

# Tradicionalna ponuda enogastronomije u turističkoj ponudi Slavonije

---

**Mikulec, Petra**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:085432>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-23**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**

**PETRA MIKULEC**

**Tradicionalna ponuda enogastronomije u turističkoj ponudi  
Slavonije**

**Traditional offer of enogastronomy in the tourism offer of  
Slavonia**

Završni rad

Opatija, 2023.

**SVEUČILIŠTE U RIJECI**  
**Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**  
**Preddiplomski sveučilišni studij**  
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu  
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

**Tradicionalna ponuda enogastronomije u turističkoj ponudi  
Slavonije**

**Traditional offer of enogastronomy in the tourism offer of  
Slavonia**

Završni rad

Kolegij: **Menadžment gastronomije i  
restoraterstva**

Student: **Petra Mikulec**

Mentor: dr. sc. **Slobodan Ivanović**, redoviti  
profesor u trajnom izboru

Matični broj: **24832PO19**

Opatija, srpanj 2023.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA  
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU  
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT  
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

## IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

**Petra Mikulec**

(ime i prezime studenta)

**24832PO19**

(matični broj studenta)

Tradicionalna ponuda enogastronomije u turističkoj ponudi Slavonije

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor završnog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa završnim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 05.07.2023.

*Petra Mikulec*

Potpis studenta

## Sažetak

Slavonija i Baranja, regije smještene u Istočnoj Hrvatskoj bogate su raznolikom kulturom i enogastronomskom baštinom. Enogastronomska baština ovih regija ima dugu tradiciju koja se stoljećima prenosi s koljena na koljeno. Zahvaljujući svom položaju i plodnoj zemlji od davnina su bile zaslužne za prehranjivanje stanovništva. Plodne oranice prepune lokalno uzgojenih namirnica stvorile su autentičnu slavonsku kuhinju. A osim po bogatoj kulinarskoj tradiciji, ovo područje prepoznato je i po vinogradarskoj tradiciji i uzgoju vinove loze čiji korijeni sežu još iz Rimskog Carstva. Upravo očuvanje duge tradicije i održavanje autentičnosti osigurava ovim regijama turističku prepoznatljivost. Turistička ponuda Slavonije i Baranje nije dovoljno prepoznata kao turistička ponuda primorskih mjesta Hrvatske, ali svakako ima razvijene bogate elemente ponude koji mogu privući turiste, poput enogastronomije. Enogastronomija Slavonije i Baranje bogata je autohtonim mesnim i ribljim specijalitetima, čiji okus upotpunjuju vrhunska vina. Tradicionalnu enogastronomsku ponudu moguće je okusiti u poznatim lokalnim restoranima, a u novije vrijeme kroz razne manifestacije kojima je cilj promicanje tradicije, običaja i kulture lokalnog stanovništva ovih krajeva.

Ključne riječi: gastronomija; enologija; enogastronomski turizam

## Sadržaj

<b>Uvod</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Gastronomija</b> .....	<b>2</b>
1.1. Gastronomija u svijetu.....	3
1.2. Gastronomija u Republici Hrvatskoj.....	4
1.3. Gastronomija kao bitan čimbenik turističke ponude Republike Hrvatske.....	5
1.4. Gastronomski turizam u Republici Hrvatskoj.....	6
<b>2. Enologija</b> .....	<b>7</b>
2.1. Vinski turizam u svijetu.....	8
2.2. Razvoj vinarstva u Hrvatskoj.....	9
2.3. Vinski turizam u Republici Hrvatskoj.....	10
2.4. Komplementarnost enologije i gastronomije.....	12
<b>3. Tradicionalna slavonska kuhinja i njena važnost za promicanje turizma</b>	
	<b>14</b>
3.1. Autohtoni specijaliteti Slavonije i Baranje.....	14
3.2. Popis jela gastronomske baštine – posebni standard „Hrvatska autohtona kuhinja“	16
<b>4. Slavonija i Baranja – majka vina</b> .....	<b>19</b>
4.1. Autohtona vina i vinske sorte Slavonije i Baranje.....	20
4.2. Vinarije i vinske ceste.....	22
<b>5. Promoviranje i unapređenje enogastronomске ponude Slavonije</b> .....	<b>25</b>
5.1. Gastronomija kao jedan od motivatora turističke potražnje.....	25
5.2. Enogastronomski turizam Slavonije i Baranje.....	27
5.3. Eno-gastronomске manifestacije Slavonije i Baranje.....	29
<b>Zaključak</b> .....	<b>31</b>
<b>Bibliografija</b> .....	<b>32</b>
<b>Popis ilustracija</b> .....	<b>33</b>



## Uvod

Početak modernog doba započinje i razvoj turizma koji postaje jedna od bitnih gospodarskih grana i svoj utjecaj odražava na lokalnu ekonomiju. Iako postoji veliki broj elemenata turističke ponude turističkih destinacija jedan od njih je i enogastronomija. Samim time enogastronomija postaje važnim motivom zbog kojih turisti dolaze u destinaciju i motivira turiste za istraživanjem lokalnih kuhinja i autohtone specijalitete.

Slavonija i Baranja kao regije istočne Hrvatske obiluju raznolikom kulturnom i gastronomskom baštinom. Čar slavonske i baranjske kuhinje je u tome što se stoljećima prenosila s koljena na koljeno. Time su nastali autentični recepti koji su bili rezultat tada bogatih poljoprivrednih resursa i plodnih oranica koje se nalaze na tom podneblju. Osim po bogatoj i raznolikoj kuhinji područje istočne Hrvatske prepoznato je i po bogatoj vinogradarskoj tradiciji iz doba Rimskog Carstva. Duga tradicija ovoj regiji donosi ugled i prepoznatljivosti vinske ponude u svijetu.

Predmet i svrha ovoga rada je istražiti tradicionalnu enogastronomsku ponudu u turističkoj ponudi Slavonije i analizirati njezinu važnost i utjecaj na razvoj turizma u ovom dijelu Hrvatske. Kroz istraživanje identificirane su ključne karakteristike autohtone slavonske kuhinje i kulture uzgoja i konzumacije vina i vinskih proizvoda. Analizira se dosadašnja enogastronomska ponuda i koliki je njezin utjecaj kao turističkog motivatora dolaska turista i posjetitelja u Slavoniju i Baranju. Razumijevanjem tradicionalne ponude enogastronomije u Slavoniji pridonosi boljem upoznavanju lokalne kulture i duge bogate tradicije ovog kraja.

Korištene metode u izradi rada omogućile su objektivnost i preglednost rada te prikaz analiziranih podataka u donošenju zaključaka. Korištene metode su metoda indukcije i dedukcije, metoda analize i statistička metoda.

Struktura rada podijeljena je na pet poglavlja. Prvo i drugo poglavlje govore o osnovnim informacijama vezanih uz gastronomiju i enologiju, uspoređujući njihov razvoj u svijetu te razvoj u Hrvatskoj. Treće i četvrto poglavlje bavi se upoznavanjem ponude tradicionalnih slavonskih i baranjskih kulinarskih specijaliteta i vrhunskih vina. Posljednje odnosno peto poglavlje govori o promoviranju i unapređenju enogastronomске ponude u Slavoniji i Baranji.



# 1. Gastronomija

Gastronomija je znanost, ali i umjetnost pripreme hrane i pića te njihovog uparivanja, serviranja i konzumiranja. Kao disciplina obuhvatila je sve dijelove kulture prehrane kao što su: sastojci, prezentacija, serviranje, tehnika obrade namirnica, tradicije i inovacije uz poštivanje autohtonosti recepata. Nastala je kao rezultat interakcije između različitih kultura koje su pridonijele nastanku karakterističnih gastronomskih stilova, a veliki utjecaj gastronomske ponude određuje geografski položaj i dostupnost pojedinih namirnica na tom području. Iz geografskog položaja svake države pa tako i destinacije zapravo proizlazi jedinstveni autohtoni meni kojim se prehranjivalo lokalno stanovništvo, a koji se nudi turistima i lokalnom stanovništvu kroz restoransku ponudu u krajnju svrhu ostvarivanja prihoda od turizma. Osim što gastronomija zadovoljava osnovne fiziološke potrebe, s obzirom da je osjetilo okusa i mirisa jedno od najizraženijih u stvaranju sjećanja pripisuje joj se i uloga stvaranja zadovoljstva kroz okuse, druženja i okupljanja. Pojam gastronomija nastao je od grčke riječi *gaster* što je u prijevodu želudac i *nomos* što je u prijevodu pravilo. Gastronomija je definirana kao kuharska vještina privređivanja jela. Iako je prema stručnjacima definirana kao vještina, gastronomiju često smatraju umjetnošću pripreme jela, pa tako i znanošću o prehrani.

Stručnjaci koji djeluju u krugu gastronomije dijele se na:

1. Gastronomi
2. Gastronomisti

Gastronom je osoba kojoj je fokus na samom umijeću pripremanju jela, također poznat kao sladošćak i gurman.

Gastronomist je osoba koja objedinjuje teoriju i praksu u gastronomiji.

Gastronomija se bazira na stručnom poznavanju različitih jela i tehnici njihovog pripremanja, koja je u modernom dobu dovedena do tehničkog savršenstva pripreme.

U posljednjih nekoliko godina uz gastronomiju se promiče održivost, ekološki uzgojena prehrana i lokalni uzgoj namirnica. Porastom popularnosti potaknula je stvaranje mnogih televizijskih kulinarskih programa, suvremenih kuharica, a najvažnije osmišljavanje festivala koji posjetitelje educiraju o raznolikosti hrane. Uz odgovarajuću promociju gastronomije kao turističkog motiva ona vrlo lako može postati razlog produljenja dolaska turista i proširiti, odnosno obogatiti postojeću turističku ponudu Hrvatske.

## 1.1. Gastronomija u svijetu

Umijeće pripremanja hrane može se pratiti od čovjekova otkrića vatre, što je rezultiralo mogućnošću prvih primitivnih tehnika termičke obrade hrane. Kultura hrane započela je izumom juhe i kruha, te dodavanjem povrća prilikom pripreme mesa i ribe. O ovome pronalazimo dokaze u spisima koji datiraju još iz doba drevnog Egipta u kojima su zapisani recepti u modernom obliku.

Gastronomija antičkog zapada u potpunosti je razvijena već petom stoljeću prije Krista na području današnje Kine i Indije. Kultura hrane je oduvijek u svim civilizacijama bila usko povezana s religijom, odnosno s religijskim motivima žrtve ili posta, što je rezultiralo raznolikošću i razvoju moderne gastronomije. S obzirom na precizne vjerske propise i običaje, utvrđeni su izbor, redosljed i način posluživanja jela i pića. To je najbolje prikazano u podacima antičke Grčke, gdje su stanovnici imali točno određeno vrijeme za konzumiranje voća i povrća, mesa i riba, sira i vina te maslinovog ulja.

Otkriće Sjeverne Amerike, Europu je upoznao s do tada još nepoznatim jestivim biljnim i životinjskim vrstama koje nisu bile autohtone na području Europe. Poboľšanjem tehnike obrade zemlje dovelo je do sustavnog uzgoja domaćih životinja kao što su stoka, perad i ribe. Dobro sačuvana kultura proizvodnje i konzumacije sira i vina iz antičkog doba transformirala je talijansku kuhinju u pravu umjetnost umijeća pripreme jela. Kulturu umijeća pripreme hrane u Italiji Katarina Medici uspješno je prenijela na područje Francuske. Gastronomija razvijena na osnovi talijanske pripreme jela proslavila je francusku kuhinju kao jednu od najpoznatijih i cijenjenih u svijetu. Dok je u Italiji već bio utvrđen pojam modernog obroka, odnosa i redosljeda jela i vina, u Francuskoj na dvoru Luja XIV. u Versaillesu rezultiralo je mnogim inovacijama u području kulinarstva, ali i dekadencije u jelu i piću u kojem je prednost bila brojnost i raznovrsnost uz kakvoću. Prijestolnica Francuske, grad Pariz postao je u sedamnaestom stoljeću središte dobre kuhinje i ponudio je zapadnoj kulturi otmjene restorane, poznate po svojim kuharima. Francuska kuhinja se svojim raznovrsnim jelima nametnula kao standard kultiviranoj Europi i u dvadesetom stoljeću stvorila je takozvanu internacionalnu kuhinju.

Dinamičnom promjenom načina života krajem dvadesetog stoljeća u industrijaliziranim zemljama zapada, a osobito u Sjedinjenim Američkim Državama nakon drugog svjetskog rata

javlja se takozvana brza hrana (*fast food*) koja odgovara i današnjoj masovnoj potrebi za brzim obrocima uz pristupačnu cijenu. U isto vrijeme domaće spravljene obroke zamjenjuju unaprijed industrijski pripremljena konzervirana jela. Istodobno sve popularnije postaju nacionalne gastronomije iz cijelog svijeta, pa su tako kineska, indijska i japanska jela u dvadesetom stoljeću postala normalna pojava u Sjedinjenim Američkim Državama i u Europi. Na izazov pojave mnogih tipičnih nacionalnih jela francuska kuhinja odgovorila je stvaranjem „nove kuhinje“ koju su karakterizirali elegancija i jednostavnost vizualnog dojma. No, s druge strane podigla se sve veća svijest o utjecaju hrane na zdravlje čovjeka i uvodi se pojam mediteranskog načina prehrane. Mediteranski način prehrane bazira se na jednostavnosti i manjoj količini nezdravih masnoća i manjem unosu soli u organizam, što dovodi do manjeg broja zdravstvenih problema uzrokovanih nezdravom hranom. Kao što su problemi s kolesterolom i kardiovaskularnim sustavom uzrokovanim nezdravim masnoćama i problemi sa povećanom tjelesnom masom.

## **1.2. Gastronomija u Republici Hrvatskoj**

Hrvatska gastronomija nastala je spajanjem raznih gastronomskih tradicija, počevši od sredozemne, kontinentalne do srednjoeuropske. Unutar internacionalnih tradicija mogu se naći i lokalne tradicije kao što su dalmatinska s izuzetnom nutricionističkom kvalitetom do slavonske sa mesnim specijalitetima poput kulena, kobasica i čvaraka. Osobnosti lokalne kuhinje postale su standardima moderne hrvatske gastronomije, a narodna jela određenih lokaliteta profiliraju se kao specijaliteti i sve više pridonose raznovrsnosti gastronomske ponude Hrvatske.

Na hrvatsku kuhinju najveći utjecaj imale su talijanska kuhinja na Jadranskoj obali i Austro-Ugarska na kontinentalnom dijelu. S obzirom da su Rimljani vladali Sredozemljem, duž cijele obale Jadranskog mora do danas je ostao značajan utjecaj talijanske kuhinje. Tome je pridonijela upotreba maslinovog ulja, maslina, plodova mora i ribe te konzumiranje agruma specifičnih za to podneblje. Sve te delicije predstavljaju gastronomsku prepoznatljivost hrvatske obale i priobalja. S druge strane, kontinentalni dio Hrvatske potpuno je različit zbog utjecaja Austro-Ugarske Monarhije koji se osjeća i u modernoj gastronomiji kroz utjecaj mađarske i austrijske kuhinje. Počeci gastronomije u Hrvatskoj se prvi puta spominju u kuharicama, a najpoznatija od njih je „Rukopisna knjižica kulinarskog umijeća čakovečkog

dvora Zrinskih iz 17. stoljeća“. Ukupno je zapisano 394 recepta od kojih najviše njih čine recepti za meso i divljač.

### **1.3. Gastronomija kao bitan čimbenik turističke ponude Republike Hrvatske**

Čovjek kroz čitavu povijest putuje iz različitih motiva i razloga. Kako se razvijao turizam tako su se i javljale specifične potrebe suvremenog turista što je rezultiralo pojavom specifičnih oblika turizma. Od prvenstvene pojave masovnog turizma (sunce i more) razvile su se brojne specifične vrste turizma kao što su:

1. Nautički
2. Zdravstveni
3. *Wellness*
4. Kulturni
5. Sportski
6. Avanturistički

Kroz razvoj turizma boravak turista u destinaciji obogaćen je dodatnim sadržajima. Tako se i kao nova specifična vrsta turizma javlja gastronomski turizam. Iako je hrana jedan od bitnijih elemenata cjelokupnog turističkog doživljaja turista, do nedavno je bila samo sastavni dio turističke ponude. Veća pažnja gastronomiji i pripremanju hrane kao bitnog elementa turističke ponude posvećuje se tek posljednjih nekoliko godina. U današnje moderno doba hrana predstavlja ne samo statusni simbol nego i stil života i identitet čovjeka, te su samim time ukus, kvaliteta i svježina namirnica danas prepoznati kao važni čimbenici u odabiru prehrane. Uz sve što turizam nudi turistu, zasigurno nudi i nove prilike za konzumiranje hrane i upoznavanje kulture kroz gastronomsku ponudu turističke destinacije. Cilj gastronomske ponude Hrvatske je da konzumiranje hrane postane dio vrhunskog doživljaja koji će gostima pružiti nezaboravne uspomene. Cilj gastronomskog turizma je stvaranje vrhunskog turističkog doživljaja kroz konzumaciju autohtone prehrane.

## 1.4. Gastronomski turizam u Republici Hrvatskoj

„Već je 2007. istraživanje tvrtke za strateško savjetovanje Roland Berger Consultants turizam prozvao ključnim pokretačem hrvatske ekonomije (Roland Berger Strategy Consultants, 2007). Unatoč tome što je na primjerima Grčke i Španjolske dokazano da se stabilnost države ne može graditi isključivo na turizmu, turizam i dalje predstavlja važnu kariku u stabilnosti hrvatske ekonomije“<sup>1</sup>

Na primjeru Grčke i Španjolske zaključuje se da turizam ne može biti osnovna ekonomska grana neke države bez potpore industrijske proizvodnje. Turizam u Republici Hrvatskoj treba razvijati kao jednu od pomoćnih grana ekonomije i pokretačem ekonomskog razvoja, ali ne bi trebao biti glavna gospodarska grana. Zbog nestabilnosti i dinamičnosti ostalih djelatnosti koji imaju izravan utjecaj na uspješnost turizma.

„Većina se turističkih zemalja, i onih koje pretendiraju na taj naziv, u bogatstvu svoje ponude može pohvaliti prepoznatljivom gastronomijom. Među osnovnim motivima što potiču turiste da posjete neku destinaciju jest želja da se upoznaju duhovne i kulturne vrijednosti tuđe sredine i da se, na taj način, posjetitelj što više približi prirodi i naravi kraja u koji dolazi. To se može odnositi na bilo koji doživljaj nepoznatoga, novog i različitog. Ovdje svakako ide i gastronomski doživljaj destinacije“<sup>2</sup>

Iako je gastronomija prepoznata kao jedan od motiva dolazaka turista u Hrvatsku, rezultatima istraživanja otkriveno je da nije primarni razlog dolaska.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Crnjac Milić, D., Brandalik, R. : Predviđanja u turizmu temeljena na metodi najmanjih kvadrata, 2013

<sup>2</sup> Žaper, A. : Kulinarstvo - dio kulture življenja i duhovne baštine u Hrvatskoj turističkoj ponudi, 2004

<sup>3</sup> Institut za turizam : Tomas Hrvatska 2019, 2020 Dostupno na : <https://www.iztztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> Pristupljeno: 7. svibanj 2023.

## 2. Enologija

Enologija dolazi od grčkih riječi οἶνος što znači vino i λογος što znači govor. Enologija je znanost o vinu i vinarstvu, a na hrvatskom nazivamo ju vinarstvo. Klasificira se kao djelatnost bavljenja proizvodnjom vrhunskih vina, proizvoda od grožđa i punjenja gotovog vina u odgovarajuću ambalažu. Vinarstvo kao djelatnost dijeli se u dvije kategorije proizvodnje:

1. Stolnog vina
2. Pjenušavog vina

Vinarstvo se osim proizvodnje vina bavi i proizvodnjom voćnih vina, ali i drugih proizvoda od grožđa i vina, a u industrijska proizvodnja koristi i ostale proizvode kao što su ulja sjemenki grožđa, jakih alkoholnih pića dobivenih destilacijom i ostale.

Vinarstvo datira još od kraja mlađeg kamenog doba, a upravo to dokazuju zapisi od antičkih civilizacija. Stari Rimljani su nastavili s unapređivanjem kulture proizvodnja i očuvanja vina. Iliri pod utjecajem Rimskog Carstva usvojili su znanja njegovanja vinove loze, a vjeruje se da su Hrvati preuzeli ta znanja upravo od njih.

Proces proizvodnje vina započinje berbom grožđa tradicionalno u rujnu i listopadu, koje se zatim preša kako bi se postigao veći prinos mošta kojim nazivamo tekućinu dobivenu prešanjem grožđa. Fermentacijom te tekućine uz dodatak vinskih kvasaca fermentiraju vinski šećeri i pretvaraju se u alkohol. Vina klasificiramo prema boji na bijela, crna i rose, a prije nekoliko godina i plavo vino dobiveno organskim dobivenim ekstraktima boje.

Bijela vina proizvedena su od svijetlih sorti grožđa i najčešće ih karakterizira veća kiselost što se u enologiji naziva suhoćom. Osim od bijelih sorti grožđa bijela vina se mogu proizvoditi i od tamnih grožđa, što se postiže tako da se nakon prešanja tamnih bobica grožđa mošt odmah ocijedi te ne ostavlja u doticaju s kožom tamnih bobica te time onemogućuje pigmentima doticaj s moštom i bojanje vina. Najpoznatije sorte svijetlog grožđa su: *riesling*, *chardonnay*, *muscat*, *pinot blanc*, te *pinot noir* koji je tamna sorta grožđa, ali se često od njega proizvode svijetla vina.

Crna vina proizvedena su od tamnih sorta grožđa koji pigmentima u koži bobica grožđa vinu daju tamniju odnosno crvenu boju. Ova vina su zbog toga bogata taninima koje ispuštaju tamne kože grožđa. Najpoznatije sorte tamnog grožđa su: *syrah*, *nebbiolo*, *merlot*, *pinot*, *malbec* i *icabarnet sauvignon*.

*Rosé* vina odlikuje ružičasta boja. Ova boja postiže se optimalnim vremenom ostavljanja mošta u doticaju s tamnim kožama koje puštaju dovoljno pigmenta kako bi oplemenila vino malom količinom boje u prepoznatljivu ružičastu. Sorte grožđa od kojih se proizvode ova vina su: *grenache*, *sangiovese*, *pinot noir* i ostale bijela sorte koje se miješaju uz tamne sorte.

Kontinentalna Hrvatska je najzastupljenija količinom proizvodnje od 60% ukupne proizvodnje. U ovoj regiji najčešće se proizvode se bijela vina od europskih sorti grožđa. Preostalih 40% se proizvodi u Primorskoj Hrvatskoj te su to najčešće crna vina. U Hrvatskoj je najzastupljenija proizvodnja bijelih vina koja čini 67% ukupne proizvodnje.

## 2.1. Vinski turizam u svijetu

Vinski turizam doživljava je putovanja koji je usmjeren na posjećivanje vinograda, vinarija, sudjelovanjima u degustacijama vina i upoznavanjima procesa proizvodnje vina. Ovo je jedna od popularnijih podvrsti turizma u zadnjih nekoliko desetljeća jer omogućuje turistima istraživanje različitih vinogradarskih regija, upoznavanje autohtonih sorti grožđa i uživanju u raznolikim gastronomskim ponudama. „Vinski turizam relativno novi oblik turizma. Njegova se povijest uvelike razlikuje od regije do regije, ali na mjestima kao što su *Napa Valley AVA* (Američka vitikulturalna regija) i *Wine Country*, doživio je snažan rast nakon sustavnih marketinških napora 1975. godine.“<sup>4</sup>

Razvoj je započeo u mnogim zemljama svijeta, a najpoznatije destinacije su:

1. Argentina
2. Francuska
3. Italija
4. Portugal
5. Španjolska

Argentina poznata po svojim vrhunskim *malbec* vinima koja su glatka i punog tijela. Regija Mendoza glavno je odredište vinskih turista s prekrasnih vinogradima koji su smješteni na obroncima planina Andi.

---

<sup>4</sup>Napa Valley Vintners, Dostupno na: [https://web.archive.org/web/20120815055422/http://www.napavintners.com/about/ab\\_2\\_overview.aspx](https://web.archive.org/web/20120815055422/http://www.napavintners.com/about/ab_2_overview.aspx) Pristupljeno: 31. siječnja 2023.

Francusku smatraju najprestižnijom vinskom destinacijom u svijetu. Posjetitelje najviše privlače regije Burgundija, doline Loirea, *Bordeaux* i *Champagne*. Privlačne su zbog velike količine dvoraca i vinarija koji im pripadaju te često imaju naziv *Chateau* što je u prijevodu dvorac.

Italija je zemlja mnogih poznatih vinskih regija kao što su *Toscana*, *Piemont*, Sicilija i Venetu. Prepoznatljivi su zbog slikovitih brežuljaka u kojima se pruža prilika za kušanjem slavnih talijanskih vina kao što je Chianti.

Portugal je dom popularnih sorti grožđa koje su simbol tog područja poput *Madeire*, *Vinho Verde* i najpoznatije *Porta*. Posebno atraktivna regija za ovu vrstu turizma je *Douro* zbog svojih vinograda koji se prostiru uz istoimenu rijeku.

Španjolska je svjetski prepoznata vinska destinacije zbog raznolikosti svojih vinskih regija kao što su *Ribera del Duero*, *Cava*, *Priorat* i *Rioja*. Glavna atrakcija španjolskih regija su drevni vinogradi i tradicionalne *bodege* odnosno vinski podrumi.

## 2.2. Razvoj vinarstva u Hrvatskoj

Uzgoj vinove loze i njeni počeci sežu u daleku prošlost, geografski u području između Kaspijskog jezera i Crnog mora. Vinova loza dalje se širila istočno prema Indiji, Rusiji i ostatku Azije, južno u smjeru Palestine i Egipta, i zapadno na Balkanski poluotok i ostatak Sredozemlja. Prema do sad prikupljenim podacima vjeruje se da su još Iliri proizvodili vino što dokazuju pronađeni ostaci vinovih loza i brončanih predmeta korištenih za proizvodnju vina na arheološkom nalazištu Ripa na rijeci Uni. U kontinentalnom dijelu Hrvatske pronađene su okamenjeni fosili koji upućuju na ostatke vinove loze. Dolaskom vladavine Rimskog Carstva na područje današnje Hrvatske vinogradska područja su se postepeno širila, a dokaz tome su mnogobrojni pronađeni kameni ostaci iz tog doba. Tome su posebno pridonijeli rimski vojnici koji su imali već stečene navike konzumiranja vina. Osim na području Jadranske obale za vrijeme Rimljana razvoj vinogradarstva procvao je u kontinentalnom dijelu Hrvatske i Hrvatskom zagorju. Povećanju konzumacije vina najviše je pridonijelo dolazak kršćanstva na ovo područje koje je velikim dijelom zaslužno za očuvanje vinarstva kroz svoje rituale ispijanja vina. Nakon opustošenja Slavonije od strane Osmanskog Carstva, vinogradarstvo se počelo obnavljati početkom osamnaestog stoljeća. Zahvaljujući tome gradili su se i novi vinski



podrumi koji su bili novitet u to doba. Neki od najpoznatijih vinskih podruma nastalih upravo u to doba na ovom području su: Iločki podrumi, Kutjevo i Kneževi vinogradi.

### **2.3. Vinski turizam u Republici Hrvatskoj**

Vinski turizam fokusira se na turističke posjete vinogradima i vinarijama u poznatim regijama. Republika Hrvatska jedna je od najzanimljivijih europskih destinacija za ljubitelje vrhunskih vina. Vinarska tradicija duga je i bogata, raznolika mnoštvom autohtonih sorti grožđa i upravo to je čini privlačnom destinacijom vinskog turizma. Ova specifična vrsta turizma turistima i posjetiteljima u Republici Hrvatskoj pruža jedinstvenu priliku obilaska poznatih vinograda i vinarija, upoznavanju s tradicijom proizvodnje vine i samoj degustaciji hrvatskih vina koji pružaju široku paletu raznih vrhunskih vina i ostalih vinskih proizvoda. Autohtone sorte grožđa kao što su Plavac mali, Malvazija i Graševina postale su prepoznatljive širom svijeta. Hrvatska je podijeljena na više vinogradarskih regija, a svaku od njih karakteriziraju specifične vrline. Vinogradarska regija Istra specifična je po bijelim vinima i tartufima, Dalmacija po crnim vinima, a kontinentalna Hrvatska s impresivnim vinogradima u slavonskoj i zagorskoj regiji nudi jedinstvena iskustva poput sudjelovanja u berbi grožđa i obilaska podruma od kojih je najpoznatija manifestacija. „Iločka berba“.

Prema istraživanju za Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine kreirane 2013. godine više od polovice domaćih posjetitelja konzumira lokalno proizvedena vina.

„Gastronomija i enologija – složeni proizvod koji konzumiraju gotovo svi turisti, iako relativno malen broj međunarodnih turista putuje isključivo zbog gastro-enoloških iskustava, pa rast potražnje generira uglavnom domaća populacija. Raspoloživa istraživanja pokazuju da oko 160 tisuća građana Hrvatske posjećuje vinske ceste, pri čemu ih 61% kupuje lokalna vina, a 63% lokalne prehrambene proizvode. Nadalje, 53% posjetitelja naručuje lokalna vina u restoranima. Iako su se gastronomija i enologija kao turistički proizvod najviše razvili na području Istre, a potom u Dalmaciji i Slavoniji, sustavan pristup razvoju gastro-enološke

turističke ponude još je nedovoljno valoriziran iako je već dugi niz godina sastavni dio turističke promocije zemlje.“<sup>5</sup>

Ovi statistički podaci prikazuju rastući interes popularnosti vinskog turizma domaćih turista. Primarni razlog ovih trendova je prepoznavanje kvalitete i autentičnosti domaćih kvalitetnih vina. Hrvatsko vinogradarstvo ima dugu tradiciju koja seže stoljećima unazad te je prepoznatljiva po svojim autohtonim sortama grožđa koja se uzgajaju i prezentiraju na svojim specifičnim regijama. Osim degustacije vina, vinski turizam pruža priliku za upoznavanjem prekrasnih ruralnih regija u kojima se nalaze vinogradi prepoznatljivih vinskih proizvoda. Pruža idealnu priliku za kušanjem autohtonih vina, ali i upoznavanjem tradicije prostora na kojima je uzgojeno i proizvedeno te za upoznavanjem kulturne baštine lokaliteta. Jedan od najpopularnijih načina upoznavanja je samo sudjelovanje u procesima proizvodnje. Osim upoznavanja procesa proizvodnje i krajolika ovo je prilika i za upoznavanjem entuzijastičnih obitelji koje se generacijama bave proizvodnjom vina i posjeduje veliku količinu neponovljivih znanja i iskustava. Kroz upoznavanje proizvodnje i rada u vinogradu neizbježna je i okrjepa nakon napornog dana što je prilika za upoznavanjem gastronomije kraja i uparivanjem vina i jela. Kako raste interes domaćih posjetitelja za lokalno proizvedena vina, očekuje se nastavak rasta vinskog turizma u Republici Hrvatskoj.

Nastavak razvoja vinskog turizma prati se i kroz kreiranje nove Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine. „Potencijalno atraktivna eno-gastronomija, ali nedovoljno međunarodno etablirana. Nedostatak razvijenog koncepta hrane i pića odnosno strateškog pristupa, uz izostanak realizacije sinergije s drugim dionicima u turističkom lancu vrijednosti (npr. s vinarima). Uzimajući u obzir da je hrana i piće na globalnom turističkom tržištu jedan od glavnih motiva putovanja, identificiran je velik potencijal za iskorištavanje sinergija i planski razvoj.“<sup>6</sup>

Identificiran je ogroman potencijal, ali je neiskorišten zbog nedovoljne sinergije među turističkim dionicima. Turističkim dionicima smatraju se vinogradari, vinari i turistički radnici koji se bave vinskim turizmom. Prepoznaje se nedostatak koordinacije i suradnje tih dionika te bi se trebalo raditi na povezivanju dionika kako bi se olakšala i povećala količina suradnji.

---

<sup>5</sup>Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, čl. 2.1.5.2., st. 6

<sup>6</sup>Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, čl. 5, st. 19.

Ključni problem vinskog turizma je nedostatak integrirane promocije. Lokalne turističke zajednice često djeluju samostalno, bez unaprijed planiranje suradnje s vinarima.

Primjetan je i nedostatak koordinacije u marketinškim aspektima i najvažniji problem nedostatak samoinicijative malih poduzetnika u promociji i razvoju turističke destinacije. Još jedan od nedostataka razvoja vinskog turizma je loša prometna infrastruktura. Nedostaje odgovarajuće signalizacije putnih ruta i općih informacija o destinaciji što otežava pronalazak i daljnje napredovanje turističke destinacije. Razvoj i kvaliteta ponude vinskog turizma ograničena je nestručnim kadrom i nedostatkom stručnih pozicija kao što su sommelieri. Osoblje u specijaliziranim objektima nije dovoljno osposobljeno za pružanje kvalitetnih enogastronomskih informacija turistima.

Nakon analiziranih podataka puni potencijal hrvatskog vinskog turizma može se postići tek kada se uspostavi kvalitetna suradnja između svih dionika turističkog lanca. Također je i prijeko potrebno ulaganje u marketing i promociju vinskih događaja kako bi privukli što veći broj posjetitelja.

#### **2.4. Komplementarnost enologije i gastronomije**

Komplementarnost enologije i gastronomije odnosno uparivanje vina i hrane predstavlja važan čimbenik enogastronomskog turizma. Spajanje vina i hrane stvara jedinstvena iskustva koja nadopunjuju okuse i obogaćuju kulturu ishrane. Glavni zadatak enologa i kuhara je stvaranje jedinstvene harmonije vina i hrane. Stručnjaci smatraju gastronomiju i enologiju kao umjetnosti koje su međusobno povezane. Izvanredno iskustvo za nepce gostiju pruža kombinacija vrhunskih vina s raznovrsnim jelima. U procesu spajanja kvalitetnih vina s pripadajućim jelima, kao rezultat stvori se savršen sklad okusa i aroma koji pružaju gostima cjeloviti doživljaj. Stručnjaci za vino posjeduju umijeće odabira vina koje će se uklopiti s jelima, a s druge strane kuhari stvaraju teksture i okuse jela koje mogu naglasiti note i arome odabranog vina. U velikom broju vinskih regija širom svijeta, cilj enogastronomskog turizma je upravo kombinacija gastronomskih i enoloških tura. Navedene ture njihovim posjetiteljima pružaju priliku da što bolje okuse kako se odabrana hrana može nadopuniti s vrhunskim vinima. Prednost enogastronomskog turizma je prilika da se istražuje autohtona kuhinja uz vrhunska vina lokalnih vinara. Komplementarnost ovih dviju takozvanih umjetnosti također djeluje kao

promotor tradicije, lokalne kulture i identiteta, a hrana i vino polako postaju ambasadori destinacija prenoseći tajne i priče lokaliteta.

Iako je komplementarnost odnosno uparivanje vina i hrane podložno subjektivnim željama i ukusima svakog pojedinaca, neka od klasičnih svjetskih primjera uparivanja jela i vina su:

1. Šampanjac i kamenice
2. *Chablis* i kamenice
3. *Cabernet Sauvignon* i goveđi odrezak
4. *Sauternes* i *Foie Gras*
5. *Sancerre* i kozji sir
6. *Provence Rosé & Niçoise* salata
7. *Pinot Noir* i losos
8. *Grüner Veltliner* i šparoge
9. *Chianti* i ragu tjestenina
10. *Burgundy Pinot Noir* i *Coq au Vin*

Klasični parovi vrhunskih vina i autohtonih hrvatskih specijaliteta su:

1. Graševina i pileća prsa
2. Plavac Mali i janjetina s ražnja
3. Moslavac i tradicionalna zagorska purica s mlincima
4. Teran i suhomesnati proizvodi
5. Dingač i crveno meso
6. Malvazija i riblji specijaliteti

### **3. Tradicionalna slavonska kuhinja i njena važnost za promicanje turizma**

Slavonija i Baranja poznate su po svojoj bogatoj gastronomskoj tradiciji, a to dokazuju upravo mesni specijaliteti poput kulena, šunke, čobanca, fiš paprikaš pripremljenih na tradicionalan način do ukusnih pita punjenih jabukama ili orasima. Glavna zadaća ove regije kroz čitavu svoju povijest bila je prehraniti čitavu Hrvatsku, a u prošlosti i Jugoslaviju koja je imala nekoliko puta više stanovnika od današnje Hrvatske. Slavonija je bogata plodnim poljima i kao takva bila je prepoznata kao poljoprivredni potencijal koji je privlačio civilizacije još od Rimskog Carstva. Plodnost zemlje donosila je bogatstvo koje je razvijalo kulturu u kojoj je gastronomija prisutna tisućama godinama. Tradicionalna slavonska kuhinja nastala je kao spoj Austro-ugarskih i otomanskih odnosno turskih korijena.

#### **3.1. Autohtoni specijaliteti Slavonije i Baranje**

Jedna od najpoznatijih jela autohtone slavonske i baranjske gastronomije dijelimo po načinu pripreme na:

1. Jela pripremljena u kotliću
2. Jela s ražnja

Najpoznatija jela pripremljena u kotliću su:

1. Čobanac
2. Fiš paprikaš

Čobanac je autohtono jušno jelo koje se priprema u kotliću. Smatra se jelom sa slavonskih pašnjaka kojim su se prehranjivali čobani, odnosno pastiri odakle i dolazi naziv čobanac. Najčešće se priprema od nekoliko vrsta mesa, većinom svinjetine i junetine, a osim mesa domaćih životinja tradicionalno se dodaje i meso divljači s područja slavonskih šuma. Karakteristična mesa divljači u čobancu su srnetina i veprovina. Glavno obilježje čobanca je njegova ljutina koja se postiže mljevenom crvenom paprikom u kombinaciji sa sušenim ljutim papričicama. Posebnost čobanca kao specijaliteta je njegova dugotrajna priprema koja traje

nekoliko sati. A u prošlosti njegova čar bila je razlog okupljanja ljudi oko otvorene vatre dok su prostor ispunjavali mirisi začina i mirodija.

Fiš paprikaš zauzima posebno mjesto u gastronomiji Slavonije zahvaljujući njenom geografskom položaju i bogatstvu riječnih riba kao što je som, grgeč, smuđ, šaran i štika. Kao što i sam naziv govori priprema se od riječne ribe upravo zato što u slavonskim regijama rijeke imaju prilično veliku važnost. Poznato je da su ovu deliciju na slavonsko i baranjsko područje donijeli iseljenici iz njemačke. Također ga se povezuje s Mađarima koji su u vrijeme vladavine Austro-ugarske živjeli na području današnje Baranje. Tradicionalna priprema ovoga jela u bakrenom kotliću. U kotlić se ubacuju narezani komadi riječne ribe te se s lukom zajedno kuha na vatri uz velike količine vode i začina kao što su papar, sol i ljuta crvena paprika koja mu daje prepoznatljivu crvenu boju. Uz ovaj specijalitet tradicionalno se poslužuju domaći široki rezanci ili kruh. Ključ uspjeha svakog fiš paprikaša je u svježini i količini riječne ribe. U čast ovom specijalitetu širom istočne Hrvatske redovito se održavaju manifestacije kuhanja ovog jela pod nazivom fišijade.

Jela sa žara kao jedan od prvih načina termičke obrade mesa nakon čovjekovog otkrića vatre ostaju kao jedna od najpopularnijih metoda pripreme mesnih delicija i u modernom dobu. Ova metoda osim što je bila jedna od glavnih karika u razvoju modernog čovjeka i produženju životnog vijeka, imala je i sociološku svrhu okupljanja i druženja ljudi uz otvorenu vatru te prenošenja znanja u vrijeme prije prvih pisama kada su se informacije i znanja prenosila glasom. Posebnost jela sa žara je u njihovoj metodi pripreme koja omogućuje bogatstvo okusa ne samo od začina nego i mirisa dimljenjem na drvima odnosno dimu otvorenog plamena. Najpoznatije jelo sa žara je pečeni šaran na rašljama.

Šaran na rašljama najpoznatiji je riblji specijalitet na području Baranje. Za njegovu što kvalitetniju pripremu potrebno je izraditi takozvane „rašlje“ koje je najbolje napraviti od sviba. Šaran se peče na žaru, a ne na otvorenom plamenu i za njegovu pripremu potrebno od osamdeset do sto minuta. Najkvalitetniji šarani za ovaj specijalitet teže od dva do dva i pola kilograma. Šaran se pred kraj posipa crvenom mljevenom paprikom zbog arome. Tradicionalno se poslužuje uz crveni luk ili uz salatu od kuhanog krumpira.

Poznati slavonski mesni specijaliteti su:

1. Čvarci
2. Kulen i kulenova seka
3. Slanina

Čvarci se tradicionalno rade nakon svinjokolje od trbušne masti preostale nakon pripreme. Pripremaju se na otvorenom plamenu u metalnim kazanima. Mast dobivenu tijekom svinjokolje potrebno je rezati na jednake dijelove kako bi osigurali jednomjerno topljenje masti. Kad mast omekša dodaje se mlijeko koje je zaslužno za prepoznatljivu smeđu boju čvaraka. Prije samog posluživanja potrebno ih je posoliti. Služe i za pripremanje pogačica odnosno mekih kruščića u kojima su mljeveni usitnjeni čvarci.

Kulen i kulenova seka proizvode se od mljevenog mesa i masnoće svinje uz dodavanje začina kao što su sol, papar, ljuta crvena paprika. Smjesa se zatim dobro izmiješa te se njome pune očišćena crijeva svinje. Razlika kulena i kulenove seke je u debljini presjeka, ali i u vremena sušenja odnosno zrenja. Nakon punjenja ove delicije se u prostorijama zvanima pušnice prvo dime na hladnom dimu jasena i graba, te ponekad uz dodatak drveta trešnje i višnje. Nakon dimljenja se suše odnosno zriju na vjetru i hladnoći kako bi izgubili vlagu koja je glavni uzrok kvarenja mesa jer je pogodna za život bakterija. Ovo je bio i jedan od glavnih načina očuvanja mesa u prošlosti kada nisu postojali rashladni uređaji.

Slanina je proizvedena od potrbušine svinje koja se sastoji većinskim dijelom od masti uz malu količinu mesa kojim je prošarana. Ova deliciji se također suši i dimi jednako kao kulen i kulenova seka.

### **3.2. Popis jela gastronomske baštine – posebni standard „Hrvatska autohtona kuhinja“**

Projekt i pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda „Hrvatska autohtona kuhinja“ određuje koja to jela pripadaju Hrvatskoj autohtonoj ponudi i na koji način ugostitelji mogu steći status autohtone ponude. Ovim pravilnikom prvi put je određeno koja su to autohtona hrvatska jela, a na samom početku primjenjivanja na popisu su se nalazila 454 jela. Projekt je pokrenut 2010. godine u kojem sudjeluju ministarstvo turizma Republike Hrvatske, Hrvatska gospodarska i obrtnička komora i Hrvatski kuharski savez. Prvi restoran koji je početkom rujna 2011. godine svojom ponudom zadovoljio kriterije za dobivanjem certifikata „Hrvatska autohtona kuhinja“ je zagrebački restoran „Stari fijaker 900“. U ponudi ima 87 autohtonih specijaliteta sjeverozapadne Hrvatske.

## „Članak 2.

(1) Posebni standard može se utvrditi za ugostiteljske objekte koji u jelovniku imaju najmanje 70% jela svoje ponude s Popisa jela gastronomske baštine (u daljnjem tekstu: Popis jela), s tim da u ponudi broj jela s Popisa ne može biti manji od četiri.

(2) Popis jela utvrđuje ministar nadležan za ugostiteljstvo (u daljnjem tekstu: ministar) na prethodni zajednički prijedlog Hrvatske obrtničke komore, Hrvatske gospodarske komore i Hrvatskog kuharskog saveza, i sastavni je dio ovog Pravilnika (Prilog 1.).

(3) Da li jelovnik sadrži 70% jela sukladno stavku 1. ovoga članka utvrđuje Povjerenstvo za ocjenu jelovnika (u daljnjem tekstu: Povjerenstvo), davanjem pismenog mišljenja.

(4) Iznimno, u 70% jela iz stavka 1. ovoga članka ubrajaju se i autohtona hrvatska jela koja nisu navedena u Popisu jela. Mišljenje da li se jelo može smatrati autohtonim hrvatskim jelom daje Povjerenstvo.”<sup>7</sup>

Vrste ugostiteljskih objekata za koje se može utvrditi Posebni standard su:

1. Restoran
2. Krčma
3. Gostionica
4. Kavana
5. Aparthotel
6. Hotel
7. Klet
8. Hotel baština (*heritage*)
9. Konoba

Popis jela gastronomske baštine prema Pravilniku čini sljedeća grupa jela:

1. Hladna predjela, kruh i peciva
2. Topla predjela

---

<sup>7</sup>Pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda - Hrvatska autohtona kuhinja, čl. 2., st. 1.



3. Juhe
4. Variva i ostala jela sa žlicom
5. Glavna jela
6. Prilozi
7. Salate
8. Deserti

Primjeri jela koja pripadaju grupi hladnih predjela, kruhu i pecivu su čvarci, hladetina, krvavice, kulen, pršut i ostala. Grupi toplih predjela pripadaju buzara, lička pogača sa sirom, štrukli, žganci, šurlice sa škampima i ostala. Juhama pripadaju goveđa juha, juha od šumskih gljiva, kokošja juha s domaćom tjesteninom, lička juha i ostale. Najpoznatija autohtona jušna jela Slavonije i Baranje su čobanac i fiš paprikaš pripadaju grupi variva i ostalih jela sa žlicom. Glavna jela koja pripadaju autohtonim jelima su biftek, dalmatinska paštica, fazan na moslavački, file od jelena u kori od medenjaka, razne vrste gulaša na primjer gulaš od divljači, gulaš od kokoši i ostali. Prilozi koji se ubrajaju u autohtona jela su fuži, domaći široki rezanci, krumpir na svinjskoj masti, mlinci, njoki, restani krumpir i ostali. Autohtone salate su krumpir salata, salata od cikle, divljeg radiča, salata od vrganja i ostale. Deserti prepoznati kao autohtoni su salenjaci, bučnica, buhtli, fritule, makovnjača i ostali.

## 4. Slavonija i Baranja – majka vina

Regija smještena na krajnjem istoku Hrvatske od davnina poznata po svojim nepreglednim vinogradima koji rijetko koga ostavljaju ravnodušnim. Tradicija bavljenja vinogradarstvom i proizvodnjom kvalitetnih vina potječe još iz antičkih vremena pa je tako dobila naziv „majka vina“. Kroz etimologiju naziva Baranja koja je spoj mađarskih riječi *bor* u prijevodu vino i *anyau* u prijevodu majka dokazuje da je Baranja uistinu majka vina. Baranja je obogaćena brojnim gatorima, koje čuvaju tajne svjetski nagrađivanih vina. Baranjski surduci, odnosno gatori su mjesta gdje su se tradicionalno čuvala baranjska vina. Ove prostorije su zbog svog položaja u ravnini ceste, a ponekad ispod razine ceste u obliku podruma, savršena mjesta za skladištenje vina zbog očuvanja idealnih temperatura vina na dvanaest do petnaest Celzijevih stupnjeva. Smatraju se jedinstvenom arhitekturom vinskih podruma zato što su ukopani u zemlju i ozidani ciglama. Razvoj kontinentalnog turizma na istoku Hrvatske posljednjih godina doživljava pravi procvat, a Osječko-baranjska županija sve više privlači pažnju kako domaćih turista, tako i posjetitelja iz raznih europskih zemalja. Ovo područje smatra se istinskim turističkim biserom, obilujući bogatom kulturnom baštinom, autohtonom gastronomijom, brojnim vinskim putevima, zanimljivim narodnim običajima te oazama prirode koje iznova oduševljavaju goste, bez obzira na njihovo prethodno iskustvo u Slavoniji. Jedna od glavnih prednosti ovog područja je njegova izvrsna geografska pozicija. Slavonija i Baranja su izvrsno povezane sa ostatkom Hrvatske i Europom putem različitih prometnih koridora. Rijeke Dunav i Drava pružaju mogućnosti za plovidbu, što je iznimno zanimljivo turistima koji žele istražiti ljepotu ovog područja iz aspekta riječnog prometa. Cestovne mreže omogućuju lagan pristup svim važnijim destinacijama u regiji, dok željeznička mreža pruža udoban i praktičan način putovanja. Također i dobra zračna povezanost omogućuje dolazak turista iz cijelog svijeta. Posjetitelji koji odluče istražiti ovo područje imaju priliku uživati u bogatoj kulturnoj baštini koja seže unatrag stoljećima. Srednjovjekovni dvorci, tradicionalne seoske kuće, crkve i samostani svjedoče o povijesti i kulturnoj tradiciji ovog područja. Također, gastronomska scena nudi autentična jela pripremljena od lokalnih sastojaka kao i izvrsna vina koja su obilježje ovog kraja. Gosti se mogu upustiti u istraživanje vinskih puteva i posjetiti brojne vinarije gdje mogu kušati vrhunska vina koja su dobila međunarodna priznanja.

## 4.1. Autohtona vina i vinske sorte Slavonije i Baranje

U Hrvatskoj se aktivni uzgaja 250-ak sorti vinove loze od kojih je 130 autohtonih sorti, a nekad je ta brojka iznosila čak 400 sorti vinove loze. U aktivnom uzgoju u Hrvatskoj je dvadesetak sorti. Polovina svih nasada su tri najvažnije sorte: Plavac mali, istarska Malvazija i Graševina. Zemlju dijelimo na tri vinogradarske regije koje su: Istočna kontinentalna, Zapadna kontinentalna i Primorska regija. Najzastupljenije sorte u Hrvatskoj su Graševina, Pošip, Frankovka, Teran, Sauvignon, Pinot sivi, Vranac, Merlot, istarska Malvazija i ostale. Od tih sorti prepoznate su tri najvažnije autohtone sorte Kontinentalne Hrvatske, a to su Pušipel, Škrlet i Kraljevina.

Pušipel je vrsta bijelog grožđa u Hrvatskoj poznata i kao Moslavac, Šipon ili Furmint. Odlikuje ju velika rodnost te visoki prinosi, ali zahtjeva stručnost prilikom rezidbe kako bi se uspješno kontrolirao prinos te zadržala količina vinskog šećera jer u protivnom vino može biti jako kiselo odnosno vinskim žargonom suho. Ova sorta pogodna je i za proizvodnju pjenušavih vina i širokog spektra vinskih proizvoda te je savršena sorta za istraživanje novih tehnologija i proizvodnji vina te otvara vrata umjetnicima u proizvodnji vina za istraživanjem novih i različitih vrsti vina. Pogodna je i za stolna, ali i za visoko kvalitetna vina. Krasi ih većinom aroma citrusa i blaga kiselost, a u gastronomiji se najčešće uparuje uz svinjetinu posebno uz carsko meso koje obiluje masnoćom pa je kiselost ovog vina idealna suprotnost, također se poslužuje uz ribe koje odlikuje visoka količina masti kao što je grdobina.<sup>8</sup>

Škrlet je vrsta bijelog grožđa u Hrvatskoj još poznata i pod nazivom Ovnek žuti, Ovnek slatki, škrtec i drugim imenima. Škrlet je izdvojen od ostalih autohtonih sorti po tome što je bio dio projekta Agronomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Na njemu je provedena genetska selekcija vinove loze kako bi se stvorio idealni genetski kod za sadnju i širenje sorte koja je trenutačno nezastupljena u širem uzgoju te broji zasađenost na samo stotinjak hektara. Iako je ovo bijela vinska sorta njena specifičnost je i po tome što se na zrelim bobicama grožđa pojavljuju pjegice crvene i ljubičaste boje. Sorta je otporna i ne zahtjeva bogato tlo. Vina proizvedena od ove sorte odlikuju svježiji i voćni okusi te se preporuča konzumacija mladih vina i to u prvih godinu i pol nakon berbe. Lagano vino koje se lako uparuje s velikim brojem jela,

---

<sup>8</sup> Pušipel n.d. Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/pusipel> Pristupljeno 10. veljača 2023.

a najčešće s kuhanom bijelom ribom, škampima na žaru i kozicama, a uz to izvrsno se uparuje s tjesteninom kremastih umaka kao što je autohtona talijanska Carbonara.<sup>9</sup>

Kraljevina je vrsta bijelih grožđa, ali se naziva i kraljevina crvena jer bobice ove sorte poprimaju karakterističnu crvenu boju na suncu, osim toga poznata je i pod nazivima Brina, Moravčina crvena i Imbrina. Sorta uspijeva na velikom broju vinskih područja. Vino od ove sorte grožđa odlikuje zelenkasto-žuta boja, velika razina kiselosti, ali i manja razina alkohola te je dobra osnova za pripremu popularnog pića, „Gemišta“ koje se priprema miješanjem bijelog vina visoke kiselosti sa mineralnom gaziranom vodom. Ovo je također rodna sorta pa je samim time izrazito popularna kod malih proizvođača i proizvođača hobista koji proizvode vina za svoje potrebe. Iako popularna u pripremi gemišta ova sorta se u novije vrijeme sve više konzumira kao samostalno piće, a otkriveno je i kako je kvalitetna za izradu pjenušavih vina koja se sve više probijaju na tržištu. Slabijeg je mirisa, ali ju odlikuju citrusne arome stoga ju je najbolje konzumirati kao mlado vino kroz prvu godinu i pol nakon berbe. Diskretna aroma savršeno se uparuje s tradicionalnim jelima kao što su buncek, krvavice s kiselim kupusom i ostalim sličnim specijalitetima.<sup>10</sup>

Osim glavnih regija Hrvatska, odnosno Slavonija se dijeli i na podregije koje su za istočnu kontinentalnu Hrvatsku: Podunavlje i Slavonija. Vinogorja Podunavlja su: Erdut, Baranja i Srijem, a vinogorja Slavonije su: Slavonski Brod, Đakovo, Kutjevo, Daruvar, Pakrac, Orahovica, Virovitica, Slatina, Požeška Pleternica i Nova Gradiška. U istočno slavonskoj regiji su neka od najboljih vinogradarskih položaja u Hrvatskoj kao što su: Ilok, Kneževi vinogradi, Zmajevac, Principovac, Kutjevo i ostali.

U Vinogradima Slavonije i Baranje najpoznatija su vina Graševina, Frankovaka i Traminac. Graševina se smatra kao najpopularnija bez konkurencije u vinogradima ovog područja. Popularnost stječe tijekom socijalizma, ali rastom kvalitete preoblikuje svoj *image* iz priproste sorte u pravu enogastronomsku deliciju, tijekom dolaska demokracije i privatnog vlasništva. Zlatno doba ove sorte je drugo desetljeće dvadesetog stoljeća.

Traminac je druga vrsta vina po popularnosti u ovim krajevima, polusuho i suho vino. Iako se od ove sorte u inozemstvu najčešće proizvode vina suprotnih osobina smatra se kako mu

---

<sup>9</sup> Škrlet n.d. Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/pusipel> Pristupljeno 10. veljača 2023.

<sup>10</sup> Kraljevina n.d. Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/kraljevina> Pristupljeno 10. veljača 2023.

iločko područje i suha odnosno polusuha varijanta vina puno više odgovara. Cvjetnog je mirisa i s malim udjelom plemenite plijesni.

Frankovka je treće vino po popularnosti u Slavoniji i Baranji, ali je u isto vrijeme ugrožena sorta. Popularne internacionalne sorte kao merlot i cabernet sauvignon, koja diljem svijeta preuzimaju udjel domaćih sorti, smanjile su popularnost ove domaće autohtone sorte. Uzgaja se iz vremena Habsburške monarhije i prilagođena je vinogorju Panonske nizine te joj odgovara ova regija više nego Austrija iz koje je potekla i gdje je najpopularnija crna sorta vina.

## 4.2. Vinarije i vinske ceste

Najpoznatije vinarije Slavonije i Baranje su vinarija Kutjevo, vinarija Josić, vinarija Belje, Iločki podrumi i Erdutski vinogradi.

Vinarija Kutjevo najstarija je vinarija u Hrvatskoj, a može se pohvaliti tradicijom dugom osam stoljeća. Iz davnog 13. stoljeća potječu prvi pisani spisi o gradu Kutjevu, a veže se uz redovnike Cistercite, koji su lokalcima poznatiji kao bijeli fratri. Oni su 1232. godine osnovali opatiju, a iz toga vremena datira i čuveni vinski podrum. Uz poznati vinski podrum veže se legenda iz 1741. godine o velikoj ljubavi između baruna Franje Trenka i carice Marije Terezije. Oni su, prema usmenim predajama, proveli tjedan dana u vinskom podrumu i uživali u aromama i okusima čuvenih vina. Vinogradi vinarije Kutjevo prostiru se na 420 hektara, a nalaze se na južnim obroncima Papuka i Krndije. Vinkomir je vinograd iz 1992. godine, površine 35 hektara, a u njemu se uzgajaju sorte kao što su: chardonnay, pinot crni, merlot i čuvena graševina. Vetovo se smatra najstarijim vinogradom iz 1989. godine, površine 72 hektra, poznat po uzgoju sorti graševine, pinot bijeli i chardonnay. Hrnjevac datira iz 1985. godine, a tamo je 2020. godine zasađena klonska selekcija namijenjena proizvodnji ledenih vina. Ledeno vino je dobiveno ledenom berbom. Odnosno berbom u zimi, na minus sedam Celzijevih stupnjeva, a poseban okus i aromu vinu daje plemenita plijesan i velika količina prirodnog šećera. Uzgajaju se sorte kao što su merlot, pinot sivi i crni, traminac, rajski rizling i graševina koja zauzima čak 50% površine vinograda. Koria je vinograd koji se nalazi u šumskom dijelu južnih obronaka Krndije. U njemu je zasađeno nekoliko sorti grožđa, a to su pinot crni, graševina i cabernet sauvignon. Vinograd je poseban po tome što ga krasi glinasto tlo, dok ostale ilovasto-pjeskovito tlo.

Vinarija Josić smještena je na Banovom brdu, koje su stari Rimljani nazvali Zlatnim brdom, po „zlatnoj kapljici“ prirodnom nektaru koji se spravljao od plodova nastalih na njegovim obroncima. Njihova vina proizvode se od autohtonih vinskih sorti iz Baranje.<sup>11</sup>

Vinarija Belje nastala je kada je princ Eugen Savojski porazio Turke davne 1697. godine kod Sente, a temelje Belja dobio je kao nagradu. Tamo je sagradio dvorac i tako sjedinio devetnaest lokalnih sela. U sjedinjenim selima bavio se razvojem ratarstva i stočarstva, a u Kneževim Vinogradima je sadio vinovu lozu i razvijao sustav navodnjavanja. Vinarija raspolaže sa 650 hektara vinograda koji su pozicionirani na padinama Banovog brda. Orijentirano prema jugu zaštićuje grožđe od udara vjetrova i osunčanost. Vina Belje opremljena su najmodernijim tehnologijama u proizvodnji vina. Vinski podrum Vinarije Belje smatra se najvećim baranjskim gatorima prvi puta spomenutima 1526. godine. Vina se čuvaju u drvenim bačvama proizvedenima od kvalitetnog slavonskog hrasta. Iako su osvojili mnoge svjetske nagrade izdvaja se regionalni trofej Decantera 2014. godine koji je osvojila Goldberg graševina.<sup>12</sup>

Iločki podrumi smješteni su u Iloku na Dunavu. Područje je još u prapovijesti prepoznato kao pogodno za uzgoj vinove loze. Priča o Iločkim podrumima počinje Nikolom Iločkim i Starim podrumom te plemićkom obitelji Odeschalchi koji donose prvi traminac na ove prostore i brandiraju svoje proizvode prepoznatljivim pečatom, no to je samo početak duge povijesti ove vinarije. Početkom 18. stoljeća plemićka obitelj daje ime „Principovac“ najrodnijem vinogradu što na latinskom znači princ. Nakon toga na Principovcu sagrađuju njegove današnje simbole ladanjsko imanje i ljetnikovac. O samom uspjehu Iločkih podruma i svjetski poznatom Tramincu govori to da je upravo on bio poslužen na krunidbi kraljice Elizabete. Postali su simbol očuvanja tradicije vinarstva u Hrvatskoj, a tradicija u Iloku stara je dva tisućljeća. Vinogradi su smješteni na visoravnima Fruške gore podno Dunava.<sup>13</sup>

Erdutski vinogradi smješteni su u Erdutu na obroncima planine Dalj uz obalu rijeke Dunav koja ga čini poluotokom. Njihova povijest seže u 18. stoljeće u vrijeme vladavine baruna Johanna Baptista, a 1730. godine izgrađen je Stari podrum. Vinogradi Erduta smatraju se najvećom plantažom vinove loze u Hrvatskoj. Prostiru se na 450 hektara, a samim time su i najveći vinograd u komadu. Prevladava dominacije sorti bijelih vina koje čine 75% površine

---

<sup>11</sup> Vinarija Dostupno na: <https://josic.hr/vinarija/> Pristupljeno: 17. svibanj 2023.

<sup>12</sup> Vino s Dunava Dostupno na: <https://shop.belje.hr/o-nama/> Pristupljeno 3. ožujka 2023.

<sup>13</sup> Povijest Iločki podrumi Dostupno na: <https://www.ilocki-podrumi.hr/povijest/> Pristupljeno 3. ožujka 2023.

vinograda. Od toga 280 hektara čini graševina koja je dominantna sorta i svjetski je prepoznata. Nova vinarija kapaciteta od šest milijuna litara započela je s gradnjom 1980. godine. S obzirom da je graševina simbol Erduta, za nju je specijalno napravljena vinska bačva koja je proglašena najvećom na svijetu. Napravljena je od slavonskog hrasta 1989. godine sa kapacitetom od 75 000 litara. Bačva je i sada napunjena graševinom.<sup>14</sup>

Uz obilazak vinarija i kušaonica, posjetitelji također mogu obilaziti vrlo popularne vinske ceste koje su se pokazale kao dobar turistički proizvod. Najpoznatija vinska cesta Slavonije i Baranje je Iločka vinska cesta. Obilazak Iločke vinske ceste traje oko četiri sata, a posjećuju se tri vinarije. Početak obilaska je u Starom iločkom podrumu lociranom uz dvorac Oldescalchi. Nastavak rute je u vinarijama Gornjeg ili Donjeg grada. Zatim se najbolje uputiti na vidikovce Principovac i Vukovo koji pružaju fenomenalan pogled na vinograde, Dunav i Ilok.

---

<sup>14</sup> Povijest Dostupno na: <http://erdutski-vinogradi.hr/hr/o-nama/povijest> Pristupljeno: 3. ožujak 2023.

## **5. Promoviranje i unapređenje enogastronomске ponude Slavonije**

Enogastronomija važna je za svaku razvijenu turističku destinaciju, doprinosi razvoju cjelokupne turističke ponude destinacije koju turisti posjećuju. Gastro turisti dolaze u destinacije motivirani primarno zbog degustiranja autohtone hrane i pića za određeno podneblje. Razvoj enogastronomije stvara mnoge prednosti, a neke od njih su:

1. Stvaranje kvalitetnog turističkog proizvoda koji obogaćuje vrijednost turističke ponude
2. Razvoj turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj, a posebice izvan glavne turističke sezone
3. Unapređenje ruralnih dijelova Hrvatske, s naglaskom na poticanje malih obiteljskih poduzetništva
4. Poticanje očuvanja kulturne baštine i tradicije
5. Povećanje proizvodnje i prodaje domaćih autohtonih proizvoda
6. Maksimiziranje potrošnje po turistu
7. Stvaranje pozitivne poslovne klime vinogradarima i poljoprivrednicima

Ciljna demografska skupina enogastronomskog turizma su domaći i inozemni gosti svih dobnih skupina, poželjno srednje do više platežne moći.

### **5.1. Gastronomija kao jedan od motivatora turističke potražnje**

Institut za turizam proveo je istraživanje o stavovima i potrošnji turista u Hrvatskoj pod nazivom Tomas u 2019. godini. Istraživanje je prvi put provedeno na području cijele Republike Hrvatske, od svibnja 2019. do ožujka 2020. godine. Podaci su prikupljeni osobnim intervjuom s turistima, uz korištenje strukturiranog upitnika. Provedeno je na uzorku od 13.582 ispitanika, a obuhvaćeni su domaći gosti i gosti s 24 najvažnija emitivna tržišta. Dobna skupina ispitanika sastojala se 55% turista u dobi od 30 do 49 godina, 15% mlađih od 30 godina, a 30% starije od 50 godina. Istraživanjem je utvrđena prosječna starost turista od 43 godine.

U istraživanju TOMAS Hrvatska 2019. ispitanicima je ponuđeno sedam glavnih razloga putovanja. Odmor je glavni razlog dolaska većine gostiju (91%), slijedi posao (4%), posjet rodbini i prijateljima (2%), zdravstveni razlozi (1%), obrazovanje (1%) te vjerski razlozi



(0,3%). U Jadranskoj Hrvatskoj udio gostiju kojima je primarni razlog dolaska odmor još je izraženiji (93%). U Kontinentalnoj Hrvatskoj udio gostiju koji dolazi na odmor iznosi 63%, a slijedi posao s 22%.<sup>15</sup>

U sljedećoj tablici prikazano je glavnih deset motiva dolazaka u Republiku Hrvatsku. Ispitanici su imali mogućnost odabira više motiva dolazaka, a prikazano je deset najzastupljenijih motiva.

*Tablica 1 Motivi dolaska u Hrvatsku*

Rang	Kontinentalna Hrvatska	%
1.	Priroda	31,7
2.	<i>Touring, sightseeing</i>	26,0
3.	Gradovi ( <i>city break</i> )	25,9
4.	Sport i rekreacija	24,1
5.	Posao	21,7
6.	Kultura i umjetnost	15,7
7.	Planinarenje	9,8
8.	Sela	9,6
9.	Gastronomija	6,6
10.	Manifestacije i događanja	6,3

Izrada autora prema podacima Tomas Hrvatska 2019

Prema rezultatima istraživanja motiva dolaska turista u Hrvatsku, gastronomija je na devetom mjestu po zastupljenosti sa 6,6%. Prethodno navedeni podaci ukazuju na relativno nisku razinu prepoznatljivosti gastronomije u turističkoj industriji Republike Hrvatske. Rezultati ukazuju na nedovoljnu istaknutost gastronomije kao potencijalno ključnog motivatora za turistički posjet u Hrvatskoj. Iako je Hrvatska poznata po svojoj bogatoj gastronomskoj raznolikosti i tradiciji evidentno je kako postoji problem u promociji hrvatske tradicionalne gastronomije kao turističkog motivatora i prilike upoznavanja s kulturom zemlje. U Hrvatskoj je prisutan nedostatak svijesti o bogatstvu autohtone prehrane ovdašnjeg stanovništva. Kroz nedostatak brandiranja i marketinških aktivnosti gastronomija ne ostvaruje potencijal koji Hrvatska može ponuditi svojom bogatom tradicionalnom kuhinjom.

<sup>15</sup> Institut za turizam, srpanj 2020., Tomas Hrvatska 2019. Dostupno na: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> Pristupljeno 7. svibanj 2023.

## 5.2. Enogastronomski turizam Slavonije i Baranje

Na razvoj enogastronomskog turizma u Hrvatskoj, posebice u Slavoniji i Baranji, uz organiziranje raznih eno-gastro događaja vrlo je bitna restoranska ponuda. Iako još u većini gradova i općina nije razvijena potpuna suradnja turističkih zajednica sa ostalim turističkim dionicima, poput vinarija i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, postoje restorani koji u svojoj ponudi nude autohtone specijalitete i vrhunska vina.

Restoran Crnja svinja smjestio se u *Terra Negra Country Clubu* u Čepinu, svega 15 kilometara od Osijeka. Restoran je na mirnoj lokaciji, okružen šumom. Naziv Crna svinja dobio je po istoimenoj pasmini crne svinje koja je najpoznatija autohtona pasmina. Uzgoj crnih svinja u Slavoniji započeo je upravo u neposrednoj blizini *Terra Negre*, krajem 19. stoljeća. Ovu pasminu odlikuje kvalitetno meso te ju smatraju plemenitom. Restoran je jedinstven jer osnovu svojih jela dobivaju upravo kroz plodove slavonske zemlje i to iz vlastitog uzgoja i proizvodnje. Restoran nudi bogatu ponudu suhih mesnih specijaliteta branda „DOBRO“ koji se proizvode u blizini. Posebnost branda je upravo to što su proizvodi napravljeni od mesa slavonskih svinja. Uz bogat jelovnik prepun slavonskih i baranjskih delicija, u ponudi su i vrhunska hrvatska vina. Dobivanjem autohtonih proizvoda koje im zemlja crnica daje, kreirali su pravi gastronomski doživljaj za svačije nepce uz praćenje kulinarskih trendova uz poštivanje autohtonih recepata i namirnica. Na njihovom jelovniku mogu se pronaći autohtoni proizvodi crne slavonske svinje kao što su šunka crne slavonske svinje, lungić crne svinje i file smuđa te razni slavonski sirevi. Restoran se može i pohvaliti vrhunskom vinskom kartom prepunom poznatih vina proizvedenih u Slavoniji, ali i u cijeloj Hrvatskoj. Nude širok spektar bijelih suhih vina, karakterističnih za ovo područje. Jedna od poznatijih bijelih vina su Graševina Goldberg (vinarija Belje), *Chardonnay Sur Lie* (vinarije Antunović), Muškat žuti (vinarije Siber), Traminac (vinarije Buhač) i Graševina (vinarije Kutjevo). Ponuda crnih vina sastoji se od slavonskih i dalmatinskih. Najpoznatije crno vino u Slavoniji i Baranji je Frankovka (PP Orahovica).

Restoran „Čingi Lingi čarda“ smješten u Bilju, nekoliko minuta udaljenom od Osijeka. Prepoznato je kao mjesto vrhunske energije u samom srcu Baranje. S radom ponovo započinje prije otprilike dvije godine na mjestu gdje je bio stari, dobro poznati restoran te nastavlja njegovu bogatu i dugu tradiciju. Upravo tim potezom osigurali su predivnu lokaciju i ambijent. U ponudi imaju slavonske mesne specijalitete kao što su vrat crne svinje, gulaš od divljači i

riblje baranjske specijalitete kao što su perklet od riječne ribe, čips od šarana i fiš paprikaš. Osim autohtonih jela nude i odreske, jela s roštilja i raznovrsna vegetarijanska jela. Iako „Čingi Lingi čarda“ nudi vrhunsku hranu i vina, upravo je dobar primjer problema razvoja enogastronomije u Slavoniji i Baranji. Naime, osim društvenih mreža restoran ne posjeduje vlastitu web stranicu na kojoj bi potencijalni gosti mogli dobiti informacije kao što su jelovnik, vinska karta i osnovne informacije o lokaciji restorana.

Restoran „Didin konak“ smješten je u Kopačevu, na samom rubu Parka prirode Kopački rit. Kopačevo je poznato po ribolovu, a tradicija se njeguje do danas. Restoran je okružen zadivljujućom prirodom i krajolikom. Specijaliteti Didinog konaka su fiš paprikaš začinjjen poznatom Kopačevskom mljevenom paprikom, šaran na rašljama, čips od šarana sa salatnom od krumpira i jelima od divljači.

Baranjska kuća je etno-obiteljski restoran koji se smjestio u baranjskom etno selu Karanac, podno Banovog brda, udaljenom od grada Osijeka tridesetak kilometara. Restoran je jedinstven zbog ponude starih i zaboravljenih recepata. Neki od poznatih starih jela su puževi u umaku od kopriva i pečenih bagremovih cvjetova i grah gulaš kuhan u zemljanom loncu. Osim njegovanja tradicije pripremanja starih recepata, njeguju i tradiciju zemljanih krušnih peći koje služe za pripremanje ovih specijaliteta. Godine 2013. smješteni su na popis top 100 najboljih restorana Hrvatske, a kao nagradu za njegovanje duge tradicije 2015. godine izabrani su kao najbolji restoran Osječko-baranjske županije.

Ranč „Ramarin“ smješten je u selu Garčin, petnaestak kilometara od Slavenskog Broda. Osnovan je 2013. godine kao obiteljski posao. Restoran nudi prekrasan ambijent uz izvanrednu hranu, za čiju pripremu su korištene lokalno uzgojene i svježije namirnice. Gosti mogu uživati u slavonskom pladnju, vrhunskoj ribi i mesu. Ramarin također posjeduje i vlastitu vinariju koja je poznata po vrhunskim vinima i bogatoj tradiciji. U vlasništvu je vinograd koji se nalazi u selu Klokočevik, a poznato je kako su stari Rimljani tamo sadili tamo svoje grožđe i proizvodili vlastito vino. Fascinantna je činjenica da se vinograd nalazi na čuvenoj 45,3 paraleli na kojoj su smještene najpoznatije svjetske vinogradarske regije kao što su *Bordeaux*, *Piemont*, *Oregon* i *Val dur honde*. Tlo je jako plodno zbog nekadašnjeg panonskog mora. Posebnost ranča Ramarin, osim u kušanju vrhunske hrane su ostale aktivnosti poput jahanja, ribolova i biciklizma.

Restoran Vatikan svoja vrata otvorio je 1992. godine u Vinkovcima, a njegova posebnost je u tome što se od tada ni jednom nije zatvorio niti mijenjao vlasničku strukturu. Od otvaranja

bio je prepoznat kao mjesto ugodnih druženja, jednako privlačan obiteljima s djecom, poslovnim ljudima i turistima koji žele okusiti autohtone slavonske proizvode. Cilj njihovog postojanja je podizati standarde enogastronomije grada Vinkovaca, ali i cijele Slavonije. Jelovnik mijenjaju sezonski, a kvalitetne i svježije namirnice nabavljaju od lokalnih obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava. Restoran je tradicionalno mjesto pripreme autohtonog fiša paprikaša kojeg spremaju u tradicionalnom kotliću na otvorenom plamenu slavonskog drveta iz okolice. Uz bogatu gastronomsku ponudu autohtonih jela posjeduju i široku vinsku ponudu iz svih vinogradarskih regija Hrvatske. Fokus im je ipak na sjajnim vinima Slavonije i Baranje koja su svjetski prepoznata po svojoj kvaliteti.

### **5.3. Eno-gastronomске manifestacije Slavonije i Baranje**

Manifestacijski turizam osmišljen je kao koncept koji se usmjerava na zadovoljavanje želja i potreba turista i posjetitelja. Upravo ovaj specifični oblik turizma služi kao dobra prilika proširenju turističke ponude. Manifestacije su pokretač za mala nerazvijena turistička mjesta koja kroz njih dobivaju novu dimenziju koja može privući turiste. Upravo kreiranjem manifestacija malim mjestima je omogućeno da „ispričaju“ priču o svojoj kulturnoj baštini i posebnostima. Cilj organiziranja manifestacija je plasiranje enogastronomskih proizvoda krajnjem kupcu.

Ribarški dani održavaju se u Kopačevu, a prvi put su se odvale davne 1998. godine. Vjeruje se da su tada potomci starih kopačevskih ribara provukli mrežu i iz nje izvukli šarana, štuke i babuške. Te ribe su slasno pojedene, a proslavio ih je okus poslijeratnog slavlja koji je postavio kamen temeljac za budućnost turizma u ovom malom baranjskom mjestu. Ribarški dani su manifestacija koja se održava dva dana, a nju posjeti više od 2000 ljudi koji žele doživjeti okus ribe i etno ambijent. Mještani ovu manifestaciju vide kao ključnu za marketinšku promociju seoskog turizma i očuvanja tradicije poznato je po ribljim jelima kao što su šaran na rašljama, štuka u mundiru i neizostavni fiš paprikaš. Posjetitelji također mogu i kupiti lokalno proizveden proizvode kao što su med, ajvar mljevena paprika i kolači.

Vinatlon je novoosmišljena manifestacija kojoj je cilj slaviti vrhunska autohtona vina Slavonije i Baranje koja se održava u Zmajevcu. Ova manifestacija nudi bogatu enogastronomsku ponudu uz rekreativno-edukativne elemente. Koncept manifestacije je jednostavan, svaki sudionik dobiva početni paket koji se sastoji od dvadeset bonova za

degustaciju, čaše, majice, ruksak i katalog vina. Neke od popratnih događanja su gastro *show*, mala škola vina, bačvatlon i razne izložbe. Iako ime manifestacije govori da je riječ o natjecanju ipak je najvažnije uživati u dobrom vinu, ukusnoj hrani, zvuku tamburica i dobrom društvu.

*Wine and bike tour* održava se u Erdutu, vinskim ljubiteljima poznat i kao erduti vinski poluotok. Manifestacija se održava u rujnu kada se tradicionalno održavaju i berbe grožđa. Od 2014. godine privlači posjetitelje, a prigodno je smješten na jednoj od najpopularnijih europskih biciklističkih ruta na dunavu. Posjetitelje na manifestaciji osim bicikliranja i vrhunskih vina očekuju i razne predstave, glazbeni program, utrka na ruti Aljmaš-Erdut i dan otvorenih podruma vinarija koje su smještene u erdutijskom vinogorju.

Čvarakfest jedna je od poznatijih gastronomskih manifestacija, a održava se u baranjskom mjestu Karanac. Tradicionalni „Zimski vašar“ osim čvaraka nudi i pregršt autohtonih jela i prerađevina, a neki su suhomesnati proizvodi mljevena paprika, bogata ponuda slavonskih i baranjskih sireva, kolači i neizostavni čobanac i grah. Poseban užitak posjetiteljima je što odmah nakon pripreme mogu kupiti domaće čvarke. Prema procjenama organizatora Čvarakfest u Karancu je u 2022. godini posjetilo više od pet tisuća posjetitelja što se može smatrati dokazom porasta kontinentalnog turizma.

Vinkovo u Iloku je manifestacija održana povodom održavanja blagdana svetog Vinka koji je proglašen zaštitnikom vinara i vinogradara. Glavni događaj je blagoslov vinograda i degustacija vina Iločkih podruma. Uz to posjetitelji će moći posjetiti i popratne događaje. Uz zvukove poznate tamburice posjetitelji mogu posjetiti pokladni sajam koji ima široku ponudu Iločkih vina i ukusnih srijemskih specijaliteta poput šarana na rašljama, fiša paprikaša i uštipaka, a kruna sajma je pokladno jahanje. S obzirom da se Vinkovo u Iloku nije održavalo pune dvije godine zbog epidemije održano je u siječnju 2023. godine uz dodatak modernih sadržaja kao što je *Masterclass* o iločkim vinima.

Čobanijada je manifestacija pripremanja najpoznatijeg autohtonog jela Slavonije čobanca. Održava se u više mjesta i gradova, a najpoznatija i najdugovječnija je Čobanijada u Orahovici koja je postala simbol tradicije grada Oraovice. Organizira se u središnjem gradskom parku, a osmišljena je kao natjecanje timova. Ova manifestacija često bude humanitarnog karaktera. Uz bogate gastronomske doživljaje, Čobanijada svojim posjetiteljima nudi i glazbeni program i dječje predstave.

## Zaključak

Unatoč bogatoj enogastronomskoj tradiciji i raznolikosti njene ponude u Hrvatskoj, postoji izazov u prezentiranju i promociji enogastronomije kao turističke atrakcije. Tome pridonosi nedostatak svijesti o kvaliteti i bogatstvu lokalnih autohtonih jela, nedostatak prepoznatljivosti gastro destinacija i promocije kroz marketinške aktivnosti koje mogu pridonijeti tome da gastronomija privuče pažnju turista kao neki drugi motivi putovanja. Kako bi gastronomija bila bolje pozicionirana kao turistički motiv važno je uložiti napore u promociju bogate kontinentalne Hrvatske, ali posebice slavonske i baranjske kuhinje. Te aktivnosti uključuju promociju autentičnih lokalnih specijaliteta, organizaciju enogastronomskih manifestacija, razvoj enogastronomskih turističkih ruta i obrazovanje stručnog kadra o standardima i inovacijama koje mogu postići kroz suradnju s ugostiteljskim sektorom u stvaranju jedinstvenog enogastronomskog iskustva u Slavoniji i Baranji. Važno je naglasiti da enogastronomija može biti ključ privlačenja turista u nove regije osim obalnih, ali i produljenja boravka i raznolikosti turističke ponude Hrvatske. Ukupno gledajući iako enogastronomija trenutno nije visoko pozicionirana u Hrvatskoj kao motiv dolaska turista, vidljiv je potencijal za daljnji razvoj i promociju. Slavonija i Baranja bogate su prirodnim ljepotama, a njih zaokružuje pregršt tradicije, običaja i fenomenalne lokalne kuhinje i vrhunskih vina. Na svakom koraku može se osjetiti miris autentičnih jela. Kao što sam i ranije navela Slavonija i Baranja imaju dobro razvijenu enogastronomsku ponudu, ali ona je nažalost najviše prepoznata od lokalnog stanovništva. Većoj prepoznatljivosti enogastronomije kao važnog turističkog segmenta u Hrvatskoj mogu pridonijeti ulaganje u samu promociju ponude, podizanje svijesti o autohtonoj baštini te razvoj inovativnih i autentičnih enogastro iskustava.

## Bibliografija

- Crnjac Milić, D., Brandalik, R. »Predviđanja u turizmu temeljena na metodi najmanjih kvadrata.« *Praktični menadžment, stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, Vol.4 No.1, 2013: 85-89.
- Erdutiski vinogradi. *Erdutski terroir*. n.d. Dostupno na: <https://www.ilocki-podrumi.hr/povijest/> Pristupljeno: 3. ožujak 2023.
- Hrvatska Turistička Zajednica. *Kraljevina*. n.d. Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/kraljevina> Pristupljeno: 10. veljača 2023.
- . *Pušipel*. n.d. Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/pusipel> Pristupljeno: 10. veljača 2023.
- . *Škrlet*. n.d. Dostupno na: <https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/skrlet> Pristupljeno 10. veljača 2023.
- Hrvatski sabor. *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*. 4. siječanj 2023. Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023\\_01\\_2\\_18.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_01_2_18.html) Pristupljeno : 26. ožujak 2023.
- . *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. 8. svibanj 2013. Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013\\_05\\_55\\_1119.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html) Pristupljeno: 17. travanj 2023.
- Iločki podrumi. *Povijest*. n.d. Dostupno na: <https://www.ilocki-podrumi.hr/povijest/> Pristupljeno: 3. ožujak 2023.
- Institut za turizam. *Tomas Hrvatska 2019*. n.d. Dostupno na: <https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf> Pristupljeno: 7. svibanj 2023.
- Institut za turizam. »TOMAS Hrvatska 2019.« Zagreb: Institut za turizam., 2020.
- Ministarstvo turizma. *Pravilnik o utvrđivanju posebnog standarda - Hrvatska autohtona kuhinja*. 1. Lipanj 2011. Dostupno na: [https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011\\_06\\_60\\_1332.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2011_06_60_1332.html) Pristupljeno: 15. travanj 2023.

Napa Valley Vintners. *History and timeline*. 15.. kolovoz 2012. Dostupno na: [https://web.archive.org/web/20120815055422/http://www.napavintners.com/about/ab\\_2\\_overview.aspx](https://web.archive.org/web/20120815055422/http://www.napavintners.com/about/ab_2_overview.aspx) Pristupljeno: 31.. siječanj 2023.

Restoran vinarija Josić. *Vinarija*. 2023. Dostupno na: <https://josic.hr/vinarija/> Pristupljeno: 17.. svibanj 2023.

Vina Belje. *O nama*. n.d. Dostupno na: <https://shop.belje.hr/o-nama/> Pristupljeno: 3.. ožujak 2023.

Žaper, A. »Kulinarstvo - dio kulture življenja i duhovne baštine u Hrvatskoj turističkoj ponudi.« *Naše more, Znanstveno-stručni časopis za more i pomorstvo, Vol.51 No.5-6, 2004: 227-238.*

## Popis ilustracija

**Tablica 1 Motivi dolaska u Hrvatsku ..... 26**