Uloga gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi Istre

Čatić, Irena

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:231204

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-18**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

IRENA ČATIĆ

ULOGA GASTORNOMSKIH MANIFESTACIJA U TURISTIČKOJ PONUDI ISTRE

Diplomski rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

IRENA ČATIĆ

ULOGA GASTRONOMSKIH MANIFESTACIJA U TURISTIČKOJ PONUDI ISTRE

Diplomski rad

JMBAG: 0303003955**,** redovita studentica

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija

Mentor: prof. dr. sc. Danijela Križman Pavlović

Sumentor: dr. sc. Klara Trošt Lesić

Pula, prosinac 2016.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student

_____

U Puli, 15. prosinca 2016.

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Irena Čatić dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom „Uloga gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi Istre“ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

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

U Puli, 15. prosinca 2016.

Potpis

_____

Sadržaj

1. UVOD 1
1.1 Problem, predmet i objekt istraživanja 1
1.2 Ciljevi istraživanja 1
1.3 Metode istraživanja 2
1.4 Struktura rada 4
2. MENADŽMENT MANIFESTACIJA 6
2.1 Metode mjerenja manifestacija 13
2.2 Profil posjetitelja 15
2.3 Učinci manifestacija 15
2.3.1 Ekonomski učinci manifestacija 16
2.3.2 Društveni učinci manifestacija 17
2.3.3 Okolišni učinci manifestacija 19
2.4 Modeli i metode evaluacije učinaka manifestacija 20
3. KULTURNE MANIFESTACIJE 24
3.1 Kulturni turizam i kulturne manifestacije 24
3.2 Eno gastronomija kao oblik selektivnog kulturnog turizma 27
3.3 Razvitak kulinarstva kroz povijest 30
3.4 Gastronomske karakteristike Istre 31
3.5 Barijere u gastronomskom turizmu 34
3.5.1 Higijena i zdravlje 34
3.5.2 Lokalne prehrambene navike i ponašanje za stolom 36
3.5.3 Problemi u komunikaciji 36
4. ULOGA GASTRONOMSKIH MANIFESTACIJA U TURISTIČKOJ PONUDI ISTRE S POSEBNIM OSVRTOM NA GASTRONOMSKU MANIFESTACIJU „PAZI ŠTO JEDEŠ“ 38
4.1 Gastronomski turizam u Istri 38
4.2 Poslovni slučaj – gastronomska manifestacija „Pazi što jedeš“ 47

4.2.1 Analiza gastronomske manifestacije „Pazi što jedeš 2016“ 52
4.2.1.1 Analiza anketa za posjetitelje 52
4.2.1.2 Analiza anketa za izlagače 61
5. ZAKLJUČAK 66
LITERATURA 68
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA 70
SAŽETAK 72

1. UVOD

1.1 Problem, predmet i objekt istraživanja

Istra s turistički razvijenom obalom i zelenom unutrašnjosti, nudi brojne kulturno-povijesne i prirodne znamenitosti. No, Istra krije i pravo bogatstvo okusa. Istarska gastronomija vjeran je odraz povijesnih, zemljopisnih i klimatskih značajki poluotoka te rezultat ispreplitanja raznih tradicija s pučkom kuhinjom baziranom na samoniklom bilju, aromatičnim začinima, sezonskom povrću, plodovima mora, maslinovom ulju. Zahvaljujući tome na području Istre organizirane su brojne gastronomske manifestacije kojima se želi prenijeti tradicija kuhanja. Međutim, i dalje ova vrsta manifestacije nije dovoljno razvijena te manifestacije koje se održavaju nisu dovoljno promovirane i poznate domicilnom stanovništvu.

Objekt ovog istraživanja su gastronomske manifestacije na području Istre, dok je predmet istraživanja odabrana gastronomska manifestacija „Pazi što jedeš“. Problem istraživanja promatra se kroz istraživanje razvoja gastronomskog turizma na području Istre, te kroz analizu gastronomskih manifestacija s posebnim naglaskom na odabranu manifestaciju. Istraživačko pitanje, ali i razlog odabira ove manifestacije je da se analizira koliko se zaista prenosi poruka zdrave i tradicionalne prehrane na posjetitelje, te koliko su ljudi općenito upoznati sa istarskom gastronomijom i manifestacijama.

1.2 Ciljevi istraživanja

Glavni cilj ovog diplomskog rada je pokazati kako gastronomske manifestacije utječu na turističku ponudu Istre, te koja je njihova uloga. Ostali ciljevi su:

- razumijevanje menadžmenta manifestacija, definiranje pojma manifestacija i njihovih karakteristika,

- utvrđivanje i razumijevanje učinaka na manifestaciju, te metode i modele evaluacije,
- istraživanje teorijskih odrednica kulturnog turizma, kulturnih manifestacija i enogastronomije kroz:
    - povijest kulinarstva,
    - istraživanje gastronomije u Istri,
    - analizu mogućih barijera u gastronomskom turizmu,
- istraživanje i sistematizacija gastronomskog turizma i gastronomskih manifestacija u Istri,
- istraživanje i analiziranje gastronomskih manifestacija s naglaskom na manifestaciju „Pazi što jedeš“:
    - analiza mišljenja posjetitelja i izlagača o potrebi gastronomskih manifestacija,
    - istražiti što Istra kao gastronomska destinacija nudi.

1.3 Metode istraživanja

U ovome radu korištene su metode kompilacije (postupak preuzimanja tuđih stavova, opažanja i zaključaka), statističke metode (obrada rezultata prikupljenih istraživanjem) i metoda anketiranja (na temelju anketnih upitnika istražuju se i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja).

Za potrebe istraživanja ovoga rada sastavljene su dvije vrste anketa, za posjetitelje i izlagače odabrane manifestacije „Pazi što jedeš“. Ovim anketama se htjelo analizirati koliko su zaista poznate i posjećene gastronomske manifestacije na području Istre, te utvrditi zadovoljstvo posjetitelja spomenutom manifestacijom. U anketi za posjetitelje na samome početku se htjelo saznati koji su bili izvori informiranja, motivi dolaska na manifestaciju, s kime su došli, te koliko je puta osoba do sada posjetila manifestaciju. Nadalje, htjela se procijeniti potrošnja na manifestaciji i saznati koje su sve proizvode posjetitelji kupovali. Nakon toga posjetitelji su trebali ocijeniti svoju razinu zadovoljstva sa pojedinim dijelovima manifestacije i organizacijskim aspektima manifestacije, te ocijeniti u kojoj se mjeri slažu sa danim tvrdnjama (da li je manifestacija vrijedila potrošenog vremena, novca,

truda, da li je manifestacija ponudila više vrijednosti u usporedbi sa ostalim gastro manifestacijama, te da li će pričati pozitivno o manifestaciji, da li će ju preporučiti i ponovo posjetiti). Na kraju ankete dana su pitanja koja se tiču profila posjetitelja (spol, dob, stupanj obrazovanja, mjesto/država i zanimanje posjetitelja), te su mogli ostaviti komentar.

Anketa za izlagača sastojala se od pitanja kojima se htjelo saznati da li su do sada sudjelovali na manifestaciji „Pazi što jedeš“ i ukoliko jesu koliko puta, te da li su sudjelovali na nekoj sličnoj gastro manifestaciji i kojoj. U sljedećim pitanjima od izlagača se tražilo da ocijene koliko važnim smatraju sudjelovanje na manifestaciji, koliko su im važne navedene informacije o manifestaciji te koji su razlozi važni kod donošenja odluka o izlaganju na manifestaciji. Od njih se tražilo da se izjasne ukoliko su imali problema sa organizatorima manifestacije, Etnografskim muzejom Istre i udrugom Istarski eko proizvod, te ukoliko su imali kakvih problema da pojasne koji su to problemi. Na kraju su dana pitanja vezano uz profil posjetitelja (dob, spol, stupanj obrazovanja), te su mogli ostaviti komentar, odnosno prijedloge, kritike ili pohvale. Svrha obje ankete je da se analizira i procijeni koja skupina ljudi posjećuje ovu, ali i ostale gastro manifestacije, da li su zadovoljni manifestacijom, te koliko su one zaista bitne i da li je zdrava i tradicionalna prehrana zastupljena.

Ostale metode koje su korištene u ovome radu jesu induktivna metoda (koja omogućuje da se na temelju pojedinačnih činjenica i saznanja, dolazi do uopćavanja i formiranja zakonitosti, odnosno spoznaje novih činjenica i novih zakonitosti), deduktivna metoda (omogućuje da se na temelju općih logičkih obilježja između pojmova, izvode pojedini zaključci odnosno otkriju spoznaje ili dokažu nove činjenice), metoda eksplanacije (objašnjavanje osnovnih pojmova), metoda deskripcije (postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica i procesa) i analiza važnosti izvedbe (Importance performance analysis – dio marketinških istraživanja koja uključuje analizu stavova kupaca prema glavnom proizvodu, u ovom slučaju prema manifestaciji. Ovom analizom se želi vidjeti koliko je proizvod važan za kupca.).

1.4 Struktura rada

Tema ovog diplomskog rada je „Uloga gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi Istre“ i rad je podijeljen na pet poglavlja uključujući uvod i zaključak. U uvodu su obrazloženi problem, objekt i predmet istraživanja, određena je svrha i ciljevi istraživanja, ukratko su opisane metode koje su korištene u ovome radu, te je prikazana struktura rada.

U drugome poglavlju biti će govora o menadžmentu manifestacija što je i naslov poglavlja. Objasniti će se što su to manifestacije, koja je njihova uloga, karakteristike manifestacija, te vrste. Nakon toga analizirati će se mogući učinci na manifestaciju i metode mjerenja. Objasniti će se ekonomski, okolišni i društveni učinci na manifestaciju i lokalnu zajednicu, dati će se osvrt na profil posjetitelja, te modele i metode evaluacije.

U sljedećem poglavlju, trećem, pod nazivom „Kulturne manifestacije“ objasniti će se pojam kulturnog turizma, pojam kulturnih manifestacija i njihove vrste, te će nakon toga biti riječi o eno-gastronomiji i kulinarskom turizmu koje ćemo detaljnije analizirati. Također, objasniti će se povijest kulinarstva, te će biti nabrojane gastronomske karakteristike Istre. Kao zadnja stavka u ovom poglavlju, dati će se osvrt na moguće barijere u gastronomskom turizmu kao što su higijena i zdravlje, lokalne prehrambene navike i ponašanje za stolom, te problemi u komunikaciji.

U četvrtom poglavlju pod nazivom „Uloga gastronomskih manifestacija u turističkoj ponudi Istre s posebnim naglaskom na gastronomsku manifestaciju Pazi što jedeš“ biti će riječi o gastronomskom turizmu u Istri, te će se objasniti zašto su gastronomske manifestacije bitne za Istru i koja je njihova uloga, te će se nabrojati neke od važnijih gastronomskih manifestacija. Budući da ih na Istarskom području ima mnogo jer je Istra poznata po tim manifestacijama, biti će nabrojano nekoliko njih za koje je autorica smatrala da su bitne te će biti ukratko analizirane.

Nadalje će se pisati o gastronomskoj manifestaciji „Pazi što jedeš“ koju je autorica odabrala kao primjer. Objasniti će se kakva je to manifestacija, od čega se ona sastoji, te koliko godina postoji. Opisati će se ovogodišnja manifestacija, te će se na kraju dati rezultati anketiranja posjetitelja i izlagača na manifestaciji čiji je cilj bio

na odabranome primjeru istražiti koliko su gastronomske manifestacije zastupljene i poznate u Istri.

Na samome kraju dati će se zaključak na cjelokupni rad te razmatranja i rezultati istraživanja, te će biti nabrojana literatura, popis slika, tablica i grafova.

2. MENADŽMENT MANIFESTACIJA

Ljudi su oduvijek nalazili načine kako da obilježe najvažnije događaje u svome životu. Oduvijek su imali potrebu obilježavati važne događaje i slaviti ih, kako u privatnom tako i u poslovnom životu. Već tisuću godina postoje razni oblici i vrste događaja, od sportskih skupova, sportskih natjecanja do religioznih slavlja.

Prema Getzu (2005.) „Događaji su temeljno i neophodno ljudsko iskustvo koje je ukorijenjeno u kulturi i istovremeno nam pomažu definirati našu civilizaciju“. Putem manifestacija kao posebnog događaja obilježava se jedinstveni trenutak u vremenu s ceremonijom i ritualom, kako bi se zadovoljile posebne potrebe.

Manifestacijama se obilježavaju dani koji predstavljaju nešto posebno za društvo, dana kojima se društvo želi senzibilizirati za:

- društvene probleme (16. ožujka – Dan borbe protiv rasne diskriminacije),
- prirodnu vrijednost (22. travnja – Dan planeta Zemlje),
- bolest ili ovisnost (1. travnja – Dan borbe protiv alkoholizma, 28. Rujna – Svjetski dan gluhih),
- ali i kojima se želi osvijestiti društvo o pozitivnim stranama života koje se katkad uzimaju zdravo za gotovo (4. svibnja – Svjetski dan smijeha, 5. kolovoza – Međunarodni dan prijateljstva). [1]

Manifestacije se vežu za neki događaj iz prošlosti ili se koriste za interpretacije povijesti, pa čak i geografije.

Karakteristike manifestacija:[2]

- kratkotrajnost,
- jedinstvenost,
- radno-intenzivni projekti,
- neopipljivost,
- fleksibilnost,

[1] Trošt Lesić, K.: *Definicija festivala i manifestacija*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
[2] Trošt Lesić, K.: *Definicija festivala i manifestacija*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

- složenost i neizvjesnost – u svrhu kvantificiranja organizacijske složenosti, korišteno je više razina složenosti, od individualne do multinacionalne razine.

Najčešće se radi o jedinstvenom životnom iskustvu i obično su manifestacije skupe, te se održavaju u kratkom vremenskom razdoblju. Manifestacije iziskuju dugotrajno i pažljivo planiranje, te se obično održavaju samo jednom (iako se mnoga održavaju svake godine i najčešće u isto vrijeme). One podrazumijevaju visoki rizik, osobito financijske i sigurnosne naravi. Svi dionici uključeni u događaj, pa i organizacijski tim, puno toga stavljaju na kocku. Ova zadnja karakteristika je ključna, budući da svatko tko sudjeluje na manifestaciji želi se prikazati u najboljem svijetlu.

Turističke funkcije manifestacija:

- proširenje turističkog tržišta manifestacije,
- produženje boravka turista u destinaciji,
- izgradnja imidža destinacije,
- omogućavanje bolje promocije destinacije,
- elementa privlačenja investicija u destinaciju,
- te elementa atrakcije i animacije u destinaciji.

Društvene funkcije manifestacija:[3]

- valoriziraju lokalnu kulturu, tradiciju i običaje,
- osiguravaju zabavu i rekreaciju sudionika,
- društvenu koheziju,
- kulturni i društveni napredak.

Pojam „festival“ koristi se već više od stotinu godina i može se koristiti kao naziv za više različitih događaja. Prema Bowdinu (2004.) „Festival je tradicionalno vrijeme slavlja, opuštanja i oporavka koje je često slijedilo nakon razdoblja teškog fizičkog rada, sjetve i žetve“.

[3] Trošt Lesić, K.: *Definicija festivala i manifestacija*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

Posebne događaje prema Getzu (2005.) možemo definirati na dva načina. Jedan se definira sa stajališta gosta odnosno posjetitelja, a drugi sa stajališta organizatora događaja. „Posebni događaj je jednokratni ili događaj koji se rijetko organizira van normalnih programa. Za gosta ili posjetitelja posebni događaj je prilika za odmor, socijalno ili kulturno iskustvo koje se nalazi van uobičajenih ili svakidašnjih iskustava."

Cijela globalna industrija festivala i događaja razvila se kroz godine i to od ranih 90-tih godina. S fenomenom rasta i s povećanom svijesti i izborom potrošača dolazi do potrebe u industriji za sektorom koji će djelovati učinkovito kako bi se osigurao kontinuirani rast i razvoj u budućnosti. Menadžment manifestacija je brzo rastuće profesionalno područje, u kojem turisti i turističke destinacije stvaraju potencijalno tržište, te oni postaju osnovni dionici u tom procesu. Menadžment događaja obuhvaća planiranje i produkciju svih vrsta događaja, uključujući sastanke, konvencije, izložbe, festivale i drugih kulturnih slavlja, sportskih natjecanja, zabavnih događaja, privatnih, i mnogih drugih specijalnih događaja.[4]

Diljem svijeta, industrija manifestacija bilježi najveći rast i razvoj u turističkom gospodarskom sustavu. Goldblatt (2000.) spominje četiri glavne točke koje su utjecale na povećanje broja industrija manifestacija. Prva točka povezana je sa povećanjem svjetske populacije, a druga je povezana sa napretkom tehnologije koja je dovela do toga da pojedinci traže veće iskustvo s ciljem usklađivanja utjecaja tehnologije na njihove živote. Treća točka odnosi se na priljev prihoda, koja se u prosjeku više ograničila na mlađe sudionike događaja nego na starije sudionike. Zadnja i četvrta točka usko je povezana s prihodima, radnim mjestom i slobodnim vremenom. Ove četiri glavne točke: starenje, tehnologija, prihodi i vrijeme dramatično su utjecali na rast potražnje za širi spektar zbivanja u svijetu. Dodatni dokazi o rastu i širenju sektora manifestacija možemo naći u objavljenim znanstvenim i stručnim člancima, na znanstvenim skupovima, na radionicama koji obrađuju tu temu, te u turističkim destinacijama u kojima se te manifestacije održavaju.[5]

[4] Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia), 296.str.
[5] Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia), 297.str.

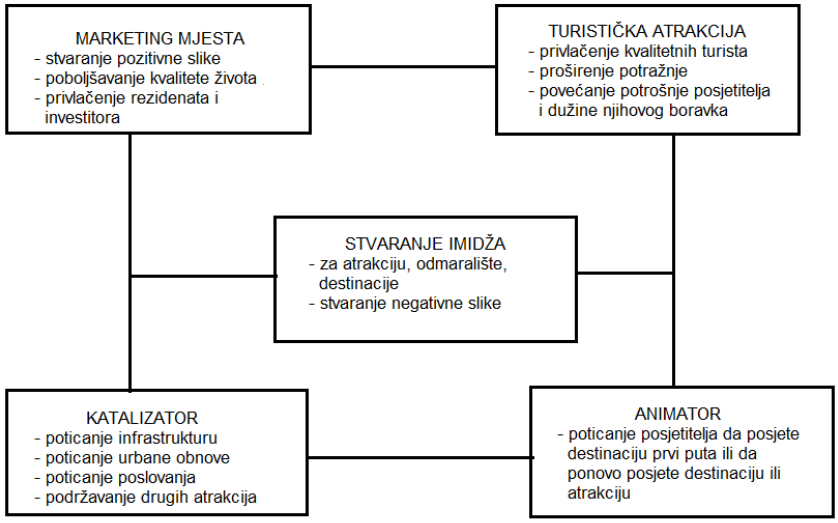
Koncept turizma manifestacija nije bio u širokoj upotrebi sve do kraja 80-ih godina, kada je turistički ured Novog Zelanda prvi put objavio ovaj pojam, kao značajan i brzo rastući segment međunarodnog turizma, a nakon toga je okvir za planiranje ove vrste turizma razvijen. Stoga nije začuđujuće, da je ova vrsta turizma zainteresirala mnoge znanstvenike te je ona postala novo područje istraživanja. Turizam manifestacija predstavlja sve oblike turističkog prometa motivirane od strane različitih događaja, kulturnog, znanstvenog, poslovnog, sportskog, zabavnog i sličnog karaktera i sadržaja.

Turizam događaja je termin koji se većinom koristi u literaturi turizma za opisivanje razvoja destinacije i marketinške strategije, te realizacije svih potencijalnih ekonomskih koristi od događaja i manifestacija. U ponudi turističke destinacije nudi se sve veći broj posebnih događaja, čija je izrada i provedba uvjetovana iz niza strateških razloga, koja je u prvom redu ekonomske prirode. Međutim, uloga događaja u destinaciji turističke ponude značajna je zbog svoje turističke, društvene i kulturne funkcije, kao i njena uloga u lokalnom i regionalnom razvoju. Funkcija turističke manifestacije očituje se kroz širenje na odredište turističkog tržišta, proširuju se turistička noćenja u mjestu, gradi se bolja slika destinacije, i time se omogućuje bolja promocija destinacije, privlače se investicije u destinaciju, kao element privlačnosti i animacije u destinaciji.[6]

Pomoću događaja, u isto vrijeme, lokalne kulture, tradicije i običaji ocjenjuju se, sudionici zabave i rekreacije su osigurani, društveni su povezani, vidi se napredak sa kulturnog i socijalnog stajališta, te dolazi do ruralne revitalizacije. Prema Lawrencu (2002.) takvi događaji korisni su za jačanje slabe zajednice na određenom mjestu, te također pomažu kod ujedinjenja i poboljšanja zajednice, povećava socijalno i kulturno razumijevanje, te podiže samopouzdanje i identitet zajednice. Slika 1 pokazuje glavne ekonomske i turističke uloge događaja.

[6] Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia), 297.str.

Slika 1. Ekonomske i turističke uloge događaja



Izvor: Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region (Croatia)

Na slici 1. možemo vidjeti kako turistička atrakcija privlači kvalitetne turiste, proširuje ponudu i potražnju, te povećava potrošnju posjetitelja i dužinu njihovog boravka. Animatori potiču posjetitelje da posjete destinaciju prvi puta ili da ponovo posjete destinaciju ili atrakciju. Katalizatori potiču izgradnju infrastrukture, potiču urbanu obnovu, potiču poslovanje i trgovinu, te podržavaju druge atrakcije. Marketing mjesta stvara pozitivnu sliku mjesta, poboljšava kvalitetu života i privlači investitore i posjetitelje. Sve ove četiri stavke utječu na sliku destinacije, atrakcije ili odmarališta, stvaraju dobru ili lošu sliku, ovisno o tome kako ih se iskoristi.

Svi događaji/manifestacije stvorene su radi neke svrhe i postoje različite vrste i veličine događaja. Razlikujemo četiri temeljne kategorije događaja. Prva kategorija događaja sastoji se od kulturnih slavlja (karnevali, festivali, vjerske manifestacije, pučke proslave), političkih i državnih događaja (kraljevske manifestacije, politički događaji, VIP posjeti), te umjetnički i zabavni događaji (koncerti, predstave, izložbe). Druga kategorija sastoji se od poslovnih i prodajnih događaja (sastanci, konvencije, prezentacije, sajmovi), te obrazovni i znanstveni događaji (konferencije, seminari,

konzultacije). Treća kategorija uključuje sportske i rekreativne događaje (profesionalna/amaterska natjecanja, zabavne igre), dok se posljednja kategorija sastoji od privatnih događaja (vjenčanja, zabave, druženja).

Neki događaji posvećeni su javnim proslavama, a obično se sastoje od širokog i raznolikog programa, koji pokušava njegovati civilni ponos i zajedništvo, dok su drugi planirani za potrebe natjecanja, uživanja, zabave, posla i druženja. Prema Van Der Walgenu i Carlosu (2008) događaje i posebne događaje karakteriziramo po veličini, a to su mega događaji, regionalni događaji, važni događaji i manji događaji.

Mega događaji najveći su događaji koji su usmjereni prema međunarodnom tržištu i imaju međunarodni karakter. Kao primjere možemo uzeti Olimpijske igre, Svjetsko nogometno prvenstvo i Superbowl. Cilj regionalnih događaja je povećati turistički interes za određenu destinaciju, bilo to grad, turističko mjesto ili turističko središte. Za primjer možemo uzeti Motovun film festival, koji se održava u Motovunu. Koncept važnih događaja uključuje događaje od kojih destinacija ima financijske koristi, koja pobuđuje veliki interes zajednice i kojom se privlači veliki broj sudionika. Primjer je proslava Kineske Nove godine. Posljednja kategorija uključuje manje događaje lokalnog karaktera, koji se održavaju u gotovo svakom gradu i turističkim lokacijama u cijelome svijetu. Na takvim događajima, organizatori stječu iskustvo u organizaciji i radu s različitim povijesnim, kulturnim, glazbenim i drugim događajima.[7]

Sve do nedavno, mala je pozornost posvećena utjecajima koje događaji imaju na društvo i okoliš. Međutim, kako društvo počinje sve više shvaćati kakav utjecaj oni imaju, menadžment manifestacija se suočava sa izazovom da postanu odgovorniji u svom odlučivanju, kao i za generiranje rezultata koji su održivi. Ključni sudionici u poslovanju: organizatori, sponzori, lokalna samouprava i samouprava, posjetitelji i sudionici događaja, kao i lokalno stanovništvo imaju etičku i moralnu obvezu da događaj postane društveno, ekonomski i ekološki odgovorno, dok odgovorni i održivi događaji trebaju privući ekološki osviještene turiste. Cilj im je da stvore jedinstvenu, autentičnu, ekološki orijentiranu, visoko kvalitetni proizvod/destinaciju, koja će biti održiva na dugi rok.

[7] Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia), 298.-299.str.

Kao održivi događaji mogu se, također, definirati i događaji koji mogu trajati neograničeno bez nanošenja štete resursima, kao i događaji koji potiču pozitivne promjene u društvu i okolišu u kojem se odvijaju. Organizacije koje se suočavaju sa velikim izazovima kada je riječ o velikim događajima koje uključuju veliki broj posjetitelja, imaju ključnu ulogu u planiranju i organiziranju održivih događaja. Međutim, najveći izazov za održive događaje predstavljaju promjene u stavovima u smislu prevladavanja ekonomskih predrasuda koji su prisutni u području događaja. Da bi se prevladao ovaj izazov, organizatori i domaćini moraju razumjeti ekonomske koristi koje mogu biti rezultat usvajanja strategije održivosti.

U suvremenom kulturnom životu pod pojmom manifestacija označuju se:

- velike ili značajne priredbe, predstave kulturnog, sportskog i drugog karaktera, koje javnosti prikazuju i populariziraju određena dostignuća, uspjehe, ostvarenja (smotra);
- svečani dočeci, pozdravi (masovnim izlascima na ulice), koji se obično priređuju državnicima, vladarima itd.;
- povorke, mnoštvo ljudi koji na ulicama, skupovima javno demonstriraju, izražavaju podršku ili protest povodom određenih zbivanja i događaja ili u vezi s određenom osobom.

Dakle, postoje manifestacije političkog, religijskog, sportskog, kulturno-umjetničkog i drugih sadržaja. Prije nego što počnemo govoriti o suvremenim kulturno-umjetničkim manifestacijama spomenuti ćemo i upoznati oblike iz kojih su se razvile današnje manifestacije, a to su:[8]

- ciklične (sezonske) koje su vezane za ceremonije smjene godišnjih dobra (posebno za dolazak proljeća;
- agrarna slavlja – povodom poljskih radova (berbe, sjetve, žetve i sl.);
- kalendarske ceremonije – vjerske svečanosti, procesije i sl., vezane za određene datume.

[8] Šešić Dragićević, M., Stojković, B. (2013.): *Kultura-menadžment/animacija/marketing*, Kulturno informativni centar, Zagreb, 159.str.

Te vrste manifestacija i proslava nalaze se u tradicionalnim društvima i one postoje i danas, bilo kao modernizirane proslave uklopljene u turističku ponudu, bilo kao tradicionalne vjerske svečanosti.

Manifestacije i proslave u suvremenim društvima:[9]

- društveno-političke manifestacije i proslave vezane za povijesno-političke događaje;
- povijesne manifestacije vezane za obilježavanje povijesnih događaja značajnih u procesu formiranja nacionalnog identiteta i nacionalne svijesti: Sinjska alka, proslava 600 godina Kosovske bitke;
- kulturno-umjetničke manifestacije koje predstavljaju i vrednuju umjetnički rad i rezultate u jednoj sredini;
- komercijalne manifestacije – turističke, industrijske (sajmovi mode), zanatske (revije frizura) itd.;
- sportske manifestacije – kros, sportski miting, univerzijada, olimpijada itd.;
- lokalne manifestacije i proslave, redovne i obljetničke, seoskih i gradskih zajednica;
- intrainstitucionalna slavlja, proslave pojedinih institucija (škola, poduzeća);
- interpersonalna slavlja koja, iako najčešće nemaju javni karakter, predstavljaju karakterističan oblik druženja ljudi u suvremenim društvima; mogu biti obiteljska, kolegijalna i prijateljska (svadbe, ispraćaji u vojsku, kućne zabave itd.).

2.1 Metode mjerenja manifestacija

Kako bi se utvrdila uspješnost manifestacije prvo moramo identificirati i riješiti probleme, zatim bi trebalo utvrditi načine na koje se može unaprijediti upravljanje. Nakon toga treba utvrditi da li je manifestacija bila uspješna ili neuspješna, kao što bi trebalo usporediti troškove i koristi za manifestaciju. Trebalo bi utvrditi i izmjeriti utjecaje na manifestaciju, te utvrditi da li su sponzori i svi ostali koji financiraju

[9] Šešić Dragićević, M., Stojković, B. (2013.): *Kultura-menadžment/animacija/marketing*, Kulturno informativni centar, Zagreb, 160.str.

manifestaciju zadovoljni. Na kraju ukoliko je manifestacija zadovoljila sve ove uvjete znači da je prihvaćena, te je dobila kredibilitet i podršku.

Mjerenje uspješnosti manifestacije pomaže organizatorima manifestacije da uvide probleme koji su se pojavili tokom održavanja iste, da te probleme riješe, te da poboljšaju manifestaciju za sljedeću godinu. Time se nalaze novi načini kako zadovoljiti potrebe posjetitelja, kako zadržati stare posjetitelje i privući nove.

Modeli i tehnike mjerenja zadovoljstva gosta s ponuđenom manifestacijom su:[10]

- anketa,
- intervju i
- osobno promatranje.

Uspješnost manifestacija mjeri se i brojem posjetitelja te metodom prikupljanja podataka.

Specifični pokazatelji:

- ukupan broj posjetitelja,
- ukupan broj posjeta,
- vrijeme najveće posjećenosti.

Metode prikupljanja podataka:[11]

- prodane ulaznice (na zatvorenom mjestu),
- brojanje vozila (na otvorenom mjestu),
- procjena broja posjetitelja.

[10] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
[11] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

2.2 Profil posjetitelja

Kako bi procijenili da li je naša manifestacija bila uspješna potrebno je provesti anketu posjetitelja jer time možemo utvrditi koji su bili nedostaci, odnosno propuštanja, te što trebamo promijeniti kako bi sljedeće godine poboljšali manifestaciju.

Anketa se mora sastojati od profila posjetitelja (starost, spol, profesija, obrazovanje, prihodi), s kim su došli (obitelj, prijatelji, sami, organizirana grupa), veličina grupe (broj posjetitelja koji su došli zajedno), iz koje države/regije/grada su došli, ako su došli kao organizirana grupa pitati ih gdje su se smjestili, koliko noći će ostati, dio turističke grupe i koji transport su koristili.

Svakako u anketu treba uvrstiti pitanje o izvoru informacija vezano uz manifestaciju, razlog putovanja (u destinaciji, na manifestaciju, važnost manifestacije u odluci posjete, prva ili ponovna posjeta), koristi koje očekuju od manifestacije (doživljaji, aktivnosti, usluge i proizvodi), te koliko su zadovoljni sa manifestacijom (aspekti s kojima su zadovoljni/nezadovoljni, prijedlozi, namjera ponovne posjete).

Također trebamo saznati o aktivnosti na manifestaciji (prisustvovanje raznim aktivnostima), i o potrošnji na manifestaciji.

Osim anketiranja, zadovoljstvo posjetitelja možemo utvrditi i kutijom s prijedlozima, kao i sa promatranjem posjetitelja.

2.3 Učinci manifestacija

Manifestacije stvaraju pozitivne i negativne učinke na svaki dio društvene zajednice i destinacije koja je domaćin. Pozitivne učinke je potrebno razvijati, dok se negativni učinci trebaju nadzirati te je potrebno smanjivati njihove troškove.

Organizacija manifestacija izuzetna je prilika za isticanje kvaliteta i posebnosti destinacije, te izgradnja imidža za istu. Manifestacije čine destinaciju pristupačnijom, zabavnijom, privlače veliki broj posjetitelja, a oni koji se već nalaze u destinaciji produžuju svoj boravak.

Učinci na manifestaciju mogu biti ekonomski, društveni i okolišni, te ćemo ih u ovom poglavlju temeljnije obraditi.

2.3.1 Ekonomski učinci manifestacija

Ekonomski učinci na manifestacije su ukupna potrošnja posjetitelja (ukupan broj posjetitelja x prosječna potrošnja), profit, radna mjesta i makroekonomski učinci (multiplikator dohotka).

Ekonomski učinci manifestacije mogu biti pozitivni i negativni, te ih utvrđujemo anketiranjem posjetitelja, brojem posjetitelja, popunjenošću smještajnih kapaciteta, multiplikatorom prihoda i radnih mjesta te financijskim izvještajima.

Manifestacije unaprjeđuju poslovanje subjekata turističke ponude, širi se trgovina i prodaja proizvoda, posjetitelji više troše, te se time ostvaruje ekonomska korist destinacije. Postoji veća mogućnost zapošljavanja, privremenog ili stalnog, kroz sam događaj, ali i putem ugostiteljskih djelatnosti, i razvoj vještina zaposlenika. Razvija se industrija turizma, ostavština infrastrukture i objekata. Osim jačanja konkurentnosti i podizanja kvalitete ponude, manifestacije predstavljaju odličan publicitet i promociju destinacije, čime se širi potencijalno turističko tržište.[12]

Negativni učinci mogu biti nedovoljno korištenje infrastrukture, troškovi organiziranja manifestacija, loše upravljanje raspoloživim financijama te mogući gubici koji štete ugledu odredišta. Stoga je primarna briga organizatora da ne prekorači proračun i da pri tome ostvari dobit. Također tokom održavanja manifestacije može doći do porasta cijena proizvoda i usluga, jer ponuđači proizvoda i usluga žele ostvariti veću dobit, te time oštećuju domaćine, jer se povećavaju njihovi životni troškovi.[13]

[12] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
[13] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

Tablica 1. Pokazatelji ekonomskih učinaka manifestacija

Poslovni razvoj i mogućnost investiranja	Broj i vrsta poduzeća koje sudjeluju na manifestaciji
Promocija destinacije	Vrijednost (kn) izdvojena za promociju destinacije u raznim medijima
	Broj članaka, reklama na tv-u, radio postajama
	Broj posjeta novinara
Koristi i troškovi organiziranja manifestacije	Rast BDP-a
	Angažman ostalih djelatnosti prilikom održavanja manifestacije
	Potrošnja posjetitelja manifestacije
	Troškovi organiziranja manifestacije: uređenje prostora, hrana i piće, audio-vizualni sustav, osiguranje
Mogućnost zapošljavanja i razvoj vještina	Broj novootvorenih radnih mjesta
	Broj zaposlenih na puno radno vrijeme/pola radnog vremena
	Broj osoba uključenih u edukacije
Ostavština infrastrukture i objekata	Materijalna vrijednost novo izgrađene infrastrukture i objekta
	Korištenje infrastrukture i objekata

Izvor: Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

2.3.2 Društveni učinci manifestacija

Stavovi stanovnika, društveni razvoj, ponos, gubitak tradicije, buka, gužva, kriminal neke su od društvenih učinaka manifestacija. Kao i ekonomski učinci, tako i društveni mogu biti pozitivni i negativni, te se oni utvrđuju promatranjem, anketiranjem stanovnika, javnim skupovima i policijskim izvještajima.

Zajedničkim slavljenjem događaja, povećava se vrijednost zajednice i kvaliteta života stanovnika, paralelno s time raste njihov društveni ponos zajednice, te se poboljšava kvaliteta života stanovnika.

S druge strane, buka, prenatrpanost (zakrčenost), kriminal koji najviše vlada u to vrijeme, vandalizam i ostala nedolična ponašanja turista ometaju uobičajen način života stanovnika, ali i turista, odnosno posjetitelja destinacije (manifestacije). Zbog svega navedenog narušava se imidž turističke manifestacije i destinacije, te se time gubi autentičnost. Još jedan od negativnih učinaka može biti i kalendarsko preklapanje sa sličnim događanjima u okolnim mjestima.

Tablica 2. Pokazatelji društvenih učinaka manifestacija

Slavljenje vrijednosti zajednice	Osjećaj pripadnosti zajednici
	Odnos posjetitelja i domicilnog stanovništva
Ponos zajednice	Broj pozitivnih pisama sa dojmovima uredniku lokalnih novina
	Broj pozitivnih dojmova na Internet forumu
Kvaliteta života domicilnog stanovništva i posjetitelja	Obogaćivanje sadržaja za provođenje slobodnog vremena posjetitelja i domicilnog stanovništva
	Stvaranje/obnavljanje društvenih odnosa među posjetiteljima i rezidentima
	Eliminiranje arhitektonskih barijera za slobodno kretanje hendikepiranih osoba
	Informiranje domicilnog stanovništva o donošenju odluke o održavanju manifestacije
	Gubitak tradicionalnih vrijednosti
	Ometanje uobičajenog načina života domicilnog stanovništva
	Iskorištavanje i očuvanje tradicijske i kulturne baštine kao resursa u turističkoj ponudi
Štete ugledu destinacije	Pretrpanost, zakrčenost, buka
	Kriminal, vandalizam

Izvor: Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

2.3.3 Okolišni učinci manifestacija

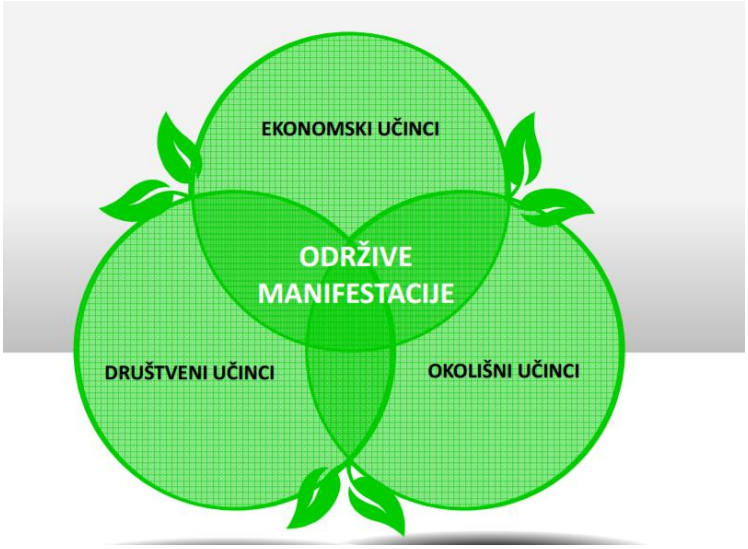
Ekološki učinci ogledaju se u zaštiti okoliša, zagađenje i gubljenje staništa. Pozitivni učinci mogu biti jačanje svijesti o značenju čistog i očuvanog okoliša, educirati posjetitelje o brizi za okoliš, dok se negativni učinci očituju u zagađenju okoliša, odnosno velikim količinama otpada koji nastaju tokom održavanja manifestacije.

Tablica 3. Pokazatelji okolišnih učinaka manifestacija

Jačanje svijesti o značenju čistog i očuvanog okoliša kao faktora privlačnosti za manifestacije	Broj održanih edukacija, broj polaznika, iznos potrošen za promociju
Edukacija i promocija ekoloških programa	Broj održanih ekoloških aktivnosti
Edukacija i promocija ekoloških programa	Broj održanih edukacija broj prolaznika, iznos potrošen za promociju ekoloških programa
Korištenje javnog prijevoza	Broj prodanih karata za dane održavanja manifestacije
Potrošnja papira	Kilogrami potrošenog papira na manifestaciji
Potrošnja električne energije i vode	kWh potrošene električne energije na manifestaciji
Potrošnja vode	Litre potrošene vode na manifestaciji
Stvaranje otpada	Kilogrami stvorenog otpada na manifestaciji

Izvor: Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

Slika 2. Održive manifestacije



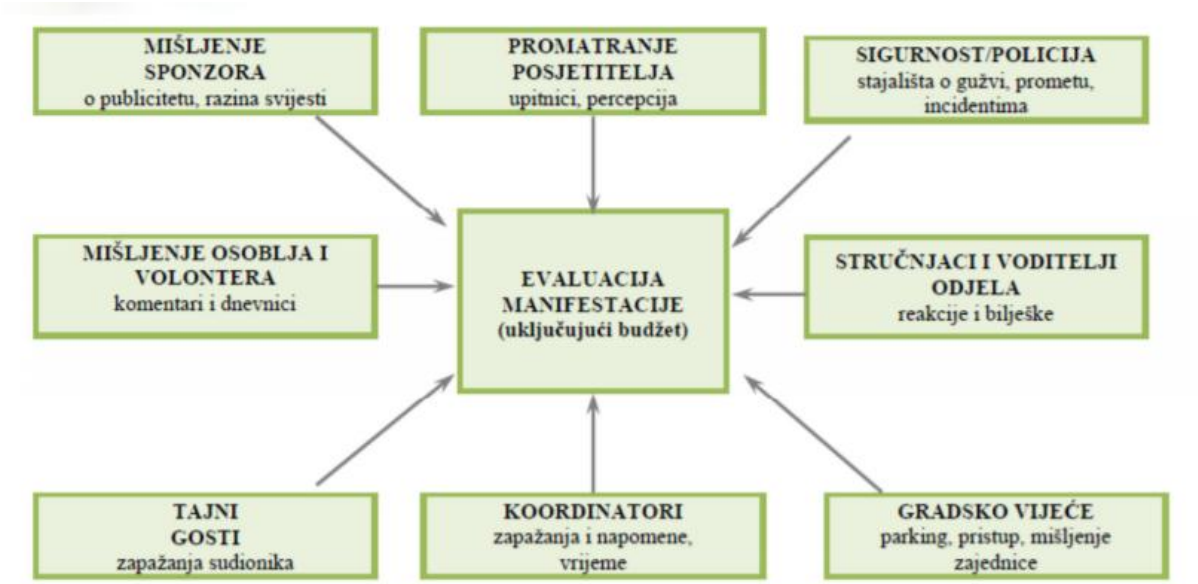
Izvor: Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

Na slici 2. možemo vidjeti da bi manifestacije bile održive sva tri navedena učinka, ekonomski, društveni i okolišni se moraju ispreplitati i moraju biti ostvareni.

2.4 Modeli i metode evaluacije učinaka manifestacija

Nakon svake odrađene manifestacije slijedi evaluacija učinaka manifestacije. Postoje mnogi izvori za evaluaciju manifestacija, a najbitnija su nam mišljenja svih uključenih sudionika.

Slika 3. Izvori informacija za evaluaciju manifestacija



Izvor: Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

Svaki od gore navedenih (slika 3.) nam može izraziti svoje mišljenje te time pomoći u poboljšanju manifestacije za sljedeću godinu. Sponzori nam mogu reći što misle o publicitetu, da li je manifestacija dovoljno promovirana, te kolika je razina svijesti posjetitelja. Možemo promatrati posjetitelje ili anketirati te time dobiti potrebne odgovore. Mišljenje osoblja organizacije, stručnjaka, voditelja odjela i volontera je vrlo bitno i oni mogu voditi dnevnik sa komentarima, pisati razne bilješke, te pratiti reakcije vezano uz uspješnost manifestacije. Možemo dobiti sve potrebne informacije o stajalištu u prometu, kakav je bio pristup parkingu, kakva je bila informiranost o održavanju, signalizacija prema mjestu održavanja, vrijeme održavanja manifestacije, da li su djelatnici bili profesionalni i uslužni, te zapažanja sudionika o atmosferi i kvaliteti manifestacije.

Vrste informacija za evaluaciju manifestacije mogu biti kvalitativne i kvantitativne. Kvantitativne informacije su: potrošnja posjetitelja i sudionika; ciljano tržište (profil sudionika); statistika posjećenosti, informacije o ciljanom tržištu;

financijski izvještaji i računi; financijska bilanca; analiza ekonomskih učinaka; opće statističke informacije.

Kvalitativne informacije su: opažanje posjetitelja; vraćeni upitnici, ankete na izlazu; snimljeni neformalni razgovori ili intervjui; povratne informacije od osoblja i volontera; zabilješke i komentari menadžmenta; analiza društvenih učinaka; bilanca društvenih koristi.

Triple Bottom Line (TBL) izvještavanje uključuje tri dimenzije poslovanja, ekonomsku (način na koji se postiže profit održavanjem manifestacije), društvenu (društveno ulaganje, uključenost u život zajednice, poštivanje ljudskih i radnih prava) i ekološku (utjecaj na okoliš). Korištenjem ove vrste izvještavanja pokazuje se naklonost prema okolišu i svojoj okolini kojoj je sve bitnija ekološka osviještenost. Također primjenom ovog izvještavanja pridonosi se praćenju uspješnosti manifestacije ukoliko se želi ostvariti odgovorna i održiva manifestacija.[14]

Obzirom na političku važnost događaja kao komponente turističkih strategija, na lokalnoj i regionalnoj razini, te uloge politike u podržavanju događaja 2006. godine predlaže se proširenje Triple Bottom Line (TBL) na Quadruple Bottom Line (QBL).

Quadruple Bottom Line (QBL) je četverostruki izvještaj koji uz ekonomske, društvene i okolišne učinke uključuje i političku organizaciju zbog jakog i jasnog vodstva kad su u pitanju održivi događaji.[15]

Metode prikupljanja podataka o manifestaciji:[16]

- on-line ankete,
- anketiranje posjetitelja manifestacije,
- anketiranje domicilnog stanovništva,
- anketiranje sudionika manifestacije,
- intervjui,

[14] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
[15] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
[16] Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

- chat rooms,
- mišljenje stručnjaka
- metode promatranja,
- praćenje broja posjetitelja manifestacije,
- praćenje broja prodanih ulaznica i
- metoda predviđanja posjećenosti.

Tablica 4. Metode kod predviđanja posjećenosti na otvorenim manifestacijama

METODA	PRIMJENJIVA SITUACIJA	POTREBA ZA RADNOM SNAGOM	OGRANIČENJA
Identifikacijske kartice oko vrata ili povratne narukvice	Jedno mjesto održavanja;ograničeno trajanje	Visoka	Potrebni veliki uzorci da bi se postigle prihvatljive razine pouzdanosti
Brojanje posjetitelja kod parade	Pravac kretanja gomile; gomila statična	Visoka	Vrijeme brojanja mora biti pažljivo koordinirano; problemi s pratiocima parade
Registriranje ulaza i izlaza brojanjem ljudi i/ili automobila	Jedno mjesto održavanja; mali broj ulaza	Visoka	Potreba identifikacije i nadgledanja svih ulaza; problem kod višestrukih ulaza i izlaza
Fotografiranje iz zraka	Mjesto održavanja na otvorenome; po dnevnom svjetlu	Niska	Potreba predviđanja kada je posjećenost najveća; problem kod zatvorenih mjesta održavanja

Izvor: Trošt Lesić, K.: Učinci manifestacija i metode mjerenja, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

3. KULTURNE MANIFESTACIJE

Kulturni turizam i kulturne manifestacije omogućuju posjetiteljima da upoznaju određene vrijednosti u destinaciji koju posjećuju, te da se njima koriste i da uživaju u njima. Time se, također, pridonosi povećanju naobrazbe i kulture ljudi. U sljedećim podpoglavljima detaljnije će biti objašnjen kulturni turizam i kulturne manifestacije, te kako one utječu na posjetitelje (turiste) i na domicilno stanovništvo. Također analizirati će se eno-gastronomija, kulinarski turizam, kao i gastronomske karakteristike Istre, te će na kraju biti riječi o mogućim barijerama u gastronomskom turizmu.

3.1 Kulturni turizam i kulturne manifestacije

Kulturni turizam predstavlja upoznavanje turista s onim što naš grad, regiju ili državu čini različitima i zanimljivima, bez obzira na to je li to umjetnost, kultura, povijest ili sve zajedno. Pod tim pojmom često se podrazumijeva takva vrsta turizma u kojem su meta turističkih posjeta muzeji, izložbe, koncerti, razne manifestacije, ili je pak takva vrsta turizma vezana uz materijalnu baštinu, od velikih religijskih spomenika do svjetovne arhitekture.

Jedna od najčešćih definicija kulturnog turizma koje nalazimo u literaturi jeste:

„Kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe“ (Richards, 1999). Iz te definicije vidljivo je kako je motiv ljudskog kretanja kulturna atrakcija. Međutim, ova definicija je nepotpuna utoliko što izostavlja onu vrstu turizma u kojem kulturna motivacija može biti i sekundarna. Turist može posjetiti određenu destinaciju, a da mu kultura nije osnovna motivacija putovanja, te usput posjećuje neki kulturni lokalitet. Na taj način on opet ispunjava funkciju kulturnog turista, iako mu je kulturna namjera bila sekundarna.[17]

[17] Jelinčić, D. A. (2009.): *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 43.str.

Prema tome, razlikujemo tri vrste kulturnih turista:[18]

- Turist usputne ili slučajne kulturne motivacije (privučen kulturom), čija motivacija dolaska u destinaciju nije bila kulturna. To znači da je turist u destinaciju došao kao kongresni, sportski, zdravstveni ili neki drugi turist, ali je u doticaju s lokalnom kulturom ili usput posjećuje određenu kulturnu atrakciju. On uglavnom nema nikakvu kulturnu motivaciju i najčešće je masovni turist.
- Must see turist (inspiriran kulturom), čija je motivacija izrazito kulturna, ali se usmjerava samo prema velikim kulturnim događajima koji su u trendu. To su obično velike izložbe ili koncerti. Taj tip turista povezuje se s bogatijim kulturnim interesima i ne predstavlja stalno tržište jer njegova motivacija ne počiva na dubljem znanju i interesima.
- Pravoga kulturnog turista (motiviran kulturom), čija je osnovna motivacija za putovanje kultura. Taj tip turista prisustvuje izrazitim kulturnim događajima i posjećuje kulturne atrakcije, a izbor destinacije obično ovisi o njegovim specijaliziranim interesima. Njegov specijaliziran interes se može mijenjati, ali mu motivacija uvijek ostaje u domeni kulture.

Najveću pažnju posvetiti ćemo kulturno-umjetničkim manifestacijama, njihovim oblicima, sadržaju i načinu organiziranja. Osnovni cilj ovog oblika manifestacija je vrednovanje i prikazivanje umjetničkih ostvarenja u određenoj sredini u određenom periodu, te one imaju dvojaki smisao – smisao poticanja razvoja stvaralaštva (vrednovanjem) i njegove percepcije (populariziranjem manifestacije u najširoj javnosti). Manifestacije najčešće imaju „svečani karakter“ i time postaju zanimljive i publici koja inače ne prati posebno to područje kulture i umjetnosti. Uz to, manifestacije imaju i stručni dio, u okviru kojeg se nastoji okupiti istaknute stručnjake (kritičari i teoretičari) i stvaratelje iz određenog područja.

Kulturno-umjetničke manifestacije mogu se klasificirati i analizirati prema brojnim mjerilima koja se odnose na program, ciljeve, obuhvaćena područja, vremenski

[18] Jelinčić, D. A. (2009.): *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 48.-49.str.

period, sudionike itd. Osnovna podjela manifestacija na različite oblike koji proistječu iz njihovih ciljeva, obuhvaća:[19]

- festivale – natjecateljskog karaktera;
- smotre – ne-natjecateljskog karaktera, preglednog karaktera;
- sajmove – komercijalnog karaktera;
- proslave – obljetnice, animacijskog i svečanog karaktera, na kojima se najčešće odaje priznanje, počast određenom događaju, pojavi ili osobi.

Navedene manifestacije mogu se organizirati u svim domenama umjetnosti ponaosob (kazališne, filmske, glazbene i književne manifestacije), a mogu biti i kompleksne (smotra *Mermer i zvuci*) i vezane za određene medije (radijski i TV festivali i sajmovi itd.). Prema geografskoj odrednici, manifestacije mogu biti:[20]

- međunarodne, svjetske, europske, mediteranske, skandinavske, balkanske itd.,
- državne/nacionalne,
- regionalne,
- općinske,
- lokalne.

Prema sudionicima, manifestacije mogu biti profesionalne i amaterske. Amaterske manifestacije su pretežno na lokalnoj, općinskoj i regionalnoj razini, dok se profesionalne organiziraju na nekoj od međunarodnih ili na državnoj/nacionalnoj razini. Međutim, postoje i svjetski festivali amaterskih kazališta i filmskih ostvarenja, ali u mreži manifestacija oni su izuzetno malobrojni.

Prema ritmu ponavljanja, tj. prema vremenskom periodu u kojem su nastala predstavljena umjetnička djela, manifestacije možemo podijeliti na godišnje, bijenalne, trijenalne i, rjeđe, četverogodišnje (Praško kvadrijenale scenskog dizajna,

[19] Šešić Dragićević, M., Stojković, B. (2013.): *Kultura-menadžment/animacija/marketing*, Kulturno informativni centar, Zagreb, 160.str.
[20] Šešić Dragićević, M., Stojković, B. (2013.): *Kultura-menadžment/animacija/marketing*, Kulturno informativni centar, Zagreb, 160.-161. Str.

kazališne arhitekture i tehnologije), petogodišnje (Documenta, Kassel), desetogodišnje i drugo.[21]

3.2 Eno gastronomija kao oblik selektivnog kulturnog turizma

Turizam hrane se može definirati kao posjet proizvođačima hrane, festivalima hrane, restoranima i specifičnim lokacijama gdje je kušanje i doživljaj hrane te prehrambenih proizvoda primarni motivirajući faktor za putovanje. To je prvenstveno želja za novim iskustvom i kušanjem određenog proizvoda regije koja mora biti glavni ili pak sekundarni razlog putovanja. Ako je gastronomija glavni motiv putovanja i utječe na ponašanje turista, turizam hrane može se promatrati kao gurmanski ili kulinarski turizam.[22]

Gastronomija ili turizam hrane promatran iz perspektive potrošača dio je svakodnevnog života pa tako i putovanja, te ona nudi potencijal za specijalizirani turistički proizvod temeljen na iskustvu o hrani.

Valorizacija selektivnog eno gastronomskog oblika turizma evidentna je na primjerima kao što su ceste vina, tartufa i maslinovog ulja u Istri. Istra obiluje izuzetno kvalitetnim crnim tartufima koji se kroz projekt „Dani tartufa u Istri“ popularizirao. Projekt je pomogao da se stvori nekoliko specijaliziranih trgovina i restorana za prodaju i konzumaciju tartufa, gljiva i tipičnih istarskih proizvoda u Bujama, Buzetu, Motovunu, Grožnjanu i Livadama.

Vino, hrana i turizam usko su povezani. Uloga vina i hrane u privlačenju turista u destinaciju prepoznata je od strane istraživača, vinske i prehrambene i turističke industrije. Hrana je dio lokalne kulture koju turist kroz kulinarstvo konzumira, ali i

[21] Šešić Dragićević, M., Stojković, B. (2013.): *Kultura-menadžment/animacija/marketing*, Kulturno informativni centar, Zagreb, 161.str.
[22] Geić, S. (2011.): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 339.str.

važan dio turističkog brenda te potencijalna komponenta agrikulturnog i ekonomskog razvoja.[23]

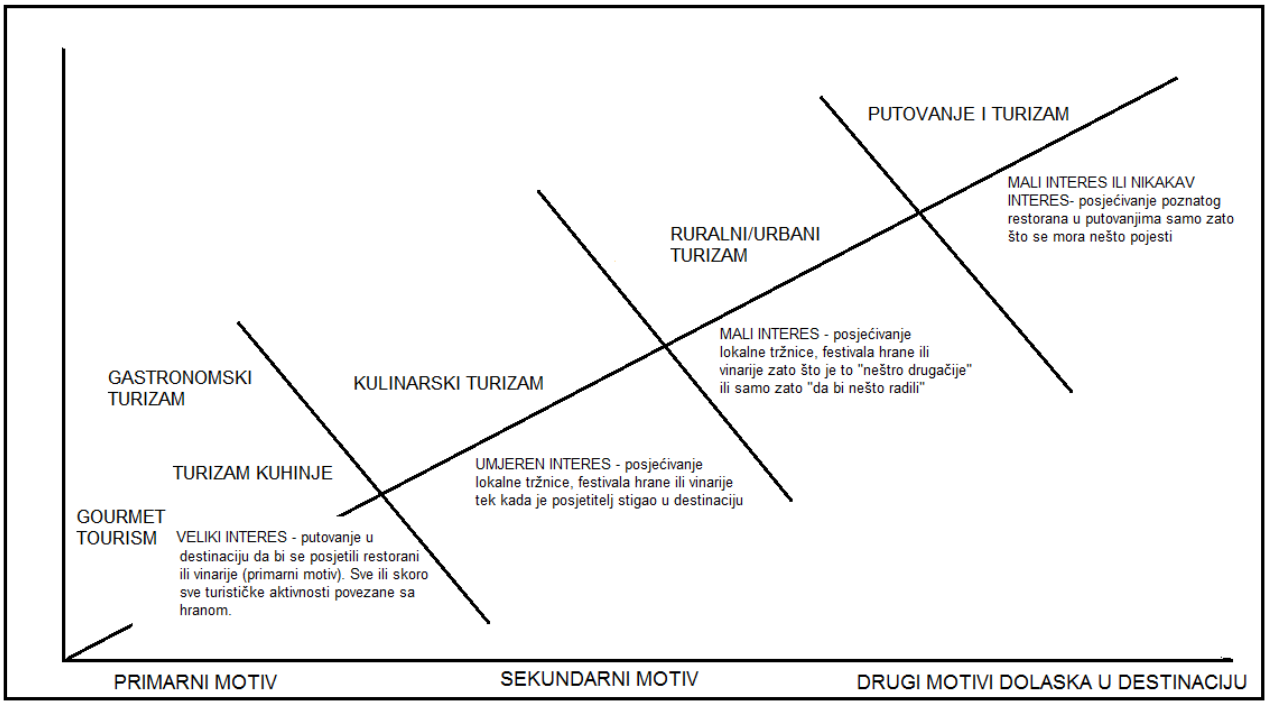
Turizam je utjecao na afirmiranje različitih tipova kuhinja. Štoviše, interes za hranom i vinom je danas važan dio suvremenih životnih stilova. Vino i hrana su blisko povezani s identitetom mjesta pa i destinacijskom promidžbom. Geografska pozicija utječe na proizvodnju specifične hrane i vina, što znači da su obje kategorije uvjetovane lokalitetom iz kojeg potječu.

Kulinarski turizam je niša sa područja studije turizma koja je ubrzano rasla kroz godine, te on predstavlja novi pothvat na tržištu koji može poboljšati atrakciju destinacije bez uvođenja nekih novih većih proizvoda. Prema Hallu (2006.): „Kulinarski turizam se obično smatra izuzetno važnim u ruralnim područjima zato što veza između hrane i turizma predstavlja značajnu priliku za razvijanje proizvoda i marketinga kao i za razvijanje ruralnih područja.“.[24]

Koncept sličan kulinarskom turizmu je turizam hrane. Turizam hrane može se definirati kao posjeta restoranima, kušanje vina i ulja na za to predviđenim mjestima, festivali hrane, te posjet proizvođačima hrane. Turizam hrane može se promatrati kao podružnica kulinarskom turizmu, sa lokalnom kuhinjom kao proizvodom lokalne kulture. Hall i Mitchell (2006.) nude dvije perspektive, jednu sa stajališta potrošača, a drugu sa stajališta turizma hrane: „Sa stajališta potrošača, hrana je bitna komponenta svakodnevnog života, pa tako i u putovanju. Sa perspektive turizma, hrana nudi potencijal za destinaciju. Specijalizirani turistički proizvodi baziraju se na iskustvu hrane i mogućnosti unapređenja gospodarske veze između turizma i poljoprivrednih proizvoda.“.[25]

[23] Geić, S.(2011.): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 340.str.
[24] Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia), 300.str.
[25] Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia), 300.str.

Slika 4. Kulinarski turizam kao niša i posebni interesi u turizmu



Izvor: Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region (Croatia)

Na slici 4. možemo vidjeti kolika je hrana značajna u pojedinoj vrsti turizma specijalnih interesa. U gastronomskom turizmu hrana je primarni razlog putovanja u određenu destinaciju. Osoba putuje u destinaciju kako bi posjetila određeni restoran, vinariju, neku manifestaciju i slično. Svaka njegova turistička aktivnost povezana je sa hranom. U kulinarskom turizmu interes za hranom je umjeren, odnosno sekundarni. Posjetitelj posjećuje lokalnu tržnicu, festival hrane, određeni restoran ili vinariju tek kad je stigao u određenu destinaciju zato jer želi iskusiti život lokalnih ljudi. U ruralnom/urbanom turizmu interes za hranom je vrlo mali. Turisti posjećuju lokalnu tržnicu, restoran, festival hrane ili vinariju u ruralnom području zato što je to nešto drukčije ili zato da bi nešto radili, popunili vrijeme. Na zadnjem mjestu možemo vidjeti da je interes za hranom vrlo mali ili ne postoji nikakav interes za hranom. Turisti posjećuju restorane u destinaciji iz razloga jer moraju nešto jesti.

Temeljeno na rezultatima istraživanja koje je provedeno u Australiji, Institut za turizam u Queenslandu tvrdi da se, sa regionalnoga aspekta, turizam hrane može podijeliti na ruralno iskustvo i urbano/gradsko iskustvo:

„Urbana/gradska iskustva obično se predstavljaju turistima kroz raznoliku hranu koja je turistički proizvod, odnosno predstavlja im se kulturno raznoliko kulinarstvo. S druge strane, ruralni turizam hrane se ne smatra dovoljno razvijenim turističkim proizvodom. Aktivnosti poput posjeta farmi i poljoprivrednim tržnicama, branje voća i smještaj na farmama može pružiti dodatne važne aktivnosti, odnosno bolji ugođaj u ruralnim područjima."

Osim brojnih turističkih, ekonomskih, socijalnih i kulturnih funkcija događaja, festivali hrane, kao izložbe poljoprivrednih prehrambenih proizvoda, omogućuju sudionicima, koji su isto vrijeme i proizvođači, da grade svoju sliku i promoviraju i prodaju svoje proizvode, te da uspostave vezu s drugim proizvođačima koji sudjeluju na izložbi, kao i da sudjeluju u natjecateljskom dijelu manifestacije.

3.3 Razvitak kulinarstva kroz povijest

S razvojem kulture i civilizacije način pripremanja hrane i pića se mijenjao zadobivajući nove suvremenije oblike. Sve je više vrsta podvrgavano kulinarsko-tehničkom postupku i s vremenom se povećavao broj vrsta jela. Još prije više tisuća godina civilizirani narodi imali su visoko razvijeno kuharstvo, te se razvojem kuharstva kroz stoljeća počelo govoriti o kulinarskom umijeću ili gastronomiji.

Pod utjecajem stranih civilizacija na našim prostorima, uz tradicionalnu lokalnu gastronomsku ponudu, na cijelom hrvatskom području prihvaćene su i specifičnosti drugih naroda. Tako zapadni dio Hrvatske prihvaća kulinarsko umijeće iz Italije i Austrije, Dalmacija i Istra talijansku kuhinju, a Slavonija i sjeveroistočni dio Hrvatske poprimio je karakteristike bečke i dijelom istočnjačke kuhinje. [26]

[26] Geić, S.(2011.): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 337.str.

Na taj se način naše gastronomsko umijeće, uz očuvanje autohtonih gastronomskih lokalnih izvora, oslanja i na tri svjetske priznate kuhinje, od kojih je prihvatilo ono najbolje. Stoga nije čudo da su strani posjetitelji zadovoljni našom kuhinjom, to više što su u mnoga jela unijete lokalne posebitosti i vlastita tradicija i to postaje gastronomski adut u hrvatskoj turističkoj ponudi.

Kulinarstvo ima osobitu važnost u ugostiteljstvu. Dobra kuhinja ujedno je i dobra turistička promocija, zato je važno da se izgrade i moderniziraju ugostiteljski objekti, te usavrše gastronomske ponude. Od osobite je važnosti da se našim posjetiteljima predstavi tradicija naših predaka i eno gastronomske navike, a to je moguće kroz razne gastronomske događaje i manifestacije.

3.4 Gastronomske karakteristike Istre

Preduvjet opstajanja na tržištu je briga o tradicijskoj gastronomskoj kulturi hrvatskih regija koje ćemo ukratko opisati.

Srijemski specijaliteti su tradicionalni dimljeni proizvodi od svinjskog mesa, sirevi, divljač, perad, vrhunska vina i kolači; pića: voćne rakije, srijemska vina (Iločko vinogorje). U Slavoniji prevladavaju jela i prerađevine od svinjskog mesa (slavonski kulen), gulaš i paprikaš, divljač, specijaliteti s roštilja, kolači te autohtona vina i rakije. Hrvatsko zagorje je poznato po suhomesnatim proizvodima, mliječnim prerađevinama, divljači, pureće meso, kolači (štrukle) te lokalna kisela vina. Zagreb je poznat po internacionalnim jelima, staroj „purgerskoj“ kuhinji, samoborskim specijalitetima, fašničkim jelima i slasticama, divljači uz stolna zagorska vina. U dalmatinskoj kuhinji prevladavaju riblji specijaliteti, dalmatinska pašticada, janjetina na ražnju i ispod peke, povrće na maslinovom ulju itd., autohtona vina i biljne rakije.[27]

U istarskoj kuhinji prevladavaju mediteranska talijanska jela, a tu je i autohtona ponuda jela od tartufa, istarski pršut, jela od kestenja, morske ribe i plodova mora te maslinovog ulja uz istarska vina.

[27] Geić, S. (2011.): *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 338.str.

U genezi istarske kuhinje dvije su povijesne i socijalne činjenice imale presudan utjecaj: siromaštvo u kojem se do prije stotinjak godina u Istri (pogotovo na selu) živjelo te mnoge smjene kolonizatora i osvajača i čest protok ljudi iz raznih krajeva i kultura. Siromaštvo je poticalo blagotvornu maštovitost domaćica da ni od čega naprave nešto, a novi osvajači i ljudi koji su u Istru dolazili iz raznih krajeva donosili su kuharske blagodati i vještine iz krajeva odakle su dolazili. Tim dvama osnovnim razlozima treba zahvaliti za današnje mjesto istarske gastro-scene među vodećima u našoj zemlji. Bogatstvo današnjeg blagovanja u Istri razlikuje se u sjevernom i južnom dijelu. Na sjeveru je prisutan utjecaj Austo-Ugarske s knedlima i kiselim kupusom, a na jugu Mletačke Republike s punjenim tijestom i umacima. Sve je to obogaćeno iskustvima raznih putnika koji su prošli ili su se skrasili u Istri. U sjevernim se krajevima jela broskva i okruglice od kruha, a u južnim njoki i pašta; na sjeveru sušeno i dimljeno meso, na jugu divljač i tu i tamo nešto mesa. Riba se jela ne samo na obali, nego i na širem području. Boškarin se rijetko jeo, bio je previše dragocjen.[28]

Na bogatstvo i osobitosti istarske kuhinje, osim navedenog, utjecalo je i istarsko podneblje i svo bilje, povrće, trave i začini, a osobito maslinovo ulje, što sve skupa daje raznolikost, ali istodobno čini i konstantu istarskih jela u svakom istarskom kraju, u svako godišnje doba i u svim prilikama.

Jedno od obilježja istarske kuhinje je raznolikost jela i postupaka u njihovu pripremanju koji se razlikuje od sela do sela, a pogotovo od sjevera do juga, te od obale i unutrašnjosti. Kao primjer možemo navesti za Uskrs se na Pazinštini obavezno kuhala špaleta i jaja s mladim lukom za marendu, kokošja juha i fuži sa šugom i kiselim kupusom za ručak te povetica i pinca za slatko. Oni koji su si to mogli priuštiti, za večeru su još pripremali janjca s krumpirima i domaćim radičem. Na Labinštini su se pak pravili krafi koji su se jeli uz šugo od pijetla ili s masnoćom od pečenog mesa. Na Oprtljaštini se obvezno jela kokoš s nedevom, na Lovreštini domaći janjci, a na Ćićariji se jeo kupus na peron, posebno pripremljen kiseli kupus na šugo sa svinjskim i goveđim butom i domaćim konšervom. U sjevernim krajevima Istre jela se palenta krumpirica. Uz more se više jela riba, ali su Rovinjani za Uskrs

[28] Mevedec Buršić, V. (2010.): *Tradicionalna istarska jela: sezonska i blagdanska*, Izdavačko poduzeće reprezent d.o.o., Račice, 5.str.

obavezno pripremali i janjca na tri načina: na šugo s rižom, pohana rebra i pečen u padeli.

Specifičnost istarske kuhinje je i to što se u raznim krajevima rabe različiti nazivi za ista jela, posebno za tjestenine: makaruni, makarunići, rezanci, tisto, parenci i zaparenci, žličnjaci i žličnjaki, strunjci, štrunci, štruklji i štruclji, pa lazanje, žbirići, frkatići, trkanci, pakljuni, posutice, pasutice, fuži i još razni nazivi. Broskva je naziv koji se govori na Poreštini, u Raklju kažu crno zelje, u unutrašnjosti Istre samo zelje, u Kašteliru verzota; kadulja se u Svetom Lovreču naziva slavuj, na Labinštini kuš; nazivi za krvavice su – mulice, ulita, jeleta, a zarebnik se još naziva i žlomprt, ombolo, zarebrnik. Negdje kažu hroštule, drugdje kroštule, a u Raklju groštule. Za kupus se kaže i kapuz, a u Lanišću kpus; negdje se kaže panjada, drugdje panada ili panadeza; nazivi za ječam su i fak, jačmik, škandel. Ima raznih naziva za ista jela, i mogli bi ih tako samo nizati.[29]

U proljeće se najčešće jedu fritaje, salate, maneštre, sa šparugama, bljušćem i bruškandulom, leprinom, divljim radičem, klicama češnjaka, mladim lukom ili gljivama. Od tih sličnih sastojaka prave se i salate, kojima se može dodati kuhani krumpir, jaja ili grah. Pripremaju se maneštre od povrća, s koromačem, mladim graškom, krumpirom. To su uglavnom sastojci koji se pojavljuju u proljeće.

Ljeto i jesen obiluju svime: povrćem, voćem, mesom i ribom. Riba na gradelama, srdele pržene i na savor, buzare i juhe, šuga s tjesteninom i okruglicama, različite salate. Palenta i maneštra su nekada bile gotovo svakodnevni obrok. Jela zalivena s malo masti i poprženog luka, ili s čvarcima i špekom, u bolje slučaju sa šugom od kobasica i ombola, ili pak samo sa šalšom, ili šugom od kokoši, sa svinjskom utrobom, uz obalu s rakom ili brudetom.

Zimi su jela često vezana uz ognjište. Pripremaju se kupus i maneštre, sa svinjskim mesom i prerađevinama. Jelovnici su zimi nešto bogatiji, zahvaljujući kolinju. Od svinje se gotovo sve koristilo, što za prodaju, što za blagdane, što za korištenje u domaćinstvu. Kupus i repa kiseljeni su u dropu, a pripravljeni sa

[29] Mevedec Buršić, V. (2010.): *Tradicionalna istarska jela: sezonska i blagdanska*, Izdavačko poduzeće reprezent d.o.o., Račice, 9.str.

svinjetinom ili kokoškom, slaninom i pancetom, samo s peštom ili na bijelo, s kapljicom domaćega ulja, kuhani, pirjani, svježi, s grahom ili tjesteninom.[30]

Što se tiče slastica, najčešće su se pripremale fritule, hroštule, povetica, pandišpanj, jajarice i pinca, cukerančići, štrudel od jabuka, oraha ili lješnjaka. Pripremale su se i breskve, ravioli, prženi krafi u umaku od oraha.

Nekada se najčešće pekao crni kruh, mišani ili od kukuruznog brašna, dok danas prevladava bijeli, a crni i kukuruzni predstavljaju tek nutricionističku nužnost i svojevrsnu poslasticu.

U stvarnosti tradicionalna istarska kuhinja je daleko bogatija. U raznim krajevima Istre ima velik broj jela i načina njihova pripravljanja koja još nisu zabilježena, te ih treba još istražiti.

3.5 Barijere u gastronomskom turizmu

U svakoj vrsti turizma postoje neke barijere, tako i u ovoj. Barijere u gastronomskom turizmu mogu biti higijena i zdravlje, lokalne prehrambene navike i ponašanje za stolom, te jezične barijere, odnosno komunikacijski problemi. U sljedećim potpoglavljima ćemo se baviti njima.

3.5.1 Higijena i zdravlje

Turisti su veoma zabrinuti zbog vanjskih prijetnji, posebno kriminala, lošeg vremena, ili bolesti koje bi se mogle neočekivano pojaviti i uništiti im putovanje ili odmor. Strah od bolesti može biti glavni razlog da turisti sumnjaju u kvalitetu lokalnih namirnica jer bi ih to moglo učiniti bolesnima. Prije svega su zaokupljeni neželjenim učincima hrane na njihovo zdravlje (primjer bol u trbuhu), a ne nekim drugim dugoročnim prijetnjama (postojanje kemikalija u hrani). Turističko vrijeme je „kvalitetno vrijeme“ i većina turista borave vrlo kratko u određenoj destinaciji i vrlo

[30] Mevedec Buršić, V. (2010.): *Tradicionalna istarska jela: sezonska i blagdanska*, Izdavačko poduzeće reprezent d.o.o., Račice, 9.-10..str.

skupo ga plati, stoga želi da provede kvalitetno vrijeme na svom putovanju. Žele vidjeti nešto novo, iskoristiti što više vremena u istraživanju i taj osjećaj ugode može lako pokvariti neka bolest, kao na primjer bol u želucu zbog jedenja pokvarene hrane. Osim što bi to bilo već neugodno samo po sebi, također bi uzrokovalo gubitak raznih predviđenih iskustava na putovanju.

Prije putovanja turisti često traže savjete od zdravstvenih stručnjaka i liječnika, te ih najčešće ti liječnici upozoravaju o opasnosti u području hrane i pića. Zbog toga ti turisti igraju na sigurno, i izbjegavaju hranu u destinaciji koju posjećuju.

Povećana zabrinutost zbog zdravstvenih problema uzrokovanih hranom ogleda se u mnogim pričama turista oko njihovih loših iskustava, kao i raznih mitova vezano uz kulinarske prijetnje tipične za pojedine destinacije. Najčešće upozorenje koje možemo naći u vodičima tiče se voda za piće iz slavine. Na primjer, vodič za Filipine upozorava na važnost i brigu za ono što ćemo jesti ili piti (glavno zdravstveno pravilo), te također upozorava na razne zdravstvene probleme. Voda iz slavine u mnogim odredištima (kako u razvijenim tako i u zemljama u razvoju) je zaista nepitka ili kontaminirana, pa tako i mještani često konzumiraju vodu iz boce ili kuhaju vodu iz slavine. Međutim, postoji mogućnost da turisti počinju razvijati sumnju i strah, te da zbog toga izbjegavaju lokalne namirnice, kao na primjer salate jer su isprane u onečišćenoj vodi.[31]

Izbjegavanje lokalne pitke vode je samo početak. Neki turisti koji posjećuju sela, u kojima se nudi tradicionalno jedenje domaće hrane u stajama kao što su to nekad činili lokalni stanovnici smatraju to nehigijenskim. U jednome Filipinskom vodiču se savjetuje turistima da ne budu paranoični i skeptično prema domaćoj hrani jer je domaća/lokalna hrana dio iskustva na putovanjima.

Spoznaja turista u vezi sigurnosti lokalne hrane u određenoj destinaciji predstavlja sprječavanje novih kulinarskih iskustava. Turisti često nerado jedu lokalnu hranu iz zdravstvenih briga ili gađenja koje je uzrokovano nehigijenskim izgledom. Na primjer, štand sa hranom nasred ulice može izgledati odbojno.

[31] Cohen, E., Avieli, N. (2004.): Food in tourism – Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, vol.31, No4, 762.str.

3.5.2 Lokalne prehrambene navike i ponašanje za stolom

Zapadna ponašanja za stolom smatraju se civiliziranim ponašanjem. Za njih korištenje posuđa nije samo higijensko sredstvo koje štiti hranu od onečišćenja, nego i posreduje između hrane i onoga koji jede hranu. Za njega je obrok prirodna supstanca, a njegova potrošnja se smatra kulturnom navikom. Time pribor simbolizira civiliziranu prehranu.

Međutim, u južnoj i jugoistočnoj Aziji, lokalni je običaj da se zagrabi riža u obliku loptice, da se stavi curry ili neki drugim umak, te se onda pojede. U mnogim lokalnim restoranima koji služe takva jela, nije dostupan nikakav pribor. Mnogi turisti koji posjete takve restorane, kada saznaju da nema potrebnog pribora odustanu od jedenja u tom restoranu. U nekim restoranima se mogu naći štapići za jela, što također može razljutiti turiste jer ono zahtijevaju da dobiju pribor koji traže.

Još jedan problem koji se može javiti, a i praksa je u Aziji, je korištenje sirovih sastojaka, kao i postojanje životinja koje ponosno drže u svojim restoranima. Te životinje su namijenjene za kuhanje i ugostitelji ih drže u svojim restoranima kako bi pokazali posjetiteljima da imaju svježu robu. To može uznemiriti posjetitelja koji bi nakon toga odustao od jedenja u tom restoranu.[32]

3.5.3 Problemi u komunikaciji

Česti razlozi zašto turisti izbjegavaju lokalne kulinarske objekte, čak i ako ih oni žele posjetiti, jesu poteškoće u identificiranju i naručivanju lokalne hrane. Oni nisu upoznati sa svim sastojcima i njihovim imenima u meniju. Postoji nedostatak stručnosti koji pogoršava situaciju, često turisti ne mogu čitati (budući da ne znaju jezik zemlje koju posjećuju) ili ne razumiju objašnjenja lokalnog osoblja.

Također, turisti će češće ući u lokalne restorane ako vide druge turiste u njemu. Često se osjećaju neugodno zbog nepoznavanja domaće/lokalne kuhinje, te sumnjaju da će biti prevareni. Kao što je već spomenuto čest strah u istočnoj i

[32] Cohen, E., Avieli, N. (2004.): Food in tourism – Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, vol.31, No4, 763.764.str.

jugoistočnoj Aziji je taj da im se može servirati sumnjiva hrana, sumnjivo meso koje može biti zagađeno.[33]

[33] Cohen, E., Avieli, N. (2004.): Food in tourism – Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, vol.31, No4, 764.str.

4. ULOGA GASTRONOMSKIH MANIFESTACIJA U TURISTIČKOJ PONUDI ISTRE S POSEBNIM OSVRTOM NA GASTRONOMSKU MANIFESTACIJU „PAZI ŠTO JEDEŠ“

U ovome poglavlju dati će se osvrt na gastronomske manifestacije na području Istre, te će se objasniti njihova uloga. Nakon toga posebni osvrt će se dati na gastronomsku manifestaciju „Pazi što jedeš“ i iznijeti će se rezultati anketa.

4.1 Gastronomski turizam u Istri

Gastronomija (kulinarstvo) je poznavanje različitih jela i načina njihova pripravljanja; kulturno birane hrane i kuharskoga znanja. U istarskoj se gastronomiji odrazuju povijesne, zemljopisne i klimatske značajke toga prostora. U pučkoj se kuhinji, koja se temelji na prirodnim sastojcima, samoniklu bilju, aromatičnim začinima, sezonskom povrću, plodovima mora i dr., ispreplele različite predaje, uneseni su utjecaji srednjoeuropske feudalne germanske kuhinje, sredozemnih romanskih jela te od 7.st. kuhinje slavenskog stanovništva. No najveći je trag ostavila mletačka kuhinja, maštovita i raznolika, koja je upotrebljavala namirnice iz gotovo čitava tada poznatoga svijeta, te svježe povrće s okolnih riječnih ušća, divljač iz zaleđa, maslinovo ulje i vino iz Istre, škampe iz Kvarnera i dr. Tako su se na jelovnicima u gradovima na zapadnoj obali Istre pojavila mnoga nova jela (npr. bakaler), koja su se pripravljala s različitim začinima: paprom, cimetom, korijanderom, kuminom, muškatnim oraščićem, klinčićima i dr. Budući da se u Mletačkoj Republici riba držala pučkom, čak sirotinjskom hranom, na običaje pripreme ribe i drugih plodova mora više su utjecali ribari i pomorci koji su često zalazili u gradiće i sela uz istarsku obalu. Razmjenjivala su se iskustva o pripremi *zuppe* (gusta juha), rižota i buzare s jedne strane Jadrana, ali i pečenih rakova, brudeta s druge. Tragovi toga međusobnoga prožimanja još se uvijek naziru u istarskoj primorskoj gastronomiji. U unutrašnjosti Istre gastronomija nije bila ni toliko

razvijena ni raznolika, a u gradovima na istočnoj obali više se osjećao karnijski utjecaj, ali i slavenski, ugarski i dalmatinski.[34]

U srednjem dijelu poluotoka bio je razvijen lov na divljač. Kako su ti krajevi bili nastanjeni poljodjelskih stanovništvom, u njima je uglavnom vladala oskudica. Seljak je pripremao hranu od onoga što je sam proizvodio i od onoga što mu je bilo dostupno, jer nije imao dovoljno novca za njezino kupovanje na tržištu. Kruh se mijesio od raznih brašna ili žitarica te se pekao jednom ili dva puta tjedno pod *čripnjom*. Bijeli se kruh rijetko jeo, uglavnom za Uskrs ili u bolesti, kao i meso. Lakšim se bolesnicima pripremala *juha od kvartina* (od ¼ kokoši) ili *prežgana juha* (od brašna i vode) s naribanim ovčjim ili kravljim sirom. Žene su nakon porođaja dobivale *njoke* sa šugom. Najčešća su jela bila *skrob* (kaša od kukuruza ili ječma) s mlijekom, šećerom ili vinom, *maneštra* te krumpir pečen u ljusci.[35]

Bolja su se jela pripremala za crkvene blagdane i u vrijeme teških poljskih radova. Za Božić i Uskrs jeli su se *ravioli* i njoki preliveni *šugom* od kokoši. Tim su se umakom prelijevali i *fuži* za kosce u polju. Dani kada su se klale svinje, pekli su se okrajci preostali od obrezivanja mesa, od kostiju se kuhala i juha, obavezno jelo bila je palenta s *trobom* (svinjske iznutrice), koja se u nekim selima naziva *polenta alla Veneziana*, što govori o njezinu podrijetlu.

Mnoga su jela proistekla iz neimaštine ponovo uvode u prehranu. Nekadašnja se hrana ribara i težaka drži sukladnom novim nutricionističkih načelima. Prehrana s mnogo ribe, kuhanih jela, obilje povrća i voća, samonikla bilja, uporaba maslinova ulja te umjerena konzumacija vina (ugl. crnog), osnovne su odlike mediteranske kuhinje koju zagovara pokret mediteranskoga načina života.

Nakon što je napuštena tzv. masovnoga turizma, od 1995., na poticaj Turističke zajednice Istarske županije, stvara se nova turistička ponuda kojoj je sastavnim dijelom i gastronomija. Organiziraju se mnogobrojne gastronomske manifestacije, npr. Dani tartufa, gljiva, sira i meda, kobasica i ombola, puževa, sardela, šparuga, maruna i mnogih drugih. Otvaraju se konobe u kojima se pripremaju jela na tradicionalan način, npr. na ognjištu i pod pekom, te restauracije sa specijaliziranom ponudom. Od 1996. objavljuje se *Gastronomski vodič Istre*: popis

[34] Istarska enciklopedija, http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948 (pristupljeno: 02. studenog, 2016.)
[35] Istarska enciklopedija, http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948 (pristupljeno 02. studenog 2016.)

najboljih restauracija i konoba Istre po ocjeni neovisnoga povjerenstva. Istarskoj gastronomiji pridonijela je i zaštita pršuta kao izvornoga proizvoda te popularizacija drugih istarskih gastronomskih posebnosti: bijeloga tartufa, kvarnerskoga škampa, sira, meda i maslinova ulja.[36]

Uloga festivala hrane i njihova uloga u razvijanju ruralnog dijela Istre nije dovoljno istražena. Festivali hrane u Istri postaju sve više i više važan dio ruralnog turizma. Kulinarski turizam u Istri jedan je od prioriteta razvoja održivog turizma i u skladu s tim, kulinarski turizam definiran je zadanim smjernicama:

1. promocija Istre kao prepoznate i kvalitetne gastronomske destinacije;
2. promocija i procjena tipičnih i izvornih gastronomskih proizvoda;
3. povezivanje što većeg broja kvalitetnih ugostitelja;
4. proširenje i obogaćivanje turističke sezone;
5. Istra – gastronomska vikend destinacija;
6. praćenje svjetskih trendova u turizmu i gastronomiji;
7. očuvanje tradicionalne baštine, ponovna procjena izvornih istarskih recepata;
8. preusmjeravanje turističkih tokova prema središnjem dijelu Istre;
9. poticanje razvoja dobre kuhinje i kulture;
10. zdrava prehrana – Mediteranska hrana; i
11. povezivanje primarnog sektora s radno intenzivnim turističkim poslovanjem.

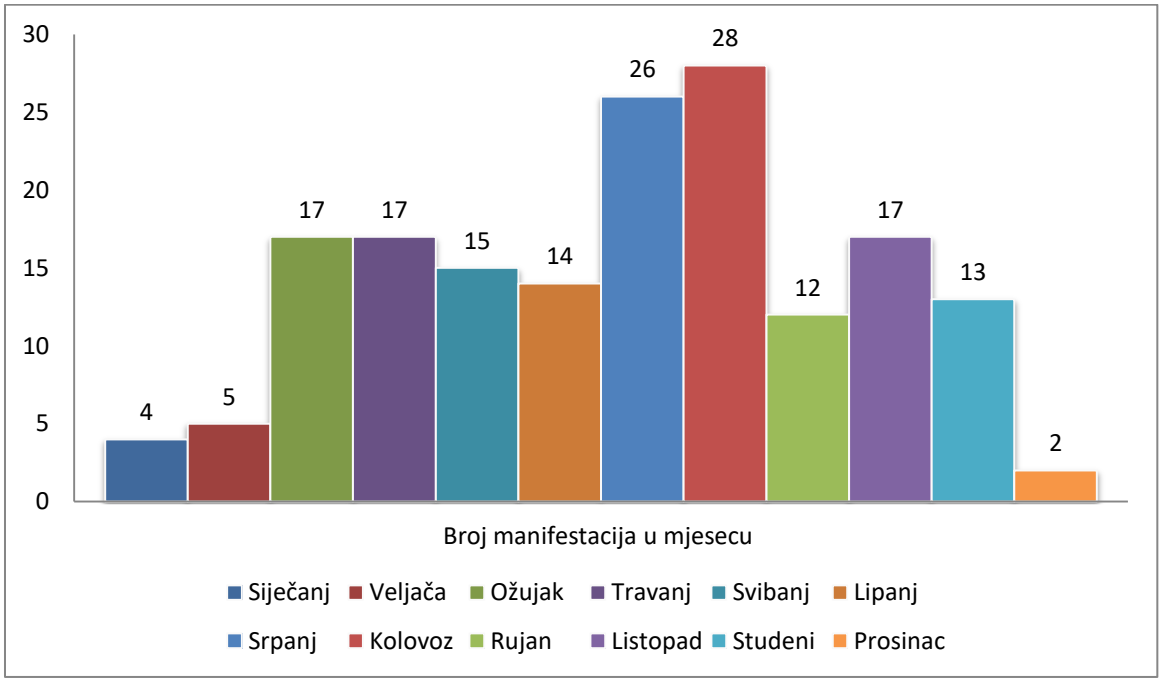
Istarska kuhinja nudi svoju raznolikost. U proljeće imamo divlje šparuge, ljeti morske plodove, a ujesen tartufe. Zimi se u konobama spremaju maneštre, kupus i pečene kobasice. Istra nudi pregršt tradicionalnih jela kao što su domaći kruh i supa koji su samo jedan dio starinskog istarskog življenja. Hrvatska kuhinja je heterogena, a svaki dio Hrvatske ima svoju kulinarsku tradiciju. Unutar toga posebno mjesto našla je istarska kuhinja sa prepoznatljivim istarskih delicijama.

Zahvaljujući tome sve više i više se razvija gastronomski turizam na području Istre, kao i razne gastronomske manifestacije koje su važne kako bi ova vrsta turizma opstala. Gastronomskim manifestacijama želi se jačati svijest o suradnji između

[36] Istarska enciklopedija, http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948 (pristupljeno 02. studenog 2016.)

malih proizvođača tradicijske i ekološke hrane i lokalne zajednice, promovira se način uzgoja hrane, te se također prenose znanja u vidu pripremanja tradicijskih jela.

Graf 1. Broj manifestacija kroz cijelu godinu



Izvor: Samostalna obrada autorice

Kroz cijelu godinu na području Istre održavaju se gastronomske manifestacije kojih je sveukupno ove godine bilo 170 (graf 1.).[37] U nastavku slijede neke od poznatijih gastronomskih manifestacija na istarskom području po mjesecima:[38]

1. Siječanj:

- Ucvirkfest: održava se na pulskoj tržnici, mogu se kušati stara istarska jela od čvaraka (ucvirki, žmari, črčki). To je svojevrsna fešta od čvarki.

[37] Turistička zajednica Istarske županije, http://www.istra.hr/hr/home, pristupljeno 06.12.2016.
[38] Medvedec Buršić, V. (2010.), Tradicionalna istarska jela: sezonska i blagdanska, Izdavačko poduzeće reprezent d.o.o., Račice, str.168.-199.

- Najbolji je istarski odrezak: održava se u Tinjanu gdje se prezentiraju i ocjenjuju istarski suhi naresci: panceta, ombolo, kobasica.

2. Veljača:
- Luganigada: održava se u Marušićima, natjecanje u pripremi istarskih kobasica (luganiga). Proglašuju se najbolji kobasičari s područja gornje Bujštine. Natjecanje završava velikom fritajom s kobasicama. Manifestacija je proširena spravljanjem drugih istarskih jela (maneštra s kobasicama, šugo s palentom, kiseli kupus).
- Fešta od kobasic: održava se u Premanturi gdje se mogu kušati kobasice u vinu, na gradelama, u fritaji, s kupusom, kobasice tanko narezane. Svrha ove manifestacije je promocija domaće kuhinje u zimskim mjesecima.
- Dani meda: održavaju se u Pazinu, ova manifestacija se organizira u svrhu susreta pčelara i traje dva dana. Svoje pčelinje proizvode izlažu pčelari iz Hrvatske i susjednih zemalja, a priređuje se i izložba pčelarske opreme, kao i stručna predavanja.

3. Ožujak:
- Oleum Olivarium: dvodnevni susret u Krasici na kojem se skupljaju maslinari. Bira se i proglašava najbolja ekstra djevičanska maslinova ulja. Tijekom manifestacije se također održava međunarodni likovni natječaj, okupljaju se likovni umjetnici koji stvaraju na temu masline.

4. Travanj:
- Zlatna šparuga: održava se u Umagu, međunarodno natjecanje u spravljanju jela od divljih šparuga.
- Smrčkijada: prezentacija i degustacija gljive smrčka. Okuplja se više stotina gljivara, koji idu u potragu za ovom gljivom. Tijekom manifestacije ocjenjuje se najveći ubrani primjerak, najljepša gljiva, najveći broj pronađenih gljiva, i najatraktivniji gljivarski štap.
- Šparugada: natjecanje u Kaštelu u spremanju jela od šparuga. Nagrade dobiva berač koji je ubrao najviše šparuga i onaj koji je ubrao najdužu šparugu dobiva špaletu (svinjsku plećku). U sklopu manifestacije odvija se kulturni program i zabava.

- Cesta šparuga: održava se u Kršanu, pripremaju se specijaliteti od šparuga ubranih po Plominskoj gori, od Kršana preko Plomina do Brseča.
- Dani istarske šparuge: održava se tijekom čitavog mjeseca u restoranima i konobama na području Umaga, Novigrada, Brtonigle i Buja, te se u tim restoranima poslužuju jela od šparuga.
- Fažanski gušti i delicije: gastro-ponuda tijekom proljeća i jeseni istarskih delicija: rakova, pedoća, šparuga, maneštra, fuži, njoki, pljukanci. Manifestacije se održavaju tijekom sezone, predsezone i posezone u Fažani.
- Smotra vina središnje Istre: prezentacija vina vinara središnje Istre, proglašenje najboljih i cjelodnevna degustacija u konobama u Gračišću.
- Smotra vina južne Istre i Smotra ekstra djevičanskog maslinovog ulja: jedna od najstarijih smotri vina i ulja u Istri.

5. Svibanj:

- Rovinjski festival delicija: na gradskoj rivi predstavljaju se proizvođači pršuta, sira, maslinovog ulja, vina, likera i rakije, kruha, pekarskih proizvoda, tjestenine, aromatičnog bilja, proizvoda od gljiva, ribljih i mesnih specijaliteta. Također svoja umijeća pokazuju kovači, bačvari, lončari.
- Škola soljenja srdela: na fažanskoj rivi se uči kako soliti plavu ribu: šaka soli, red srdela, salamura, uteg. Mentori su iskusni fažanski ribari.
- Fešta od sarduna: održava se u Vabrigi i pokrenuta je kako bi se očuvala tradicija u kraju u kojem se živjelo od ribarstva. Ovdje je osnovana prva ribarska zadruga u Istri. Tradicija soljenja sarduna (inćuna) prenosila se s koljena na koljeno.
- Dan rakovica: fešta od „raki na fraški“, stari premanturski način pripremanja rakova: ribari su nekada, dok bi krpali mreže, bacali rakove u vatru od granja (fraški).
- Dani sira u Žminju: izlaganje proizvođača sira iz cijele Hrvatske. Nude se lokalni specijaliteti: skuta, svježi, polutvrdi i suhi sir s raznim dodacima, ravijoli, torta od sira i krumpira, fuži s kremom od sira i tartufa, labinski krafi. Izloženi sirevi se ocjenjuju i nagrađuju.
- Vinistra u Poreču: vodeća izložba vina u Istri i Hrvatskoj, okupljaju se kušači, proizvođači, struke i novinara. Smotra vina, maslina, rakija, vinarske opreme.

To je međunarodna manifestacija s bogatom ponudom za ljubitelje eno i gastro-doživljaja.

6. Lipanj:

- Dani istarske maneštre u Gračišću: održava se natjecanje i svaki natjecatelj bira sastojke koji njegovu maneštru čine posebnom.
- More na stolu: održava se u Fažani, specijaliteti od srdela, srdela na razne načine: na savor, pohane, marinada, slane srdele, pašteta, salata od srdela i rajčica, pašta sa srdelama, na gradelama, pikantni namaz. Uz gastro, na programu su i zabavni programi.
- Istrafest na Giardinima u Puli: ugostitelji, vinari, maslinari i medari na štandovima nude svoje proizvode.
- Fešta istarske malvazije u Brtonigli: jedna je od najstarijih manifestacija u Istri. Osim istarskog vina, održava se i utrka s bačvama.
- Ca su kuhale naše noni u Rapcu: manifestacija u kojoj lokalni ugostitelji tijekom ljeta na rivi pripremaju domaće delicije.
- Novigradske kapešante u Novigradu: gastro-manifestacija koja se održava na gradskoj rivi.
- Smotra vina istočne Istre u Skitači.

7. Srpanj:

- Fešta od kužine u Fažani: natjecanje u kuhanju raznih vrsta maneštra.
- Fešta od bobića u Babićima: natjecanje u pripremanju maneštre od bobića (mladog kukuruza).
- Rimski Valbandon: prezentacija rimske povijesti na području Fažane – rimske vile, uljare, tvornice amfora. Predstavljaju se jela po receptima staroga Rima.
- Slatko ljeto u Vodnjanu: degustacija istarskih (vodnjanskih) slastica: bubarske fritule i torte, kroštule, pampagnachi – tvrdi medenjak, kruh s grožđem.
- Brodet Cup u Vodnjanu: poznate osobe na medulinskoj rivi natječu se u kuhanju brodeta.
- Krafifest u Kršanu: natjecanje u pripremanju krafi.
- Festival od pulaštri u Funčićima (kod Gračišća): manifestacija s jelima od pileta, uz jelo se bira i najljepši pulaštar.

- Fešta od rajčica u Umagu: nude se jela s rajčicom, sa šalšom. Fešta završava vatrometom, uz gastro-ponudu na programu su i zabavni sadržaji.
- Gramperijada u Kašteliru: fešta od krumpira (gramper), osim jela spravljenih od krumpira nude se i kulturno-zabavni sadržaji, te se održava natjecanje u brzom guljenju krumpira.
- U carstvu muškata u Momjanu: međunarodna izložba vina, posebno muškata.

8. Kolovoz:

- Slatka Istra u Vižinadi: festival istarskih slastica. Biraju se najbolje fritule, povetice, pandešpanji, bucolaji, paštine, pince, kruštuli, cukerančići.
- Fešta od srdela u Fažani: osim spravljanja jela od srdela, održava se i zabavni program: natjecanje u nošenju ribarskih kašeta, veslanju, potezanju konopa.
- Fešta od pedoći u Vabrigi: u sklopu manifestacije održavaju se ribarske igre.
- Fešta od puži u Galižani: predstavljaju se jela od puževa (ciochi), puževi u šugu s palentom poznato je jelo iz rimskih vremena.
- Fešta od smoke i smokvenjaka u Barbanu: predstavljaju se proizvodi od smokava na barbanskoj placi.
- Makarunada u Žminju: fešta od makaruna (pašte).
- Polenta cup u Vodnjanu: natjecanje u pripremanju palente u umacima.
- Apicijeva žlica u Umagu: natjecanje u kuhanju u sklopu antike Sepomaia Viva.

9. Rujan:

- Dani smokve u Medulinu: smotra gastro-kreacija sa smokvama – salata od sipa i smokava, pršut sa smokvama, lisnato tijesto s gorgonzolom i smokvama.
- Fažanafest u Fažani: ugostitelji pripremaju jela od plave ribe: savor, musaka od srdela, punjene i pohane srdele, punjene filete srdela sa začinskim povrćem marinirane po fažanski.
- Valbandon spod čripnje: natjecanje u pripremi jela ispod čripnje, mesnih i ribljih. Proglašava se majstor pripremanja jela spod čripnje.
- Tuberfest u Livadama: dani istarskog tartufa, održava se sajam bijelog tartufa i poljoprivrednih proizvoda, popraćen zabavnim programom. Manifestacija završava izložbom, ocjenjivanjem i degustacijom mladih vina.

- Magistrala domaćih gastro-delicija u Buzetu: prezentacija jela po starinski. Stari grad postaje muzej običaja i tradicijskih obrta, igara, mužikanata i starinskih jela.
- Zlatna traverša u Savudriji: natjecanje u pripremanju brodeta.
- Praznik grožđa u Bujama: trodnevna manifestacija posvećena sjećanju na jesenske radove u polju, berbu i preradu grožđa. Program bogat od niza sportskih i zabavnih sadržaja – trka magaraca, gnječenje grožđa bosonogih žena, kušanje mošta, utrka bačvama po ulicama Buja, punjenje boca, stavljanje čepa i odlaganje u kašete.

10. Listopad:

- Zlatna švoja u Savudriji, Novigradu i Umagu: revija jela od listova (šoja). Na sjeveru Jadrana love se najbolji listovi, te se prave sa povrćem, šparugama, gljivama, tartufima i pršutom.
- Domaća rakija je naša medežija u Humu: smotra istarske žestice. Ocjenjuje se obična rakija, s rudom, travama, voćem i šumskim plodovima, medenica, krekovača, smrekovača, biska.
- Fešta od fruti u Kaldiru: festival voćarskih proizvoda. Kušaju se marmelade, kompoti, med, voćni sokovi, rakija, puretina u umaku od kiselih jabuka, njoki sa šljivama, palačinke s kaldirskom voćnom marmeladom.
- Fešta mladega vina u Svetvinčentu: istarski vinari predstavljaju svoje mlado vino.
- Internacionalni sajam pršuta u Tinjanu: trodnevna manifestacija pršuta iz svih regija.
- Kestenijada u Oprtlju: posjetitelji uživaju u pečenim kestenima, slasticama od kestena, te raznim jelima od kestena.

11. Studeni:

- Festival palente u Poreču: gastronomska manifestacija u kojoj se pripremaju jela od palente.
- Dani mladog maslinovog ulja u Vodnjanu: susret maslinara i uljara, ljubitelja dobre hrane i vina.
- Degustacija vina Momjanštine i Međunarodna vetrina muškata u Momjanu: program u kojem posjetitelji sami biraju najbolji muškat malih proizvođača.

- Gljivarijada u Brtonigli: branje gljiva, kušanje šumskih plodova.
- Dani gobic u Žminju: dani gljiva kada se u žminjskim restoranima mogu kušati jela od gljiva: šugo od gobic s makarunima, juha od vrganja, sunčanice na žaru.
- Divljač u istarskoj kužini u Pazinu: natjecanje u pripremi jela od divljači. Na jelovniku se mogu naći juha od fazana, srneći but s verzotom, pršut i salama od vepra i jelena, medvjeđe meso s borovnicom.

12. Prosinac:

- Prosinac u padeli na Portarati u Puli: svake subote tijekom prosinca pulski ugostitelji pripremaju razne vrste hrane.

Ovo su samo neke od manifestacija na istarskom području. Na manifestacijama se nudi raznovrsna istarska jela koja se mogu kušati i kupiti, a na nekim manifestacijama održavaju se radionice za djecu i odrasle, razna predavanja. Svi ti festivali i manifestacije imaju isti cilj, očuvanje lokalne tradicije, poticanje zaštite i vrednovanje autohtonih, izvornih proizvoda, podržavaju lokalne proizvođače, te razvoj novih proizvoda. Gastronomske manifestacije kao podvrsta kulturnih manifestacija od posebnog su značaja za Istarsku županiju, obogaćuju turističku ponudu, te se njima može produžiti turistička sezona, štite i promiču njene kulturne vrijednosti. Gastronomskim manifestacijama se privlači veliki broj posjetitelja, kako domaćeg stanovništva tako i turista.

4.2 Poslovni slučaj – gastronomska manifestacija „Pazi što jedeš“

„Pazi što jedeš“ je međunarodna manifestacija koja se održava od 2011. godine, te je ona projekt Etnografskog muzeja Istre i udruge Istarski Eko Proizvod. Manifestacija se sastoji od:

- stručnih predavanja,
- radionica tradicijske prehrane,
- okruglog stola na temu tradicijske i ekološke prehrane i
- sajamskog dijela na kojem se mogu kupiti ekološki proizvodi.

Vizija manifestacije je postati prepoznatljiv i uspješan projekt koji promovira tradicijsku i zdravu prehranu na razini Hrvatske i Europe. Želi se postići umreženost između javnih institucija u kulturi, odgojno-obrazovnih institucija, turističke zajednice i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, kako bi se educirala šira javnost o važnosti zdrave prehrane te da bi se potaklo očuvanje i prenošenje znanja o tradicijskim namirnicama i receptima koje su specifične za pojedine europske regije.

Misija manifestacije „Pazi što jedeš“ je promicanje tradicijske i zdrave prehrane putem izložbi, radionica, predavanja i sajma. Želi se kontinuirano promicati zdrava i lokalna prehrana kao jedinstveni kulturno-turistički proizvod.

Prva manifestacija „Pazi što jedeš“ održala se 2011. godine. Tadašnja tema bila je „Bolesti sadašnjice“, gdje se posebna pažnja posvetila šećernoj bolesti (dijabetesu). Te se godine ostvarila i suradnja sa dijabetičarskim udrugama Istre i Hrvatske.

Druga manifestacija održala se 2012. godine kada se prezentirala tema vezana uz prehranu u muzejima putem izložbi, ali i putem interneta. Tijekom manifestacije održana je i promocija kataloga izložbe „Ki sit, ki lačan“, izložbe svih istarskih muzeja na temu prehrane u Istri, a ostvarena je suradnja s Gradskim muzejom Požega kroz njihov blog „Muzej u loncu“.

Sljedeće godine, 2013., manifestacija se seli u novi prostor, Dom hrvatskih branitelja u Puli dok se prve dvije godine održavala u Etnografskom muzeju u Pazinu. Ova manifestacija je bila posvećena temi „Urbani/društveni vrtovi – način uzgoja i konzumacija hrane u urbanim sredinama“, a poseban naglasak bio je na predavačkom i radioničarskom dijelu manifestacije koja je obogaćena i proširena uz suradnju s udrugama Pusti priču i Zelena knjižnica.

„Hrana i djetinjstvo (nekada i sada)“ s posebnim naglaskom na važnost lokalne i zdrave hrane od najranije dobi te tijekom školovanja bila je tema za 2014. godinu. Znanstvena i stručna predavanja koja su se održala bila su na temu zdrave i tradicijske prehrane u vrtićima, osnovnim i srednjim školama i fakultetima. Održan je i okrugli stol na temu „Pazimo li što jedemo?“ – zdrava i tradicijska prehrana u školskim i vrtićkim jelovnicima u Puli. Radionice koje su se održavale bile su u

suradnji s vrtićima, školama i studentima, uz suradnju Zavoda za javno zdravstvo Istarske županije, Zelenom knjižnicom, udrugom Pusti priču, te su održane gostujuće radionice.

Prošlogodišnja peta manifestacija bila je na temu „Tržnice kao mjesta komunikacije“ s posebnim naglaskom na eko tržnice. Te se godine po prvi puta organizirao studentski dan na kojem su studenti sa Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli izlagali svoje radove na temu prehrane. Dio projekta je i izložba „Tržnica – trbuh grada“ koja je nastala u suradnji Etnografskog muzeja Istre i Pomorskog i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja Rijeka.[39]

Kao što je ranije spomenuto manifestacija se sastoji od:

- eko sajma na kojem se može naći mnogo certificiranih ekoloških proizvoda iz raznih županija gdje posjetitelji mogu degustirati, potražiti savjet i kupiti certificirane ekološke proizvode izravno od proizvođača;
- predavanja: s obzirom na temu manifestacija, većina predavanja posvećena je temi tržnice. Stručnjaci iz raznih područja (etnolozi/antropolozi, ekonomisti, sociolozi, poljoprivrednici) predstavljaju svoja istraživanja;
- radionica na kojima se priprema tradicijska tjestenina (pljukanci, fuži), gdje djeca i odrasli mogu naučiti pripremati paštu na način kako su to radili njihovi preci. Osim ovih radionica još se održavaju radionice pripovjednog tipa i likovne radionice.

Tema ovogodišnje manifestacije posvećena je Mediteranskoj prehrani, koja je od 2013. godine, putem multinacionalne kandidature Španjolske, Cipra, Grčke, Italije, Maroka, Portugala i Hrvatske pod nazivom: Mediteranska hrana (Mediterranean diet), upisana na Reprezentativnu listu svjetske nematerijalne kulturne baštine. Mediteranski model prehrane osnova je cjelokupnoga kulinarskog sustava obale, otoka i dijela zaleđa. Posebno se želi istaknuti važnost međusobne veze prirodnih resursa i ljudskih potreba te kao rezultat toga i ljudske vještine, odnosno znanja koje se održava na prehrani stanovnika. Život u skladu sa prirodnim bogatstvima osnova je takvog života i prehrane. Naglašavanjem važnosti uporabe ekoloških namirnica

[39] Pazi što jedeš, http://www.pazistojedes.com (pristupljeno 10. listopada 2016.)

prilikom pripremanja pojedinih jela dovodi u vezu projekt „Pazi što jedeš“ (koji promovira uporabu ekoloških namirnica prilikom pripreme lokalnih i tradicijskih recepata) sa daljnjim provođenjem aktivnosti uz upis Mediteranske prehrane na UNESCO-vu listu. Ovogodišnja manifestacija organizirana je u suradnji s Otvorenim učilištem Diopter te sa stalnim suradnicima, udrugama Pusti priču i Zelena Knjižnica.

Manifestacija se ove godine održala u periodu od 21.10. do 23.10.2016. godine u Circolu – zajednici talijana, od 10 sati do 19 sati. Manifestacija se održava jednom godišnje, te ima slobodan ulaz za sve posjetitelje. Karakter s obzirom na sudionike i izlagače je lokalni, regionalni, nacionalni i međunarodni.

Organizacijski tim se sastoji od sajmenog tima (Daniela Gašpar koordinatorica sajmenog tima, Dorian Siljan i Tina Šugar kao stručni suradnici), edukativni tim (Ina Delić koordinatorica tima, Megi Kožul i Irena Čatić kao stručne suradnice), koordinatorica Studentskog dana i volontera Marina Lovrić, PR Vlasta Vujačić i Tanja Kocković Zaborski kao voditeljica projekta. Stoga je broj angažiranih ove godine bilo 9, 30 volontera, 51 izlagač, te oko 3000 posjetitelja (utvrđeno metodom promatranja).

Budžet se sastojao od vlastitih sredstava, sponzorstava te ostalih prihoda. Sponzori su ove godine bili Ministarstvo kulture, Istarska županija, Odjel za poljoprivredu i Odjel za kulturu, Printim, Vitalis i Corona.

U sklopu manifestacije ove godine organiziran je okrugli stol, predavanja, studentski dan, radionice, eko kutak, Živa Knjižnica i eko sajam.

Na okruglome stolu propitivala se implementiranost Mediteranske prehrane u naše svakodnevne jelovnike. Potakla se diskusija o aktivnostima koje se organiziraju vezano uz upis ovog fenomena na UNESCO-vu listu.

Od predavanja možemo izdvojiti:

- „(Do)živjeti mediteransku kuhinju: ekomuzeologija i promocija mediteranske kuhinje“ – na ovome predavanju predstavio se projekt (Do)živjeti mediteransku kuhinju. Projekt podrazumijeva upoznavanje mediteranske kuhinje odlaskom na lokalnu tržnicu, odabirom namirnica, čišćenjem ribe i spremanjem raznih namirnica, a tada i kušanje jela koji polaznici pripremaju sa svojim mentorima.

- „Permakulturom do zdravlja“ – Udruženje građana Nešto Više (BIH) je u posljednjih godinu i pol u procesu podučavanja građanstva uzgoju eko hrane, na oglednoj farmi kod Mostara, proizvelo i doniralo više od 10 tona povrća i voća marginaliziranim grupacijama kojima je zdrava prehrana najnedostupnija. Uz pomoć permakulture, žele oglednu farmu unaprijediti i učiniti je što je moguće više sistemom koji ne narušava, nego funkcionira u skladu sa prirodom.
- „U se i na se“ – predavač Emir Komić ekološki je proizvođač i poznavatelj samoniklog bilja, te je na svom predavanju publiku upoznao sa primjenom ljekovitog bilja u kozmetici i prehrani.
- „Uloga maslinovog ulja u mediteranskoj prehrani“ – maslinovo ulje kao neizostavna namirnica mediteranske kuhinje: promjene i rezistentnost prilikom termičke obrade, sljubljivanje s tipičnim namirnicama Mediterana (rukola, riba, šparoge, rajčica, bosiljak), kemijski sastav i nutritivna vrijednost te benefiti na ljudsko zdravlje.
- „Uloga ribe u mediteranskoj prehrani“ – ribe, rakovi i školjkaši predstavljaju okosnicu mediteranske prehrane. Njihova nutritivna vrijednost pruža razne dobrobiti za ljudsko zdravlje, ali se u takvim proizvodima može naići i na nepoželjne elemente koje akumuliraju iz okoliša. Važno je poznavati okvire sigurnosti i kvalitete koji se primjenjuju u proizvodnom lancu za ribe i druge moreske organizme.

Studentski dan je osmišljen kao platforma za studente gdje će moći široj javnosti prezentirati svoja istraživanja i zaključke na temu prehrane, održivog razvoja i ekologije. Organiziran je u suradnji sa Fakultetom ekonomije i turizma dr. Mijo Mirković iz Pule.

Radionice su namijenjene prvenstveno djeci, ali iz godine u godinu njihova raznolikost raste te se u njih sve više uključuju i odrasli. Neke od radionica su pašta po starinski, radionice pripovijedanja, radionice sađenja, radionica izrade prirodne kozmetike, likovna radionica, radionica „kukci od plastelina“, Zdravo po mom, radionica decoupaga i radionica izrade smoothija.

U eko kutku se moglo upoznati eko poljoprivrednike i njihov način rada. Eko kutak pružio je posjetiteljima priliku da saznaju kako se riješiti puževa, koliko očiju ima pčela i zašto je dobro posaditi neven blizu mrkve.

Živa knjižnica je inovativna metoda upoznavanja s različitim temama. „Knjige“ predstavljaju ljudi koji će ispričati svoja iskustva na određenu temu. Čitatelj posuđuje/odabire „knjigu“ na ograničeno vrijeme (15 minuta) te saznaje sve što ga zanima, a zatim „knjigu“ vraća na police za drugu posudbu.

U sklopu manifestacije organiziran je eko sajam koji je okupio 50 certificiranih ekoloških proizvođača iz cijele Hrvatske i susjednih zemalja. Cilj sajmenog dijela je omogućiti direktan kontakt potrošača i proizvođača eko proizvoda te učiniti dostupnom što širu paletu ekoloških proizvoda na jednom mjestu.

Osim navedenog na manifestaciji se održala „Interkulturalna večera na kojoj su gostovale dvije osobe iz Latvije i Ukrajine. One su napravile i prezentirale svoja tradicionalna jela, te su ih posjetitelji mogli degustirati. Također se održala „Pekina marenda i Dorianova večera“ na kojoj su skuhana i prezentirana tradicionalna istarska jela, te su ih posjetitelji mogli kušati. Na manifestaciji su se održali i razni koncerti.

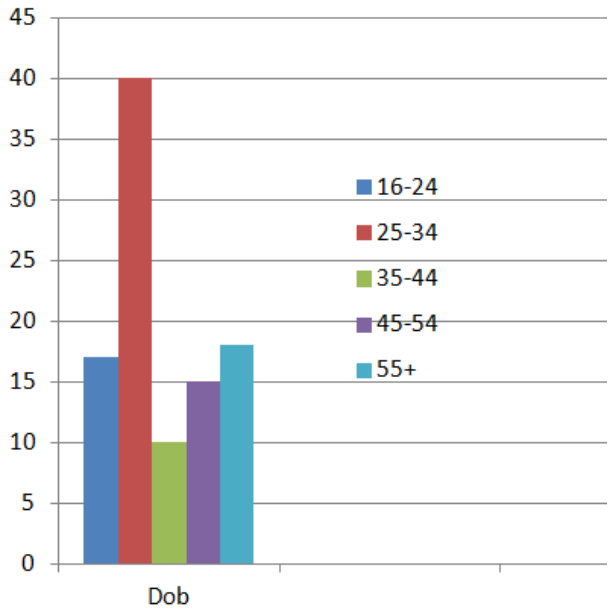
4.2.1 Analiza gastronomske manifestacije „Pazi što jedeš 2016“

U ovome poglavlju predstaviti će se rezultati anketa za posjetitelje i izlagače gastronomske manifestacije „Pazi što jedeš“.

4.2.1.1 Analiza anketa za posjetitelje

Posjetitelje se anketiralo kroz tri dana koliko je manifestacija trajala, od 21.10. do 23.10. ove godine. Angažiran je jedan anketar i prikupljeno je 100 anketa.

Graf 2. Dob posjetitelja



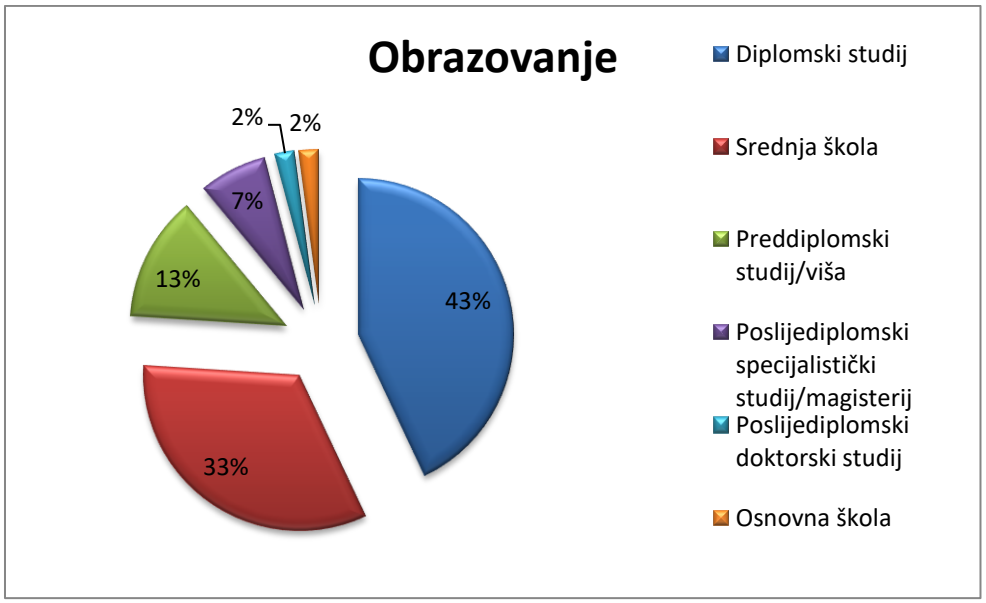
Izvor: Samostalna obrada autorice

Tablica 5. Mjesto dolaska posjetitelja

MJESTO	**POSTOTAK**
Pula	84%
Vodnjan	4%
Poreč	2%
Rovinj	2%
Medulin	2%
Zagreb	2%
Prelog	2%
Posušje	1%
Mala Subotica	1%

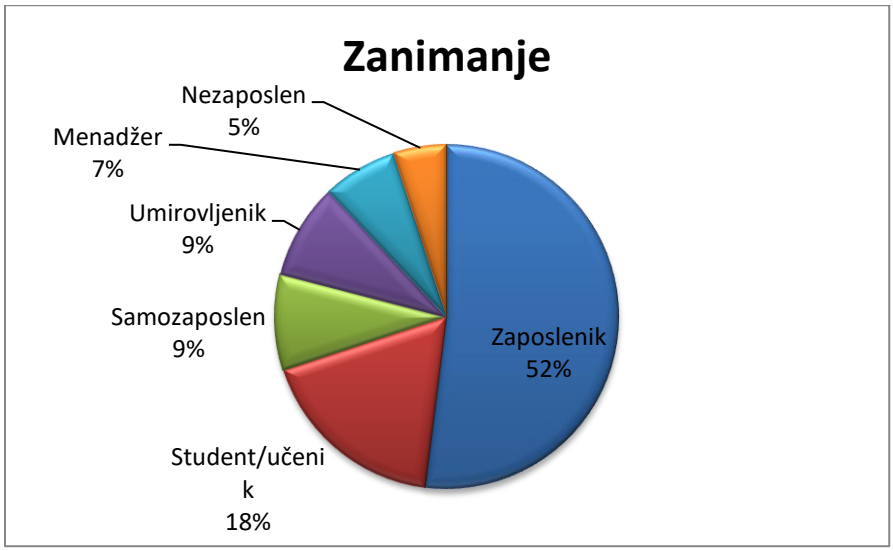
Izvor: Samostalna obrada autorice

Graf 3. Stupanj obrazovanja posjetitelja



Izvor: Samostalna obrada autorice

Graf 4. Zanimanje posjetitelja



Izvor: Samostalna obrada autorice

Prosječan posjetitelj ima između 25 i 34 godine (graf 2.) i završio je diplomski studij (graf 3.), odnosno fakultet. Najviše posjetitelja, čak njih 84% dolazi iz Pule (tablica 5.). Njih 99% dolazi iz Hrvatske dok 1%, odnosno jedan posjetitelj dolazi iz Bosne i Hercegovine. 79% ispitanika su žene, a 21% čine muškarci. Prema grafu 4. možemo vidjeti da su čak 52% ispitanika zaposleni, iza njih slijede studenti/učenici (18%) budući da je manifestaciju posjetilo dosta studenata za koje je bio organiziran Studentski dan, dok preostali broj čine umirovljenici (9%), menadžeri (7%), nezaposleni (5%) i samozaposlenici (3%).

Prosječna potrošnja u kunama po posjetitelju iznosi oko 150 kuna, te se potrošnja uglavnom odnosila na odrasle osobe, a tek je deset ispitanika reklo da se potrošnja odnosi i na djecu (mlađu od 15 godina). U tablici 6. možemo vidjeti koje su sve proizvode posjetitelji kupovali tokom tri dana manifestacije.

Tablica 6. Popis najčešće kupljenih proizvoda na manifestaciji

KATEGORIJE	**PROIZVODI KUPLJENI NA MANIFESTACIJI**
BRAŠNA/TJESTENINE	Brašno, razne tjestenine
PRIDONA KOZMETIKA	Proizvodi od lavande, ulje od lavande, krema za ruke, eterična ulja
SLASTICE	Marmelada, zdrave slastice, džem od aronije, med, pita od tikvica, razni kolači, krempita od batata, čokolada od konoplje, keksi od konoplje, pekmez od šljiva i smokvi
SJEMENKE/ŽITARICE/KRUH	Kruh, proizvodi od lana, lješnjaci, grah, orašasti proizvodi, konoplja, orah, razne žitarice, sušena buča, rogač, heljda, bučine sjemenke
ULJA/MASLACI	Bučino ulje, ocat od šipka,
ZAČINI	Solni cvijet, prah od aronije
NAPITCI/ČAJEVI	Sok od aronije, čaj od aronije, sirup od aronije, čaj od majčine dušice, vino
NAMAZI	Namaz od patlidžana, voćni namazi, hrenada, namaz od bučinih sjemenki, senf, ajvar
VOĆE I POVRĆE	Limuni, jabuke, batat, češnjak, tikve, mandarine, bundeva
MLIJEČNE PRERAĐEVINE	Sir, jogurt, mliječni namazi
SUHOMESNATI PROIZVODI	Panceta, salama
OSTALO	Eko termos boce, bezglutenska hrana

Izvor: Samostalna obrada autorice

Tablica 7. Izvor informiranja

IZVOR INFORMIRANJA	POSTOTAK
Prethodni posjet	34%
Slučajan prolazak	3%
Internet	26%
Društvene mreže	26%
Preporuka lokalnih žitelja	8%
Preporuka rodbine ili prijatelja	32%
Preporuka Turističke zajednice	1%
Brošure, oglasi, plakati	33%
Ostalo	9%

Izvor: Samostalna obrada autorice

U tablici 7. možemo vidjeti da je najviše bilo posjetitelja (34%) koji su već ranije posjetili ovu manifestaciju, čime se vidi da je manifestacija na dobrome glasu i da osobe ponovo posjećuju ovu manifestaciju. Zatim od izvora informiranja slijede brošure, oglasi i plakati (33%) i preporuka rodbine ili prijatelja (32%). Najmanji postotak čini preporuka turističke zajednice (samo 1%) čime možemo zaključiti da bi trebali poraditi na tome, odnosno da bi se manifestacija trebala više oglašavati preko turističke zajednice iz razloga kako bi manifestaciju mogli posjetiti i turisti. Predlaže se da se manifestacija uključi u turističku ponudu. 9% čine ostali izvori informiranja, a to su član IEP-a (1%), direktna suradnja (1%), nastava/preporuka profesora/škola (3%), sudionici (1%) i radio (3%).

Što se tiče broja posjeta 39% ispitanika posjetilo je manifestaciju prvi put, 34% ispitanika posjetilo je manifestaciju tri do pet puta, drugi puta je posjetilo manifestaciju 23% ispitanika i 4% ispitanika je posjetilo manifestaciju šesti put zaredom, odnosno do sada su manifestaciju posjetili svih šest godina zaredom.

Tablica 8. Motivi dolaska posjetitelja

MOTIVI DOLASKA POSJETITELJA	POSTOTAK
Kupnja ekoloških proizvoda	64%
Sudjelovanje na radionicama	20%
Gastronomska ponuda manifestacije	27%
Kulturna ponuda manifestacije	12%
Upoznavanje s lokalnim proizvođačima ekoloških proizvoda	37%
Upoznavanje s proizvođačima ekoloških proizvoda izvan Istre	19%
Kvalitetno provedeno vrijeme s obitelji	12%
Kvalitetno provedeno vrijeme s prijateljima	29%
Imidž/reputacija manifestacije	6%
Popunjavanje slobodnog vremena	16%
Znatiželja	40%
Ostalo	5%

Izvor: Samostalna obrada autorice

Najveći broj ispitanika je posjetilo manifestaciju kako bi kupili ekološke proizvode (64%), 40% ispitanika je došlo na manifestaciju iz znatiželje, dok je njih 37% posjetilo manifestaciju kako bi se upoznali s lokalnim proizvođačima ekoloških proizvoda. Iz toga možemo zaključiti kako je većina ispitanika došla ciljano na manifestaciju i da ih je zaista zanimala sama manifestacija, sajam i ekološki proizvodi (tablica 8.). Ostali motivi dolaska (5%) su posao (1%), predavanje (1%), suradnja s organizacijama (1%) i volontiranje (2%).

Tablica 9. Pratnja na manifestaciji

PRATNJA NA MANIFESTACIJI	POSTOTAK
Prijatelj	58%
Obitelj	26%
Djeca	2%
Partner	11%
Sam	15%
Ostalo	3%

Izvor: Samostalna obrada autorice

Najveći postotak posjetitelja (58%) je manifestaciju posjetilo sa prijateljima 26% je došlo sa obitelji, dok ih 15% došlo samo, 11% sa partnerom, sa djecom 3%, te ostala pratnja (3%) na manifestaciji su učenici, udruge i kolege (tablica 9.).

Što se tiče doživljaja sudjelovanja na manifestaciji, 85% ispitanika je reklo kako će im ovaj osjećaj ostati u sjećanju, 14% njih je izjavilo kako će im ovaj doživljaj ostati trajno u sjećanju jer je imao trajni učinak na promjenu njihovih stavova i ponašanja, te je čak 1% izjavio kako im ovaj doživljaj neće uopće ostati u sjećanju.

63% ispitanika je iznimno zadovoljno sa eko sajmom, dok je preostali broj ispitanika izjavio da je zadovoljan sa eko sajmom. Od svih ispitanika samo je 26 osoba posjetilo radionice te su zadovoljni sa njima. Neke od radionica koje su posjetili su:

- Zdravo po mom,
- Izrada prirodne kozmetike,
- Složi svoj doručak,
- Likovna radionica,
- Radionica sađenja,
- Radionica izrade pašte,
- Radionica pripovijedanja,
- Decoupage.

18% ispitanika je posjetilo predavanja i izjavili su da su zadovoljni njima. Neki od predavanja koje su posjetili:

- Uloga maslinovog ulja u mediteranskoj kuhinji,
- Permakulturnom do zdravlja,
- Uloga ribe u mediteranskoj prehrani,
- Eko je fora,
- Doživjeti mediteransku kuhinju.

Ostale elemente manifestacije ocijenilo je samo 8% ispitanika, te su izjavili da su uglavnom zadovoljni. Elementi koje su ispitanici još ocijenili su:

- degustacija proizvoda, izlagači;
- raznolikost ponude;
- organizacija;
- volonteri (info pult);
- Živa knjižnica.

Tablica 10. Ocjena zadovoljstva organizacijskim aspektom manifestacije

ELEMENTI ZADOVOLJSTVA	**PROSJEČNA OCJENA**
Profesionalnost djelatnika	4,81
Uslužnost djelatnika	4,77
Urednost i čistoća mjesta održavanja manifestacije	4,72
Datum održavanja manifestacije	4,69
Atmosfera na manifestaciji	4,61
Dostupnost wc-a	4,53
Prikladnost mjesta održavanja manifestacije	4,45
Informiranost o održavanju	4,37
Kvaliteta zabavnog programa	4,28
Signalizacija prema mjestu održavanja manifestacije	4,07
Dostupnost parking mjesta	3,00

Izvor: Samostalna obrada autorice

Analizom zadovoljstva organizacijskim aspektima manifestacije (tablica 10.) može se zaključiti kako su anketirani posjetitelji najviše zadovoljni profesionalnošću djelatnika (4,81), zatim uslužnošću djelatnika (4,77) te je na trećem mjestu urednost i čistoća mjesta održavanja manifestacija (4,72). Najmanje su zadovoljni sa dostupnošću parking mjesta (3,00) što je doista bio problem budući da nigdje u blizini mjesta održavanja manifestacije nije postojao parking gdje bi se posjetitelji mogli parkirati, a da zaista ima mjesta i da se parking ne plaća.

Tablica 11. Stupanj slaganja sa tvrdnjama glede vrijednosti manifestacije

SLAGANJE S TVRDNJAMA	**PROSJEČNA OCJENA**
Pričati ću pozitivno o ovoj manifestaciji	4,88
Ponovo ću posjetiti ovu manifestaciju	4,82
Preporučiti ću ovu manifestaciju	4,78
Manifestacija je vrijedila potrošenog (novca, vremena, truda)	4,60
Manifestacija je ponudila više vrijednosti u usporedbi s ostalim gastro manifestacijama	4,12

Izvor: Samostalna obrada autorice

Prema tablici 11. možemo vidjeti da se anketirani posjetitelji najviše slažu sa tvrdnjom da će pozitivno pričati o ovoj manifestaciji (4,88), dok se najmanje slažu sa tvrdnjom da je manifestacija ponudila više vrijednosti u usporedbi s ostalim gastro manifestacijama (4,12).

29% anketiranih posjetitelja dalo je svoj komentar na manifestaciju, od čega se u najvećem dijelu radio o pohvalama manifestaciji (tablica 12.).

Tablica 12. Analiza komentara posjetitelja

POHVALE	KRITIKE I PRIJEDLOZI
- Super ste. - Samo naprijed. Hvale vrijedna manifestacija. - Pohvale organizatorima. - Hrana je odlična. - Odlična manifestacija. - Samo nastavite. - Predavanja su super. - Bravo. - Zanimljivo, korisno, zdravo. Pohvale organizatorima. - Lijepo i kvalitetno. - Zadovoljna. - Sretno. - Dođite opet. - Samo tako, odlični ste. - Bravo za organizatore i čestitke na radu. - Samo sve najbolje. - Pohvale. - Potrebno je više ovakvih manifestacija.	- Predavanja – više informirati o njima. Mala posjećenost. - Još više edukativnih predavanja. - Otvaranje pomaknuti kasnije, u poslijepodnevnim satima kako bi mogli doći svi. - Sve pohvale, ali pojačati radionice za srednjoškolce. - Vratiti se u Dom hrvatskih branitelja. - Prostor je odličan, samo da je malo veći. - Veći prostor. - Naznačiti posjetiteljima dostupna mjesta za parking. - Održavati više puta godišnje.

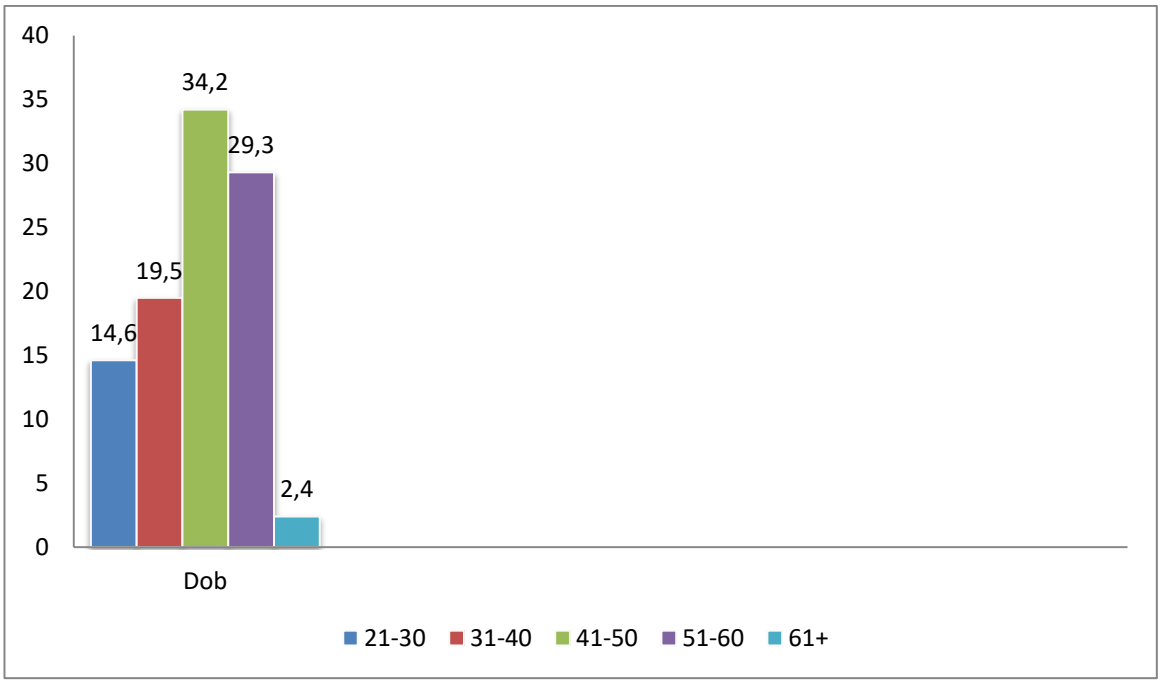
Izvor: Samostalna obrada autorice

4.2.1.2 Analiza anketa za izlagače

Anketiranje posjetitelja trajalo je tijekom tri dana koliko je trajala manifestacija, angažiran je jedan anketar, te je prikupljeno 41 anketa.

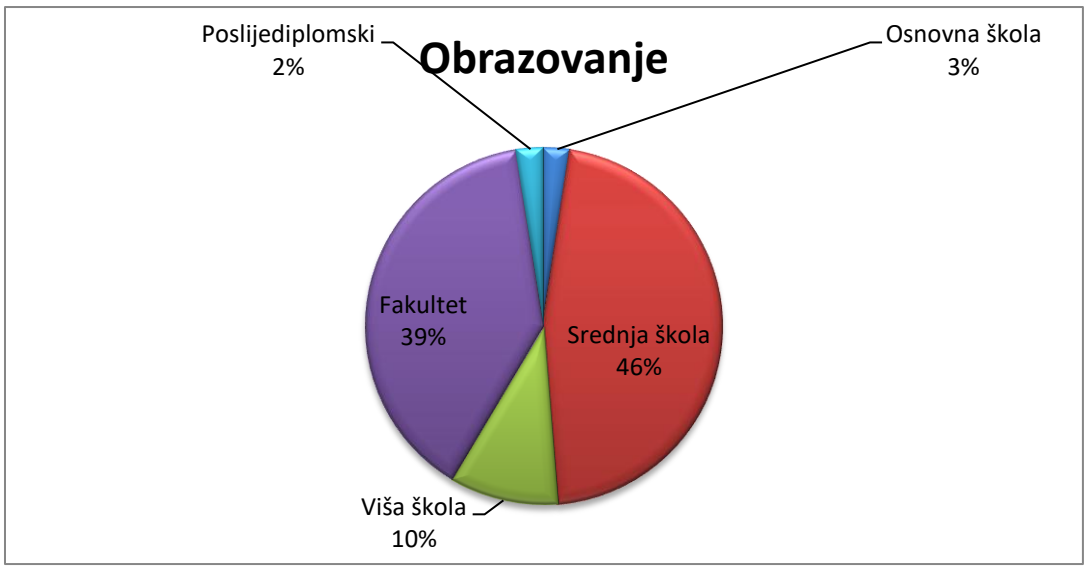
Prosječan izlagač ima između 41 i 50 godina (graf 5.), te 46,3% njih ima završenu srednju školu (graf 6.). Najviše je bilo izlagača ženskog spola (56,1%), dok je muških izlagača bilo 43,9%.

Graf 5. Dob izlagača



Izvor: Samostalna obrada autorice

Graf 6. Stupanj obrazovanja izlagača



Izvor: Samostalna obrada autorice

Od sveukupnog broja izlagača njih 82,9% je već sudjelovalo na manifestaciji „Pazi to jedeš“ i to njih 31,7% je sudjelovalo tri puta, 17,1% ih je sudjelovalo dva puta, 7,3% ih je sudjelovalo jedan put, te isti postotak izlagača je sudjelovalo četiri do šest puta, dok njih 22% nije odgovorilo na pitanje.

Na pitanje da li su sudjelovali na nekoj sličnoj gastro manifestaciji njih 63,4% je odgovorilo sa DA, dok je njih 36,6% odgovorilo sa NE. Od izlagača koji su odgovorili sa DA sudjelovali su na manifestacijama 100% Zagorsko, Bučijada, Dani luka, Dani maslinovog ulja, Dioklecijanov podrum, Eko Cvetko, Eko Fijera Split, Eko sajam Čazma, Eko sajam Opatija, ISAP – mirisi i okusi Istre, Sajam čokolade i vina, Jesen u Lici, Mystic Organica, Šta su jeli naši stari, Vegafest, Zegevege, Žmergo eko i još puno njih.

Na pitanje koliko važnim smatraju sudjelovanje na manifestacijama kao što je „Pazi što jedeš“ anketirani izlagači su se složili sa tvrdnjom, odnosno smatraju da je bitno sudjelovanje na sličnim manifestacijama (4,75).

Tablica 13. Stupanj slaganja s tvrdnjama glede informacija o manifestaciji

SLAGANJE S TVRDNJAMA	**PROSJEČNA OCJENA**
Poznavanje informacija o medijskoj popraćenosti (broj članaka u novinama, časopisima o festivalu, statistika posjećenosti web stranice festivala)	4,34
Poznavanje profila posjetitelja (starost, spol, profesija, obrazovanje, prihodi, država/grad dolaska)	3,93
Poznavanje motiva dolaska posjetitelja (odmor, zabava, učenje putem izložbi, degustacija jela i pića, kvalitetno provedeno vrijeme s obitelji i prijateljima…)	4,27
Poznavanje potrošnje posjetitelja na manifestaciji	4,10

Izvor: Samostalna obrada autorice

Prema tablici 13. anketirani izlagači najviše se slažu s tvrdnjom da je važno poznavanje informacija o medijskoj popraćenosti (4,34), zatim slijedi poznavanje motiva dolaska posjetitelja (4,27), na trećem mjestu je poznavanje potrošnje

posjetitelja (4,10), a najmanje se slažu sa tvrdnjom da je važno poznavanje profila posjetitelja manifestacije (3,93).

Tablica 14. Stupanj slaganja sa tvrdnjama glede donošenja odluka o izlaganju na manifestaciji

SLAGANJE S TVRDNJAMA	**PROSJEČNA OCJENA**
Izgradnja imidža	4,50
Promocija	4,80
Prodaja vlastitih proizvoda	4,60
Mogućnost zarade	4,28
Upoznavanje konkurencije	3,80
Stvaranje poslovnih veza - umrežavanje	4,28

Izvor: Samostalna obrada autorice

Kod razloga koji su važni za donošenje odluka o izlaganju na manifestaciji (tablica 14.) izlagači su se složili da je najvažnija promocija (4,80), zatim je važna prodaja vlastitih proizvoda (4,60), slijedi izgradnja imidža (4,50), a najmanje je važno upoznavanje konkurencije (3,80).

Na pitanje da li su izlagači imali problema u suradnji sa organizatorima manifestacije, Etnografskim muzejom Istre i Udrugom Istarski eko proizvod, 40 izlagača (97,6%) je izjavilo kako nisu imali nikakvih problema sa organizatorima manifestacije, dok je 1 izlagač (2,4%) odgovorio kako je imao problema, odnosno da je bila loša komunikacija s organizatorima.

Što se tiče komentara na manifestaciju, 21 izlagač (51,2%) je ostavio komentar na manifestaciju. Najvećim dijelom se radi o pohvalama, dok je šest izlagača ostavilo kritike i prijedloge na manifestaciju (tablica 15.).

Tablica 15. Analiza komentara izlagača

POHVALE	KRITIKE I PRIJEDLOZI
- Samo naprijed, super ste. - Odlična organizacija, odlična atmosfera, druženje. - Bilo je lijepo i dobro. - Samo pohvale organizatorima. - Super ste. Nastavite tako. Hvala vam na lijepom i ugodnom vikendu. - Sve 5. - Odlična organizacija, iznimno mi se svidio dio Pekine marende i Dorianove kuhinje, sve pohvale. - Učimo od vas i iskustva prenosimo na kontinent. - Hvale vrijedna manifestacija. Nadamo se budućoj suradnji. - Pohvale organizatorima za korektnost i savršenu organizaciju. - Hvala vam za organizaciju. - Vrlo dobro. - Sve pohvale.	- Predugo traje (3 dana). - Povratak u Dom hrvatskih branitelja. - Bolje medijski popratiti manifestaciju u ostalim krajevima Hrvatske. - Veća promocija. - Nisu jednaki uvjeti za sve, neki su bili vani, a neki unutra. - Staviti sve izlagače u zatvoreni prostor.

Izvor: Samostalna obrada autorice

5. ZAKLJUČAK

Kulturne manifestacije snažan su pokretač turizma i vrlo su važan faktor strategije razvoja Istarske županije, ali i države općenito. One povećavaju stupanj atraktivnosti turističkom mjestu i obogaćuju sadržaj boravka i stvaraju mogućnost veće turističke potrošnje turista. Njihov kulturni značaj vidljiv je kroz očuvanje i promociju tradicije, a društveni značaj u unapređenju života lokalne zajednice i privlačenju većeg broja gostiju, dok su ekonomski učinci vezani uz ostvarivanje prihoda i stvaranju potencijala za daljnji razvoj.

Gastronomske manifestacije kao podvrsta kulturnih manifestacija od posebnog su značaja za Istarsku županiju, obogaćuju njenu turističku ponudu, štite i promiču njene kulturne vrijednosti, prenose tradiciju kuhanja na sljedeće generacije, ali i na turiste koji posjećuju županiju.

Kao što je vidljivo iz cjelokupnog rada Istra ima bogatu gastronomsku ponudu, te se kroz cijelu godinu odvijaju razne gastronomske manifestacije (kojih je u 2016. godini održano čak 170) na kojima je moguće kušati istarsku kuhinju, od pašte, sira, maslinovog ulja, tartufa, vina, pršuta, morskih plodova i drugo. Gastronomske manifestacije privlače velik broj posjetitelja, kako domaćeg stanovništva, tako i turista. One služe i kao sredstvo za promociju Istre, i na taj se način pokazuje kako Istra ima prirodne vrijednosti, te materijalno i kulturno naslijeđe.

Na primjeru analizirane gastronomske manifestacije „Pazi što jedeš“ mogli smo vidjeti kako postoji potražnja za ovom vrstom manifestacija, ali lokalno stanovništvo nije dovoljno upućeno u održavanje gastronomskih manifestacija. Lokalnom stanovništvu nije primarni motiv dolaska na manifestaciju samo kušanje i kupnja lokalnih proizvoda nego i osjećaj ponosa te jačanje lokalne zajednice, očuvanje lokalne tradicije, poticanje i vrednovanje autohtonih i izvornih istarskih proizvoda. Ponose se svojom kulturom, te žele da se ona prenese i na ostale dijelove Hrvatske i svijeta. Također se putem istraživanja došlo do zaključka da žele upoznati lokalne proizvođače ekoloških proizvoda, žele se upoznati sa njihovim radom, te vrlo rado primaju njihove savjete i znanja u pripremanju tradicijskih jela.

Anketiranjem izlagača na gastronomskoj manifestaciji „Pazi što jedeš“ došlo se do saznanja da je glavni razlog sudjelovanja na ovoj vrsti manifestacije jačanje svijesti o suradnji između malih proizvođača tradicijske i ekološke hrane i lokalne zajednice, žele promovirati zdrav način uzgoja hrane, prenijeti svoja znanja u pripremanju tradicijskih jela. Taj cilj dijele proizvođači ekoloških proizvoda koji dolaze iz Istre, ali i izlagači koji su došli iz ostatka Hrvatske.

Posjetitelji i izlagači gastronomske manifestacije „Pazi što jedeš“ složili su se oko toga da manifestacija nije dovoljno promovirana, te bi se medijski trebala bolje popratiti kako u Istri, tako i u cijeloj Hrvatskoj. Za posjetitelje je to važno kako bi mogli doći do potrebnih informacija kao što su mjesto održavanja, što se nudi na manifestaciji i slično, dok je izlagačima bitna promocija njih samih, te promocija i kupnja njihovih proizvoda. Predlaže se organizatorima manifestacije da sljedeće godine više obrate pažnju na promociju, te da naprave redizajn web stranice kako bi preko nje posjetitelji/izlagači mogli doći do važnih informacija i bitnih saznanja. Svakako je bitno da se i dalje oglašavaju preko društvenih mreža jer se većina današnjeg stanovništva služi njima. Posjetitelji i izlagači ove gastronomske manifestacije su zadovoljni organizacijskim aspektima i dijelovima manifestacije, te zabavnim programom.

Istra ima potencijal za razvoj gastronomskog turizma. Stoga je potrebno usmjeriti razvoj turizma i prema ovoj podvrsti turizma, jačati imidž županije, obogatiti njenu turističku ponudu bez nanošenja štete resursima, te poticati pozitivne promjene u društvu i okolišu. Treba paziti na učinke manifestacije, pozitivne razvijati, a negativne učinke nadzirati i smanjivati njihove troškove. Treba imati na umu kako je organizacija manifestacija prilika za isticanje kvalitete i posebnosti destinacije jer one čine destinaciju pristupačnijom, te treba naći način kako to iskoristiti i usmjeriti prema razvoju gastronomskog turizma.

LITERATURA

Knjige:

1. Dragićević Šešić, M., Stojković, B.: *Kultura- menadžment/animacija/marketing*, Kulturno informativni centar, Zagreb, 2013.
2. Geić, S.: *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilišni studijski centar za stručne studije, Split, 2011.
3. Jelinčić, D. A.: *Abeceda kulturnog turizma*, Meandarmedia, Zagreb, 2009.
4. Medvedec Buršić, V.: *Tradicionalna istarska jela – sezonska i blagdanska*, Izdavačko poduzeće reprezent d.o.o., Račice, 2010.
5. Van Der Wagen, L., Carlos, B. R.: *Event Management – Upravljanje događanjima – za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja*, Mate d.o.o., Zagreb, 2008.

Internet:

1. Istarska enciklopedija, http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948, pristupljeno 02. studeni 2016.
2. Istra Gourmet, http://www.istria-gourmet.com/, pristupljeno 10. studeni 2016.
3. Pazi što jedeš, http://www.pazistojedes.com, pristupljeno 10. listopad 2016.
4. Turistička zajednica Istarske županije, http://www.istra.hr/hr/home, pristupljeno 06.12.2016.

Materijali s predavanja:

1. Trošt Lesić, K.: *Definicija festivala i manifestacija*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.
2. Trošt Lesić, K.: *Učinci manifestacija i metode mjerenja*, Predavanje iz kolegija Planiranje i organizacija kulturnih manifestacija, Pula, 2014.

Ostala literatura:

1. Brščić, K., Trošt, K., Kezić, N.: *The role of honey exhibition in rural development: Case of Istrian region* (Croatia)

2. Hall C. M., Sharples, L.: *Food and Wine Festivals and Events Around the World (Development, Managment and Markets)*, Elsevier Ltd., Hungary, 2008.
3. Cohen, E., Avieli, N.: Food in tourism – Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, Elsevier Ltd., Great Britain, 2004.
4. Ur. Kocković Zaborski, T.: *6. Pazi što jedeš (katalog)*, 300 - Zagrebačka naklada, 2016.

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFOVA

Popis slika:

Slika 1. Ekonomske i turističke uloge događaja……..…….10

Slika 2. Održive manifestacije…….20

Slika 3. Izvori informacija za evaluaciju manifestacija……...21

Slika 4. Kulinarski turizam kao niša i posebni interesi u turizmu……...29

Popis tablica:

Tablica 1. Pokazatelji ekonomskih učinaka manifestacija……..…17

Tablica 2. Pokazatelji društvenih učinaka manifestacija…….18

Tablica 3. Pokazatelji okolišnih učinaka manifestacija……19

Tablica 4. Metode kod predviđanja posjećenosti na otvorenim manifestacijama…..23

Tablica 5. Mjesto dolaska……53

Tablica 6. Popis najčešće kupljenih proizvoda na manifestaciji…...……55

Tablica 7. Izvor informiranja……56

Tablica 8. Motivi dolaska posjetitelja…….57

Tablica 9. Pratnja na manifestaciji…….58

Tablica 10. Ocjena zadovoljstva organizacijskim aspektom manifestacije…….59

Tablica 11. Stupanj slaganja sa tvrdnjama glede vrijednosti manifestacije……....60

Tablica 12. Analiza komentara posjetitelja……...61

Tablica 13. Stupanj slaganja s tvrdnjama glede informacija o manifestaciji……63

Tablica 14. Stupanj slaganja sa tvrdnjama glede donošenja odluka o izlaganju na manifestaciji……...64

Tablica 15. Analiza komentara izlagača……....65

Popis grafova:

Graf 1. Broj manifestacija kroz cijelu godinu……41

Graf 2. Dob posjetitelja……53

Graf 3. Stupanj obrazovanja posjetitelja……54

Graf 4. Zanimanje posjetitelja……54

Graf 5. Dob izlagača……62

Graf 6. Stupanj obrazovanja izlagača……62

SAŽETAK

U ovom diplomskom radu pojašnjavaju se pojmovi kulturnog turizma, kulturnih manifestacija, gastronomije odnosno gastronomskih manifestacija na području Istre, te se isti prikazuju kroz praktični primjer odabrane gastronomske manifestacije „Pazi što jedeš“ . Gastronomske manifestacije su od velikog značaja za Istru, održavaju se cijele godine, obogaćuju njenu turističku ponudu, privlače turiste tokom sezone, ali i van sezone. Također, štite i promiču kulturne vrijednosti, prenosi se tradicija kuhanja na sljedeće generacije i na turiste koji posjećuju županiju što se može vidjeti na odabranom primjeru.

Ključne riječi: kulturni turizam, kulturne manifestacije, gastronomske manifestacije, Istra, Pazi što jedeš.

SUMMARY

This thesis explains the concepts of cultural tourism, cultural events, gastronomy and gastronomic events in Istria, and it is displayed through the practical example of selected gastronomic event „Pazi što jedeš“. Gastronomic events are held throughout the year and they are of great importance for Istria, they enrich its tourism offer, attracting tourists during the peak season and also off-season. In a selected example we can see that gastronomic events protect and promote cultural values and also help in passing cooking traditions to the next generations and the tourist who visit the county.

Key words: cultural tourism, cultural events, gastronomic events, Istria, Pazi što jedeš.