom:

- tjelesna aktivnost: outdoor turizam naglašava fizičku aktivnost i psihomotorne vještine (hodanje, penjanje, biciklizam, vodene aktivnosti i slične aktivnosti pružaju izazov tijelu i umu)
- kontakt s prirodom: u outdoor turizmu, priroda je središnji element. Turisti imaju priliku uroniti u divljinu, uživati u krajoliku, i povezati se s prirodnim okruženjem na načine koje urbani život rijetko omogućuje
- kontakt s različitim kulturama: putovanja na otvorenom često uključuju susrete s različitim kulturama i načinima života; pruža priliku za učenje i razumijevanje drugih kultura, običaja i tradicija
- rizik i opasnost: outdoor aktivnosti mogu biti izazovne i ponekad opasne. Rizik i opasnost su dio adrenalinskog iskustva koje privlači avanturiste i ljubitelje ekstremnih aktivnosti
- istraživanje i otkriće: outdoor turizam potiče istraživački duh turista – imaju priliku istražiti nova područja, otkriti skrivene kutke prirode i doživjeti neistražene avanture
- rekreacija i neizvjesnost ishoda: outdoor turizam pruža priliku za rekreaciju i opuštanje, ali isto tako i donosi dozu neizvjesnosti i izazova, što čini ishode putovanja još zanimljivijima
- odgovornost i predanost: sudjelovanje u outdoor aktivnostima zahtijeva odgovornost prema okolini, sigurnost sebe i drugih sudionika, kao i predanost cilju putovanja
- želja suvremenog turista za novim iskustvima i emocijama: suvremeni turisti traže autentična iskustva i emocionalne nagrade koje nude outdoor aktivnosti
- mogućnost samoostvarenja: outdoor turizam pruža priliku za osobni rast, samopouzdanje i samoostvarenje kroz prevladavanje izazova i postizanje ciljeva

- nema dobna ograničenja: outdoor turizam je dostupan svima, bez obzira na dob. Ovo je aktivnost u kojoj mogu uživati i mladi i stari, pružajući svima priliku za avanturu i otkrivanje
- izazov: outdoor turizam postavlja izazove pred turiste, potičući ih da izađu iz svoje zone udobnosti i istraže nove granice svojih sposobnosti.

Svi ovi navedeni elementi zajedno čine outdoor turizam nezaboravnim iskustvom koje obogaćuje dušu i tijelo turista, nudeći im priliku za pustolovinu, otkriće i samospoznaju.

Prema definiciji i aktivnostima obuhvaćenim unutar ponude Zajednice pustolovnog turizma Hrvatske gospodarske komore, donesen je početni popis aktivnosti koje se klasificiraju kao turističke usluge aktivnog i outdoor turizma⁴⁵:

- kanuing: aktivnost koja uključuje vožnju kanuom koristeći jedno veslo, lagano spuštajući se niz tok rijeke ili morsku obalu
- špiljarenje: rekreacijska aktivnost koja uključuje istraživanje špilja, rupa, jama i ponora. Ovo putovanje može obuhvatiti različite aktivnosti poput penjanja, puzanja, plivanja i hodanja
- slobodno penjanje: aktivnost u kojoj se penjač uzdiže prema gore koristeći samo svoje ruke, noge i tijelo. Penjanje se može izvoditi s ili bez užeta, ovisno o preferencijama penjača i zahtjevnosti staze
- biciklizam: popularna fizička aktivnost u kojoj se koriste bicikli za prijevoz, rekreaciju ili sport
- planinarenje (hiking): obuhvaća različite aktivnosti koje se odvijaju u planinskim područjima, poput šetnje, trekkinga, penjanja po feratama i višednevnih planinarskih izleta
- jahanje: aktivnost koja pruža priliku avanturistima da se povežu s konjima i prirodom. Jahanje uključuje različite vrste aktivnosti poput vožnje, rekreacije, umjetnosti i natjecanja
- kajaking: vožnja kajakom omogućuje sudionicima da istraže vode rijeka ili mora

⁴⁵ HGK – Hrvatska gospodarska komora, *Turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma – popis aktivnosti i potrebnih uvjerenja ili certifikata*, 2023, <https://www.hgk.hr/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).

- veslanje na dasci (stand up paddling - SUP): vodena aktivnost koja uključuje kretanje kroz vodu klečeći, ležeći ili stojeći na dasci koristeći veslo za pogon
- rafting: spuštanje niz rijeku u gumenim čamcima u svrhu uzbuđenja i druženja
- kanjoning: aktivnost koja uključuje prolazak kroz kanjone koristeći različite tehnike kao što su hodanje, penjanje, skakanje i plivanje
- zipline: aktivnost koja uključuje spuštanje niz čelični konop ili užu između različitih visina
- adrenalinski parkovi: različite aktivnosti koje uključuju penjanje, vožnju zip linijama, prepreke visoke visine i slično
- padobransko jedrenje: sportovi uključuju letenje s padobranom ili padobranom koji se može kontrolirati
- kitesurfing/kiteboarding: ekstremni sport kombinira aspekte surfanja i jedrenja koristeći snagu vjetra
- skakanje s užetom: hrabra aktivnost koja uključuje skakanje s visokih mostova ili platformi uz pomoć elastičnog konopca.

Outdoor turizam nije rezerviran samo za mlade, već privlači širok spektar ljudi i dobne skupine. Istraživači su otkrili da određeni motivi putovanja mogu objasniti zašto ljudi biraju outdoor turizam. Ti motivi mogu utjecati na ponašanje avanturističkih turista koji biraju različite avanturističke destinacije.

Sudionici outdoor turizma najčešće su mlađi, obrazovani, imućni i aktivni tražitelji uzbuđenja. Oni su spremni trošiti značajne iznose novca kako bi zadovoljili svoju potrebu za avanturom. Avanturistički turisti često su zahtjevni i istraživački nastrojeni potrošači koji biraju putovanja u ekstremna okruženja kako bi doživjeli emocionalne vrhunce, izazove, uzbuđenja i rizike.

Toskana pruža mnoge avanture koje se mogu doživjeti pješice, biciklom, motociklom ili brodom. Sa svojih 230 tisuća hektara zaštićenih područja i mrežom planinarskih staza koje prelaze cijelu regiju, nudi raznolike rute različitih težina i mnogo prilika za kombiniranje kulture i sporta.

Tisuće kilometara biciklističkih staza opremljenih smještajnim objektima prilagođenim biciklistima i uslugama za putnike na dva kotača pružaju priliku za istraživanje Toskane kroz promjenjivi krajolik u bojama, vegetaciji, mirisima i panoramama. Uz to, mreža zavojitih cesta omogućuje užitek vožnje motorom uz obalu, kroz Nacionalni park Apenina Toskansko-emilijanskog ili preko regije od središta do mora.

4.5.1. Otok Elba

S obale duge 630 kilometara, Toskana nudi raznovrsne aktivnosti na otvorenom, poput jedrenja i windsurfinga zahvaljujući obliku obale Elbe koji osigurava idealnu ventilaciju. Kajakom je moguće istražiti stijene koje se uzdižu iz kristalno čistih voda i zaustaviti se u malim uvalama ili istražiti unutarnja jezera poput onih u Valdarnu i Mugellu (sl. 16).

Slika 16: Kajaking, otok Elba



Izvor: <https://www.getyourguide.co.uk>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Otok Elba, mediteransko je odredište smješteno u Tirenskom moru, približno 10 kilometara zapadno od talijanske obale Toskane. Poznat je po svojim atraktivnim plažama, kristalno čistom moru, šarmantnim selima i bogatoj povijesti. Outdoor turizam na otoku Elbi nudi niz aktivnosti za posjetitelje koji vole prirodu i aktivnosti na otvorenom. Niže slijedi nekoliko primjera takvih aktivnosti:

- planinarenje: otok Elba ima raznolik teren koji obuhvaća planine, šume i obalu. Posjetitelji mogu istražiti brojne planinarske staze koje vode do vrhova otoka, poput Monte Capanne (sl. 17), najviše planine na otoku. S vrha se pruža spektakularan panoramski pogled na more i obližnje otoke
- biciklizam: otok Elba nudi mrežu staza idealnih za bicikliste svih razina vještina
- ronjenje i snorkeling: posjetitelji mogu roniti ili snorkelirati duž obale otoka i istražiti raznolikost morskog života, uključujući ribe, koralje i spužve. Tu su i organizirane ronilačke ekspedicije za one koji žele istražiti dublje vode
- vodeni sportovi: nudi brojne mogućnosti za vodene sportove poput jedrenja na dasci, kajakaštva, jedrenja i windsurfinga.

Slika 17: Planina Monte Capanne



Izvor: <https://www.virtualelba.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Osim ovih aktivnosti, Elba nudi i druge zabavne aktivnosti poput vožnje brodom do okolnih otoka, posjeta lokalnim vinarijama i gastronomskih tura. S bogatom prirodom, kulturom i aktivnostima na otvorenom, Elba je izvanredno odredište za ljubitelje outdoor turizma.

4.5.2. Val di Lima

Za hrabrije, tu je mogućnost iskušavanja brzih struja na čamcu u toskanskom *hramu raftinga* – Val di Lima. Rijeka Lima počinje u dolini Sestaione u Apeninima, između Toskane i Emilia-Romagne (sl. 18). Tečući niz planine, tijekom vremena je oblikovala zapanjujući krajolik, uključujući izuzetno atraktivne kanjone. U prošlosti je rijeka Lima bila ključna pokretačka snaga ljudske aktivnosti u dolini. Korištena je za navodnjavanje poljoprivrednih površina te za pogon mlinova, tvornica papira i hidroelektrana. Danas ima ključnu ulogu u turističkoj industriji područja, nudeći lokacije za odmor ili vikend odmore, idealne za ljubitelje prirode ili za isprobavanje vodenih sportova poput raftinga, kajaka, vodenog trekinga, SUP-a i ribolova. Duž ove dionice rijeke, nalazi se mnogo smještajnih objekata i rafting tvrtki, gdje je moguće organizirati i rezervirati izlete ovisno o razinama rijeke.

Slika 18: Val di Lima



Izvor: <https://cliff-jumping-val-di-lima9.webnode.it>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Rafting je jedan od najboljih sportova za doživljaj rijeke. Za one hrabrije, Lima je savršena s obzirom na svoj srednje teški spust kroz područje Fabbriche di Casabasciana i Ponte a Diana. Za ljubitelje koji više preferiraju opuštajuće iskustvo, rijeka Lima nudi idealno mjesto za plivanje uz atraktivan krajolik gdje je moguće uživati u njezinim prirodnim bazenima, impresivnim stijenama, glatkim šljunčanim obalama i raznolikim dubinama. U dijelovima gdje je rijeka plića, voda brže teče između stijena, dok se nizvodno širi i stvara različite karakteristike poput brzaka, padova i mirnijih dijelova. Ova raznolikost omogućuje širok spektar aktivnosti, od uzbudljivih do opuštajućih.

Postoji mnogo mogućnosti za sport čak i izvan vode. Val di Lima ujedno pruža i aktivnosti poput paintballa u šumi, vožnju planinskim biciklom ili e-biciklom. Za ljubitelje off-road i moto turizma, postoje izleti quadom (sl. 19), Vespa, endurom i 4x4 kroz zavidnu mrežu uzbudljivih cesta i staza. Putovanja počinju od Bagni di Lucca i protežu se cijelom dolinom Serchia, uključujući prirodne atrakcije, spomenike i srednjovjekovna sela, a zatim dosežu Garfagnanu s njezinim utverdama, impozantnim planinama i jedinstvenim panoramama.

Slika 19: Izlet quadom, Val di Lima



Izvor: <https://www.valdilimaoffroad.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Moguć je i posjet kanjonu u srcu doline s njegovim spektakularnim spektrom boja, kojeg lokalci često nazivaju vilenjačkom špiljom. Hrabri tragači za uzbuđenjem mogu doživjeti jedinstveni adrenalin letenja paraglajdingom penjući se na planinu Pratofiorito (sl. 20), a zatim se lansirati u zrak, pusteci se da ih odnesu struje visine. Dolina Lime izvrsna je i za planinarenje te obiluje mnogim planinskim stazama, uključujući Alta via dei Pastori (Planinarski put pastira).⁴⁶

Slika 20: Planina Pratofiorito



Izvor: <https://www.borntotrek.it>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

⁴⁶ Rockonda, *The Lima Valley*, 2024, <https://www.rockonda.it/en/weekend-lima-valley-tuscany/>, (pristupljeno 28. ožujak 2024.).

4.5.3. Val d'Orcia

Krajolik Val d'Orcia dio je poljoprivrednog zaleđa Siene, preuređenog i razvijenog kada je bio integriran u teritorij grada-države u 14. i 15. stoljeću kako bi odražavao idealizirani model dobrog upravljanja i stvorio estetski ugodnu sliku. Karakteristična estetika krajolika, ravne kredne ravnice iz kojih se uzdižu gotovo konusni brežuljci s utvrđenim naseljima na vrhu, inspirirala je mnoge umjetnike. Njihove slike postale su primjer ljepote dobro upravljanih renesansnih poljoprivrednih krajolika. Karakteristični krajolik Val d'Orcia obuhvaća mrežu farmi, sela i gradova koji odražavaju renesansni poljoprivredni prosperitet, trgovinsko bogatstvo Siene, potrebu za obranom i utopijsku estetiku. Radni krajolik polja, farmi, stabala i šuma, prepleten je s niskim, koničnim brežuljcima na čijim se vrhovima nalaze gradovi i sela. Glavni gradovi na brežuljcima uključuju Pienzu (zasebno svjetsko naslijeđe), Montalcino, San Quirico d'Orcia, Castiglione d'Orcia, Rocca d'Orcia, Monticchello i Radicofani.

Na popis UNESCO-ve svjetske baštine uvrštena je 2004. godine, a smatra se jedinstvenim susretom umjetnosti i prirode, bogat tragovima prošlosti. Ovo je područje poznato po svojim atraktivnim pejzažima, uključujući beskrajne vinograde, maslinike i slikovita sela. Val d'Orcia nudi idealne uvjete za vožnje balonom na vrući zrak, a mnoge tvrtke organiziraju letove s tog područja. Baloni na vrući zrak u Val d'Orcia nude nevjerojatno iskustvo istraživanja ovog prekrasnog toskanskog krajolika iz zraka. Slijedi nekoliko karakteristika balona na vrući zrak koji se koriste u Val d'Orcia:

- velika i šarena platna: baloni na vrući zrak obično imaju velika i šarena platna koja ih čine izuzetno vidljivima na nebu. Ovi šareni baloni dodaju boju i živost krajoliku dok lebde iznad polja i brežuljaka Val d'Orcia
- raznolike veličine: baloni na vrući zrak koji se koriste u Val d'Orcia mogu biti različitih veličina, od manjih koji mogu primiti nekoliko putnika do većih koji mogu primiti desetke putnika. Ova raznolikost veličina omogućuje prilagodbu vožnje balonom različitim potrebama i skupinama putnika
- profesionalni piloti: vožnje balonom na vrući zrak u Val d'Orcia obično su vođeneiskusnim i profesionalnim pilotima koji su obučeni za sigurno upravljanje balonom

i pružanje ugodnog iskustva putnicima. Ovi piloti su upoznati s područjem i pružit će zanimljive informacije o krajoliku tijekom leta

- udobne košare: košare balona na vrući zrak obično su dizajnirane kako bi pružile udobnost putnicima tijekom leta. One su čvrsto pričvršćene za balon i opremljene jastucima ili tapeciranim sjedalima kako bi putnici mogli uživati u udobnom i sigurnom iskustvu
- romantična atmosfera: vožnje balonom na vrući zrak često se smatraju romantičnim iskustvom, idealnim za parove ili posebne prigode. Lebdenje iznad prekrasnog krajolika Val d'Orcia pruža nezaboravne trenutke za dijeljenje s voljenom osobom
- fotografske prilike: vožnja balonom na vrući zrak pruža nevjerojatne fotografske prilike za snimanje spektakularnih pejzaža Val d'Orcia iz zraka.

U cjelini, vožnje balonom na vrući zrak u Val d'Orcia pružaju jedinstveno iskustvo istraživanja ovog prekrasnog toskanskog krajolika iz potpuno nove perspektive (sl. 21).⁴⁷

Slika 21: Balon na vrući zrak, Val d'Orcia



Izvor: <https://www.firenzemongolfiere.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

⁴⁷ Unesco, World Heritage Convention, *Val d'Orcia*, 2004, <https://whc.unesco.org/en/list/1026/>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).

4.6. Termalni turizam

Termalni turizam je grana turizma koja se fokusira na posjet termalnim izvorima ili termalnim centrima radi zdravstvenih ili rekreacijskih svrha. Ova vrsta turizma koristi se ljekovitim svojstvima termalnih voda, koje se smatraju korisnima za liječenje različitih zdravstvenih problema poput reume, artritisa, kožnih bolesti i respiratornih problema, kao i za opuštanje i relaksaciju tijela.

Nekoliko ključnih elemenata o termalnom turizmu jesu sljedeći:

- ljekovita svojstva vode: različiti sastavi minerala mogu imati različite terapijske učinke
- turističke destinacije: termalni centri često su smješteni u atraktivnim prirodnim okruženjima ili povijesnim gradovima, što privlači turiste ne samo radi zdravstvenih koristi već i zbog ljepote okoline i kulturnih atrakcija
- različite aktivnosti: osim kupanja u termalnim bazenima, posjetitelji mogu sudjelovati u raznim aktivnostima poput šetnji, planinarenja, biciklizma i posjeta lokalnim znamenitostima
- zdravstveni turizam: termalni turizam često se povezuje s medicinskim turizmom jer posjetitelji često dolaze radi liječenja specifičnih zdravstvenih problema. Stoga mnogi termalni centri imaju medicinsko osoblje koje pruža specijalizirane tretmane i terapije
- ekonomski utjecaj: termalni turizam može imati značajan ekonomski utjecaj na lokalnu zajednicu kroz zapošljavanje, turističke prihode, investicije u infrastrukturu i promociju regije kao turističke destinacije.⁴⁸

Još od davnina ljudi su bili svjesni kako prirodni ljekoviti činitelji pozitivno utječu na zdravlje ljudi. S tom spoznajom razvijao se i zdravstveni turizam, čiji je cilj očuvanje, poboljšanje ili unapređenje ljudskog zdravlja uz pomoć prirodnih ljekovitih resursa. Prirodni ljekoviti činitelji su dijelovi prirode koji imaju povoljan učinak na zdravlje i kvalitetu života te se koriste za sprječavanje, liječenje, produženo liječenje, oporavak i

⁴⁸ S. Geić, J. Geić i A. Čmrlec, *Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu*, Split, Sveučilište u Splitu, 2010, str. 321.

rehabilitaciju različitih bolesti i tegoba. Oni se često nalaze u lječilišnim mjestima, ali su prisutni i na drugim lokacijama.

Ljekoviti činitelji dijele se na klimatske, morske i topličke. Klimatski činitelji obuhvaćaju promjene klime, čistoću zraka, sunčeve zrake te druge faktore koji utječu na okolinu. Morski činitelji uključuju morsku vodu, alge, sunčeve zrake, te druge elemente koji se nalaze uz obalu. Toplički činitelji uključuju termo mineralne vode, peloidne terapije, naftalan te druge termalne resurse. Svaki od navedenih činitelja imaju svoje specifične karakteristike i djelovanje te se koriste u različite svrhe u svrhu očuvanja i unapređenja zdravlja ljudi.

Termalna voda i terme igraju ključnu ulogu u zdravstvenom turizmu zbog svojih ljekovitih svojstava i blagotvornog utjecaja na ljudsko zdravlje i blagostanje. Niže slijedi nekoliko važnih činjenica o termalnoj vodi i termama kao dijelu termalnog turizma⁴⁹:

- ljekovita svojstva termalne vode: termalna voda sadrži visoke koncentracije minerala, poput sumpora, natrija, kalcija, magnezija i drugih elemenata, što joj daje ljekovita svojstva. Ovi minerali imaju terapijski učinak na kožu, mišiće, zglobove i respiratorni sustav te pomažu u opuštanju mišića, ublažavanju bolova, poboljšanju cirkulacije i poticanju regeneracije tkiva
- različite terapije: terme nude različite terapijske tretmane koji koriste termalnu vodu kao osnovni sastojak. To mogu biti hidroterapija, balneoterapija, kineziterapija, inhalacije, masaže i druge terapije koje pružaju olakšanje od različitih zdravstvenih tegoba poput reumatizma, artritisa, dermatoloških problema, respiratornih bolesti i stresa
- opuštanje i wellness: termalne vode i terme nude i širok spektar wellness usluga koje pomažu u opuštanju tijela i uma te potiču cjelokupno blagostanje. To mogu biti saune, parne kupelji, masaže, kozmetički tretmani i drugi programi koji su namijenjeni relaksaciji i obnavljanju energije
- prirodni okoliš: termalne vode obično se nalaze u prekrasnom prirodnom okruženju, okružene planinama, šumama ili pitoresknim krajolicima. Ovo prirodno

⁴⁹ B. Petitjean, *Sustaining thermal water in early moder Tuscany*, World Historic Connected, 2021, str. 2.

okruženje dodatno pridonosi iskustvu opuštanja i revitalizacije, pružajući gostima mirnu i ugodnu atmosferu za oporavak i odmor

- poboljšanje kvalitete života: redovito posjećivanje termi može imati dugoročne koristi za zdravlje, poboljšavajući kvalitetu života i pomažući u prevenciji različitih zdravstvenih problema. Termalna voda i terapije mogu pomoći u smanjenju kroničnih bolova, poboljšanju pokretljivosti zglobova, smanjenju stresa i poboljšanju općeg osjećaja dobrobiti.

U ranom modernom razdoblju, regija Toskane u Italiji bila je posebno bogata termalnom vodom jer je geološki sastav predisponirao područje na mnoge termalne izvore na obroncima oko Firence, Pise i Siene. Ti prirodni resursi, njihova odgovarajuća infrastruktura i povezane kupke trebali su posebnu pažnju jer nisu bili samo prirodni resursi koji su zahtijevali očuvanje, već su bili dio javnih zdravstvenih resursa dostupnih za liječenje različitih medicinskih stanja. Mnogi od tih mineralnih izvora koristili su se od doba drevnih Etruščana, a Rimljani su sigurno znali za termalne vode i koristili ih širom Apeninskog poluotoka i drugdje u rimskom svijetu. Za razliku od rimskih termi, velikih kupališnih kompleksa s nekoliko bazena s vodom koja se dovodi cjevovodima i umjetno zagrijava, koji su služili prvenstveno higijenskim i socijalnim svrhama u urbanoj okolini, termalna kupališta koristila su se u medicinske svrhe za liječenje specifičnih bolesti i stanja, a ne samo za čišćenje vanjskog dijela ljudskog tijela. Stoga su, u doba s ograničenim mogućnostima medicinske skrbi, termalna kupališta pružala ključni izvor medicinskih tretmana kako stanovnicima tako i posjetiteljima.

U Toskani se nalazi nekoliko prirodnih termalnih područja koja nude različite vrste wellness usluga i tretmana, a slijede dalje u nastavku.

4.6.1. Terme di Saturnia

Terme di Saturnia sastoje se od različitih termalnih izvora koji prirodno teku u općini Manciano u provinciji Grosseto, odakle su udaljeni 60 kilometara, podno srednjovjekovnog sela Saturnia, koje je poznato još od davnina po svojim sumpornim vodama, u zaleđu brežuljaka Maremma Grossetana u Toskani (sl. 22). Kaže se da je drevno ime sela bilo Aurinia, ili grad zlata, u referenci na boga Saturna. Povijest

Saturnije doista se gubi u vrlo dalekoj prošlosti, a neki stari učenjaci već su izvijestili da je ovaj grad bio jedno od prvih naselja u talijanskoj povijesti. Velika obilnost vode, rijeka i izvora, nedvojbeno je glavni faktor bogatstva i starine Saturnije gdje je već u davnim vremenima mjesto bilo povezano s proslavljenim vodenim kultom. Sadašnji grad, vrlo skromne veličine, danas je postao glavno turističko i gospodarsko središte južne Toskane, zahvaljujući svojim dragocjenim termalnim vodama, svojim starinama i ugodnom i zdravom brežuljkastom teritoriju Maremme.

Slika 22: Terme di Saturnia



Izvor: <https://maremma-toscana.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Smatra se najboljim lječilištem na svijetu i stoga je tradicionalna destinacija za termalni turizam koji privlači brojne posjetitelje. Termalne vode Saturnije prirodno i neumorno teku već 3000 godina na uvijek konstantnoj temperaturi od 37,5 stupnjeva Celzijusa, izravno iz vulkanskog kratera s protokom od 800 litara u sekundi, prolazeći 40-godišnje putovanje podzemnim putem koje započinje na padinama planine Amiata i završava u izvorima termalnog kupališta Saturnia. Termalne vode imaju ugljično-sulfurnu-borsku

kompoziciju, djeluju na psiho-fizičku ravnotežu i u liječenju bolesti dišnih putova, kože, reumatizma, cirkulacije i mnogih drugih patologija.

Ujedno, terme pružaju i različite wellness programe koji uključuju blato kupke, lokalizirane masaže, aerosole i medicinske savjete, kao i neograničen ulazak u Topli izvor i termalni park. Gosti hotela također imaju pravo na niz dodatnih tretmana, poput hidroterapije te medicinskog tima na raspolaganju. Pored termalnih kupki, moguć je i Beauty Clinic, wellness centar vrhunske razine koji vode specijalizirano osoblje, gdje je moguće isprobati tretmane prilagođene potrebama klijenata, poput aroma terapije, hidroterapije, refleksologije stopala i mnogo više.⁵⁰

4.6.2. Terme di Casciana

Terme di Casciana je centar za wellness, spa i rehabilitaciju; povijesno mjesto, izgrađeno 1870. godine prema projektu arhitekta Poggija, kasnije obnovljeno u današnji izgled. Mjesto je poznato po svojim terapeutskim vodama, prepoznatim po svojim posebnim ljekovitim svojstvima još od 1100. godine (sl. 23). Slava ovog etruškanskog mjesta porasla je zahvaljujući vodi koja se nazivala Acqua Mathelda (po imenu grofice Matilde di Canossa), za koju se govorilo da ima pomlađujuće moći. Legenda kaže da je grofica imala starog i bolnog crnog vranca koji je, uranjajući se ponovno u tu toplu vodu, na kraju pomladio.

⁵⁰ Maremma Toscana, *Saturnia Spa*, 2024, <https://maremma-toscana.com/en/spa-and-wellness/saturnia-spa/>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).

Slika 23: Terme di Casciana



Izvor: <https://www.latorre.farm>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Termalna voda Casciana izvire iz izvora pri stalnoj prirodnoj temperaturi od 35,7 stupnjeva Celzijusa, a njezina karakteristična bicarbonat-sulfat-kalcijeva kompozicija dodjeljuje joj terapeutska svojstva u borbi protiv poremećaja venske cirkulacije, reumatizma, artroze, urikemije, visokog kolesterola, rinutisa, faringitisa, bronhitisa i svih ginekoloških poremećaja.

Kroz termalne blatne tretmane i balneoterapiju, Acqua Mathelda se koristi za liječenje dermatoloških bolesti poput kroničnih dermatitisa, dermatitisa kod djece, psorijaze, postoperativnih i posttraumatskih ožiljaka, ali i za posttraumatsku ili postoperativnu ortopedsku rehabilitaciju, zahvaljujući povoljnom djelovanju ovog tipa vode na cirkulaciju krvi, kako na kožnoj tako i na koštanoj razini. Sulfatno-bikarbonatno-kalcijevi spojevi koriste se i u hidroterapiji za jetru i bilijarni sustav te za inhalacije kod respiratornih problema poput alergijskog rinitisa, faringitisa, sinusitisa i rinosinusitisa, čak i kod djece.

Termalni kompleks sastoji se od velikog vanjskog bazena u kojemu je moguće kupati se i uživati u opuštajućim trenucima te unutarnjeg bazena koji se koristi za rehabilitaciju pokretljivosti s naprednim tehnikama i aktivnosti za prevenciju pokretljivosti (na primjer vodena gimnastika). U sklopu termi posebnu pažnju ima i Spa ruta Villa Borri (sl. 24), rezidencija iz 18. stoljeća, koja ima dva termalna bazena, tursku kupelj i tretmane

dobrobiti inspirirane istočnjačkom tradicijom, a posebno uzbudljiv i sugestivan je vodeni put u termama Ville Borri; termalna rijeka koja protječe kroz staru farmu.

Slika 24: Villa Borri



Izvor: <https://www.termedicasciana.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

U termama je ponuđeno i mnogo wellness tretmana od kojih su:

- tretmani za lice i tijelo poput blata, pilinga, anti-aging tretmana
- anticelulitni tretmani
- shiatsu masaža
- sauna
- turska kupelj
- solarij.⁵¹

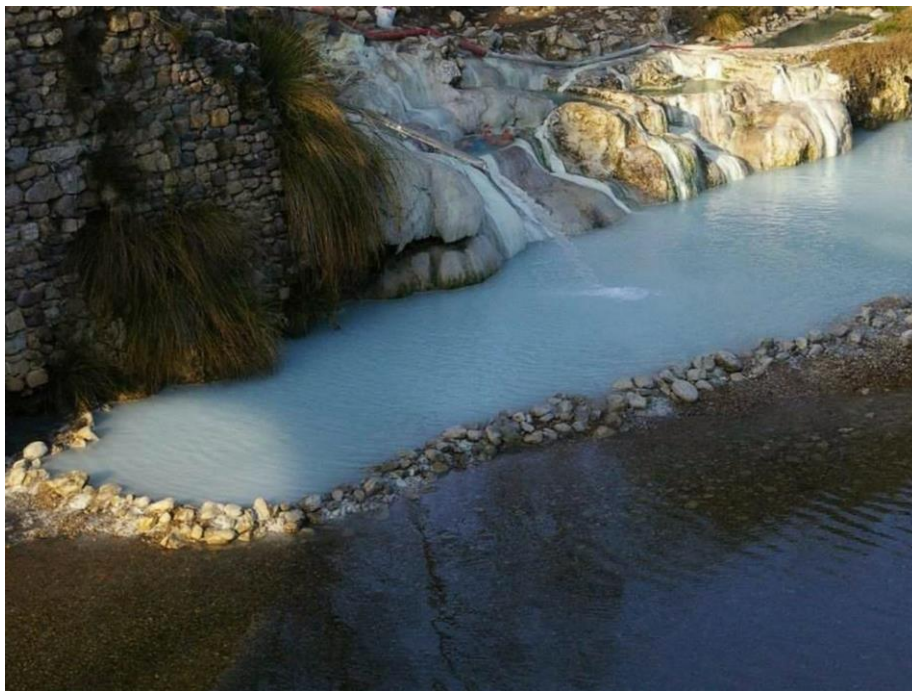
⁵¹ La Torre, *Terme di Casciana*, 2024, <https://www.latorre.farm/post/terme-di-casciana>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).

4.6.3. Terme di Petriolo

Terme di Petriolo (ili Bagni di Petriolo) predstavljaju toskansko termalno vrelo. Nalazi se u dolini Ombrone, duž rijeke Farma, na granici između općina Monticiano i Civitella Paganico, u provinciji Siena i Grosseto. Ujedno terme se smatraju i prirodnim krajolikom koji nudi mnogo prilika za duge šetnje, planinarenje i posjete prirodnim rezervatima, poput obližnjeg Prirodnog rezervata Basso Merse.

Termalne vode Petriolo izvire na temperaturi od 43 stupnja Celzijusa, duž dijela rijeke Farma i karakteriziraju se prisutnošću sumporovodika, vode bogate solima i hipertermalne s raznovrsnim terapijskim svojstvima (sl. 25).

Slika 25: Termalne vode Petriolo



Izvor: <http://casavacanze.poderesantapia.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.

Već u 15. stoljeću na ovom području izgrađen je kompleks termalnih kupki, čija je čitava fortificirana struktura od kamena i danas vidljiva. Tijekom renesanse, terme su postale vrlo popularne, često posjećivane od strane Medičija i Gonzaga. Voda iz termalnog izvora snažno je sumporna i bogata ugljičnim dioksidom te mineralima poput kalcija i fluora, što joj daje niz zdravstvenih i korisnih svojstava, uključujući prevenciju i liječenje

kroničnih bolesti mišićno-koštanog sustava, dišnih puteva i kože, zahvaljujući njezinom protuupalnom djelovanju.

Kompleks Terme di Petriolo nudi usluge terapijskih termalnih bazena, moderni wellness centar i konvencionalnu njegu koja je pod pokroviteljstvom Nacionalne zdravstvene službe, uključujući blatne terapije, kupke i inhalacije.⁵²

⁵² Visittuscany.com, *Terme di Petriolo*, 2024, <https://www.visittuscany.com/it/attrazioni/terme-di-petriolo/>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).

5. ZAKLJUČAK

U ovom diplomskom radu detaljno je istražena evolucija kulturnog identiteta u Toskani kroz analizu povijesnih gradova, istražujući njihovu ulogu kao ključnih elemenata turističke privlačnosti regije. Toskana, bogata poviješću i kulturom, nudi izuzetno raznolika iskustva koja zadovoljavaju različite interese i preferencije posjetitelja. Kroz analizu trendova i promjena u turizmu kroz desetljeća, uočeno je kako su tradicionalni pristupi turizmu postupno evoluirali kako bi odgovorili na rastuće zahtjeve suvremenih turista, naglašavajući potrebu za inovacijama kako bi se održala konkurentnost turističke destinacije.

Posebna pažnja posvećena je selektivnim oblicima turizma koji obogaćuju turističku ponudu Toskane. Kulturni turizam, oslanjajući se na bogato kulturno naslijeđe regije, privlači posjetitelje u povijesne gradove poput Firence, Siene, Pise i San Gimignano te im pruža jedinstvena iskustva kroz posjete muzejima, galerijama i povijesnim znamenitostima.

Gastronomski turizam, s naglaskom na izvrsnu toskansku kuhinju, nudi mogućnost uživanja u autentičnim jelima i lokalnim delicijama na festivalima navedenim u radu. Enoturizam, koji sve više dobiva na popularnosti, omogućuje posjetiteljima da istraže bogatu vinsku tradiciju Toskane kroz posjete vinarijama poput Vinarije Val delle Corti, villa Pomona i obitelji Antinori.

Outdoor turizam i termalni turizam također su značajni segmenti turističke ponude Toskane. Prekrasna toskanska priroda pruža brojne mogućnosti za aktivnosti na otvorenom, uključujući planinarenje, biciklizam i jahanje, dok termalni izvori poput terme di Saturnia, terme di Casciana i terme di Petriolo pružaju opuštajuće wellness iskustvo.

Kroz sve navedene oblike turizma, Toskana ostaje jedna od najpoželjnijih turističkih destinacija u svijetu. Međutim, kako bi se osiguralo održivo upravljanje turizmom u regiji, ključno je usmjeriti se na očuvanje kulturnog naslijeđa, zaštitu prirodnih resursa i poticanje uravnoteženog razvoja turizma. Daljnje istraživanje i implementacija strategija koje promiču održivost bit će od presudne važnosti za dugoročni prosperitet turističke

industrije u Toskani, omogućujući posjetiteljima da i dalje uživaju u bogatstvu i raznolikosti ove prekrasne regije.

Navedena hipoteza rada glasila je: Uvođenje selektivnih oblika turizma u turističku ponudu regije Toskana doprinosi diverzifikaciji turističke ponude, povećava konkurentnost destinacije na tržištu te potiče održivi razvoj turizma u regiji.

Analizom provedenog istraživanja može se zaključiti da je hipoteza rada potvrđena. Naime, istraživanje je pokazalo da uvođenje selektivnih oblika turizma poput kulturnog, gastronomskog, enoturizma, outdoor i termalnog turizma u turističku ponudu Toskane zaista doprinosi diverzifikaciji turističke ponude. Raznolikost ponude omogućuje turistima da biraju između različitih iskustava, prilagođavajući svoje putovanje vlastitim preferencijama i interesima.

Povećanje konkurentnosti destinacije na tržištu također je potvrđeno kroz istraživanje. Uvođenje novih i inovativnih turističkih proizvoda kao što su društveni muzeji, gastronomski festivali i termalni wellness centri, privlači veći broj turista i pozicionira Toskanu kao poželjnu destinaciju među konkurentima na tržištu turizma.

Što se tiče poticanja održivog razvoja turizma u regiji, istraživanje je pokazalo da selektivni oblici turizma često imaju manji utjecaj na okoliš i lokalnu zajednicu u usporedbi s masovnim turizmom. Primjerice, enoturizam i outdoor aktivnosti promiču očuvanje prirodnih resursa, dok kulturni turizam potiče očuvanje kulturnog naslijeđa. Time se ostvaruje ravnoteža između ekonomske koristi i očuvanja okoliša te društvenog i kulturnog identiteta regije.

Svrha rada, koja je bila pridonijeti razumijevanju i promicanju bogatstva i autentičnosti turističke ponude Toskane, također je ispunjena. Kroz analitički pregled povijesti, sadašnjosti i inovacija u turizmu Toskane, rad je pružio dublje razumijevanje regije kao turističke destinacije. Istaknuo je izazove i prilike za daljnji razvoj turizma, potičući raspravu o održivosti turizma i promicanju autentičnih turističkih iskustava.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Čavlek, N., Matečić, I., i Hodak, D., *Pokretači inovacija u turizmu: neki teoretski i praktični aspekti*, Zagreb, Ekonomski fakultet, 2010.
2. Charters, S., i Ali-Knight, J., *Who is the wine tourist*, Tourism management, 2002.
3. Dujmović, M., *Kultura turizma*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2014.
4. Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Split, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011.
5. Geić, S., Geić, J., i Čmrlec, A., *Zdravstveni turizam egzistencijalna potreba u suvremenom društvu*, Split, Sveučilište u Splitu, 2010.
6. Grgorović, G., *Kulturni turizam i europski gradovi kulture*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2010.
7. Gržinić, J., *Turizam i razvoj – rasprava o globalnim izazovima*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2018.
8. Gržinić, J., i Bevanda, V., *Suvremeni trendovi u turizmu*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile, 2014.
9. Huddart, D., i Stott, T., *Outdoor recreation: Environmental impacts and management*, Springer Nature Switzerland AG., 2019.
10. Jadrešić, V., *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i praksi*, Zagreb, Školska knjiga, 2001.
11. Jelinčić, D., *Turizam vs. Identitet*, Zagreb, Etnografski muzej, 2006.
12. Lungan, A., *Turismul rural in regiunea Toscana*, Bukurešt, Geografski fakultet u Bukureštu, 2016.
13. Pančić Kombol, T., *Selektivni turizam*, Matulji, TMCP Sagena, 2000.
14. Petitjean, B., *Sustaining thermal water in early moder Tuscany*, World Historic Connected, 2021.
15. Tešić, A., *Italijanska kuhinja*, Nikšić, JU Prva srednja stručna škola, 2014.
16. Žderić, I., *Firenca i Toskana*, Zagreb, Profil Knjiga d.o.o., 2016.

Internetski izvori:

1. Anita Villas, *Turismo Enogastronomico in Toscana: le tappe imperdibili*, 2023, <https://www.anitavillas.it>, (pristupljeno 27. ožujak 2024.).
2. Agriturismo.it, *Wine Routes in Tuscany*, 2024, <https://www.agriturismo.it/en/extra/wine-routes-in-tuscany-1324>, (pristupljeno 02. ožujak 2024.).
3. Citta di Firenze, *Museo di palazzo Vecchio*, 2024, <https://cultura.comune.fi.it/pagina/musei-civici-fiorentini/museo-di-palazzo-vecchio>, (pristupljeno 27. ožujak 2024.).
4. HGK – Hrvatska gospodarska komora, *Turističke usluge aktivnog i pustolovnog turizma – popis aktivnosti i potrebnih uvjerenja ili certifikata*, 2023, <https://www.hgk.hr/turisticke-usluge-aktivnog-i-pustolovnog-turizma-popis-aktivnosti>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).
5. Interreg Europe, *The role of innovation in the Tuscany Region*, 2016, https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/FRI_ms%20CD-ETA.pdf, (pristupljeno 18. veljače 2024.).
6. La Torre, *Terme di Casciana*, 2024, <https://www.latorre.farm/post/terme-di-casciana>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).
7. Marchesi Antinori, *La famiglia Antinori*, 2024, <https://www.antinori.it/it/>, (pristupljeno 25. ožujak 2024.).
8. Maremma Toscana, *Saturnia Spa*, 2024, <https://maremma-toscana.com/en/spa-and-wellness/saturnia-spa/>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).
9. Pomona dal 1890, *Fattoria Pomona*, 2024, <https://fattoriapomona.it/en/>, (pristupljeno 02. ožujak 2024.).
10. Proleksis Enciklopedija, *Kulturni identitet*, 2012, <https://proleksis.lzmk.hr/511/>, (pristupljeno 18. veljače 2024.).
11. Rockonda, *The Lima Valley*, 2024, <https://www.rockonda.it/en/weekend-lima-valley-tuscany/>, (pristupljeno 28. ožujak 2024.).

12. UNESCO, Historic Centre of San Gimignano, 2024,
<https://whc.unesco.org/en/list/550/>, (pristupljeno 18. veljače 2024.).
13. Unesco, World Heritage Convention, Val d'Orcia, 2004,
<https://whc.unesco.org/en/list/1026/>, (pristupljeno 31. ožujak 2024.).
14. Val delle Corti, valdellecorti, 2023, <https://www.valdellecorti.it/en/i-vigneti.html>,
(pristupljeno 02. ožujak 2024.).
15. Visittuscany.com, Terme di Petriolo, 2024,
<https://www.visittuscany.com/it/attrazioni/terme-di-petriolo/>, (pristupljeno 31.
ožujak 2024.).

POPIS PRILOGA

Slika 1: Regija Chianti (<https://www.italia.it>, pristupljeno 18. veljače 2024.)

Slika 2: Firentinska katedrala (<https://hr.advisor.travel>, pristupljeno 18. veljače 2024.)

Slika 3: Ponte Vecchio (<https://www.thrillophilia.com>, pristupljeno 18. veljače 2024.)

Slika 4: Piazza del Campo (<https://www.italia.it>, pristupljeno 18. veljače 2024.)

Slika 5: Torre Pendente ili Kosi toranj (<https://travel.thewom.it>, pristupljeno 18. veljače 2024.)

Slika 6: San Gimignano (<https://italy4real.com>, pristupljeno 18. veljače 2024.)

Slika 7: Galerija i muzej Uffizi (<https://www.cntraveler.com>, pristupljeno 20. veljače 2024.)

Slika 8: Palača Pitti (<https://www.cntraveler.com>, pristupljeno 20. veljače 2024.)

Slika 9: Palača Vecchio (<https://www.toscana.info>, pristupljeno 27. ožujak 2024.)

Slika 10: Bistecca alla fiorentina (<https://boccanegra.com>, pristupljeno 27. ožujak 2024.)

Slika 11: Cinta Senese (<https://www.anitavillas.it>, pristupljeno 27. ožujak 2024.)

Slika 12: Bijeli tartuf: Tuber Magnatum Pico (<https://pietroandpietro.com>, pristupljeno 27. ožujak 2024.)

Slika 13: Strada dell'Olio dei Monti Pisani (<https://www.terredipisa.it>, pristupljeno 27. ožujak 2024.)

Slika 14: Terre di Arezzo (<https://www.thewolfpost.com/archives/26201>, pristupljeno 02. ožujak 2024.)

Slika 15: Vinarija obitelji Antinori izgrađena 2012. godine (<https://plavakamenica.hr>, pristupljeno 02. ožujak 2024.)

Slika 16: Kajaking, otok Elba (<https://www.getyourguide.co.uk>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 17: Planina Monte Capanne (<https://www.virtualelba.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 18: Val di Lima (<https://cliff-jumping-val-di-lima9.webnode.it>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 19: Izlet quadom, Val di Lima (<https://www.valdilimaoffroad.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 20: Planina Pratofiorito (<https://www.borntotrek.it>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 21: Balon na vrući zrak, Val d'Orcia (<https://www.firenzemongolfiere.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 22: Terme di Saturnia (<https://maremma-toscana.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 23: Terme di Casciana (<https://www.latorre.farm>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 24: Villa Borri (<https://www.termedicasciana.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

Slika 25: Termalne vode Petriolo (<http://casavacanze.poderesantapia.com>, pristupljeno 31. ožujak 2024.)

SAŽETAK

Ovo istraživanje fokusira se na Toskanu kao ključnu turističku destinaciju, istražujući evoluciju njezinog kulturnog identiteta, trendove i promjene kroz povijest. Kroz analizu povijesnih gradova poput Firence, Siene, Pise i San Gimignano, istražuje se kako su ti gradovi oblikovali toskanski identitet.

Nadalje, istražuju se trendovi u turizmu kroz desetljeća, s posebnim naglaskom na tradicionalne i nove aspekte turizma te inovacije poput društvenih muzeja i pametnog turizma.

Istraživanje također obuhvaća selektivne oblike turizma poput kulturnog, gastronomskog, enoturizma, outdoor i termalnog turizma, pružajući detaljan uvid u ključne atrakcije i destinacije. Kroz ovaj rad, otkriva se široka i raznolika ponuda Toskane te kako se ona prilagođava promjenama i zahtjevima suvremenog turizma.

SUMMARY

This research focuses on Tuscany as a key tourist destination, exploring the evolution of its cultural identity, trends, and changes throughout history. Through the analysis of historical cities such as Florence, Siena, Pisa, and San Gimignano, the study examines how these cities have shaped the Tuscany identity.

Furthermore, it investigates tourism trends over decades, with a particular emphasis on traditional and new aspects of tourism, as well as innovations such as social museums and smart tourism.

The research also encompasses selective forms of tourism such as cultural, gastronomic, wine, outdoor, and thermal tourism, providing a detailed insight into key attractions and destinations. Through this work, a broad and diverse range of Tuscany offerings is revealed, along with how it adapts to the changes and demands of modern tourism.