

Regionalni identitet španjolskih gastronomskih regija

Binaj, Arlinda

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://um.nsk.hr/um:nbn:hr:191:190920>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-18**



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

ARLINDA BINAJ

Regionalni identitet španjolskih gastronomskih regija

Regional identity of Spanish gastronomic regions

Završni rad

Zabok 2023.

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

Regionalni identitet španjolskih gastronomskih regija

Regional identity of Spanish gastronomic regions

Završni rad

| | | | |
|----------|--------------------------------------|---------------|----------------------|
| Kolegij: | Međunarodna enogastronomija | Student: | Arlinda BINAJ |
| Mentor: | Doc. dr. sc. Krešimir Mikinac | Matični broj: | 24587 |

Zabok, srpanj 2023.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Arlinda Binaj

24587

Regionalni identitet španjolskih gastronomskih regija

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, _____ 26. lipnja 2023. _____

Potpis studenta

Sažetak

Danas su brojna nacionalna gospodarstva ovisna o turizmu. Među njima je i španjolsko gospodarstvo. Španjolska je jedna od najprivlačnijih turističkih destinacija na svijetu. Međutim, bez obzira na navedeno, danas se suočava, kao i sve druge turističke destinacije, s vrlo velikom konkurencijom. Španjolska je zemlja koja nudi jako puno te je zbog tog razloga među najposjećenijim turističkim odredištima u svijetu. Istraživanja pokazuju da su motivi i razlozi dolaska turista u ovu zemlju mnogi i raznoliki. Kako bi zadržala svoju poziciju na turističkom tržištu, Španjolska ulaže značajne napore u brendiranje svojih turističkih proizvoda. Tijekom povijesti posebno je vidljiv način na koji je španjolski narod i politika turizma dovela ovu destinaciju do izrazito dobrih rezultata sa zavidnim rezultatima i svojom prepoznatljivošću diljem svijeta. Vrlo je bitno napomenuti dva faktora koja ovu destinaciju čine posebnom a to je hrana i vino. Španjolska tradicionalna jela pripremljena od lokalnih namirnica danas su poznata diljem svijeta. Upravo kroz tradicionalnu gastronomiju i vrhunska vina Španjolska se nastoji prezentirati na turističkom tržištu. Gastronomija kao jedan od najvažnijih faktora privlačnosti prezentira ovu destinaciju kao jednu od najposjećenijih i jedan je od razloga vrhunskog turizma koji obara rekorde svake godine. Ovaj rad će upravo biti baziran na istraživanju gastronomskog identiteta najpoznatijih španjolskih regija i onomu što one nude. Uz istraživanje gastronomskog identiteta pridaje se važnost i ostalim faktorima usko povezani s gastronomijom koji također uvelike privlače turiste.

Ključne riječi: destinacija Španjolska; gastronomija; gastronomski turizam

Sadržaj

| | |
|--|-----------|
| Uvod | 1 |
| 1. Obilježja Španjolske kao turističke destinacije | 3 |
| 1.1. Geografija i karakteristike Španjolske | 3 |
| 1.2. Analiza turističkih pokazatelja | 4 |
| 1.3. Motivi dolaska turista | 5 |
| 1.4. Turističko stanje poslije COVID pandemije | 7 |
| 2. Gastronomija kao važan turistički proizvod | 9 |
| 2.1. Temeljne odrednice gastronomskog turizma | 9 |
| 2.1.1. Pojam gastronomije | 10 |
| 2.1.2. Pojam gastronomski turizam | 12 |
| 2.2. Razvoj svjetske gastronomije kroz povijest | 13 |
| 2.3. Suvremeni trendovi u gastronomiji | 15 |
| 3. Gastronomski identitet Španjolske | 18 |
| 3.1. Važnost hrane i vina u španjolskoj kulturi | 18 |
| 3.2. Tipična jela gastronomskih regija | 20 |
| 3.2.1. Baskija – gastronomsko središte svijeta | 22 |
| 3.2.2. Katalonija – gdje se planine susreću s morem | 24 |
| 3.2.3. Galicija – kuhinja iz morskih dubina | 27 |
| 3.3. Španjolske vinske regije | 28 |
| 3.4. Vinske ture u promidžbi turizma | 32 |
| 4. Brendiranje španjolskih gastronomskih regija | 33 |
| 4.1. Brendiranje destinacije | 33 |
| 4.2. Španjolska kao gastronomska destinacija | 35 |
| 4.2.1. Michelinov vodič | 35 |
| 4.2.2. Značaj Michelinovog vodiča | 37 |
| 4.3. Gradske tržnice kao važan factor privlačnosti turista | 37 |
| Zaključak | 40 |
| Literatura | 42 |
| Popis ilustracija | 45 |

Uvod

Kao što i sam naslov navodi čitatelja na prepoznavanje teme ovog rada dakako je to gastronomija destinacije Španjolske koja godinama obara rekorde svojom ne nadmašivom ponudom.

Svrha ovog rada je upoznati čitatelje sa spomenutom destinacijom, prikazati zašto je ona jedna od najboljih destinacija u svijetu te prikazati sve gastronomske delicije svake regije, ali i neizostavni dio po čemu je ova destinacija poznata a to je vino.

Kako bi ovaj rad bio što kompletniji i tema detaljno istraživana najviše podataka se nalazilo u člancima koje su napisane na stranim jezicima, ponajviše na engleskom jeziku, zatim na internetskim stranicama koje su povezane s turizmom i na kojima se mogu vidjeti konstantno najnoviji podatci povezani sa samom destinacijom. Nadalje, korištena je knjiga iz koje su korišteni podatci povezani s gastronomijom općenito.

Ovaj rad je strukturiran u četiri bitna poglavlja te u svakom poglavlju tri do četiri pod poglavlja. Kako bi rad mogao dodatno dočarati čar Španjolske gastronomije prikazane su slike raznih jela ona mjesta koja su za ovu temu najbitnija.

Španjolska je jedna od najpoznatijih destinacija diljem svijeta privlačna milijunima turista. To je zemlja koja konkurira svojom prirodnom ljepotom, gastronomijom, predivnom infrastrukturom te je poradi toga omiljena destinacija brojnim turistima. Kao jedan od najvažnijih faktora privlačnosti turista je gastronomija koja je vrlo važna u ovoj destinaciji. Tema i svrha ovog rada je upoznavanje s navedenom destinacijom, njezinim karakteristikama i motivima dolaska turista kao i s njezinom gastronomijom.

Cilj ovog rada je prikazati bit gastronomije diljem svijeta i upoznati čitatelje s onime što Španjolska nudi te njezine načine kojima privlači turiste. Prilikom pisanja rada korišteni su mnogi članci o važnosti gastronomije, njezinom nastanku i razvoju do danas, o Španjolskoj kao turističkoj destinaciji koja svake godine obara rekorde u turizmu te o njezinim regijama i gastronomskom identitetu.

Uz navedeno, korišteni su statistički podatci sa stranica španjolskog instituta za turizam iz kojih su iščitani turistički pokazatelji i podatci bitni za prikaz uspjeha u ovoj grani. Kako bi završni rad bio pregledniji, izabrane su najbitnije regije Španjolske i opisane njihove najvažnije karakteristike vezane uz gastronomiju (najpoznatija jela). Nadalje, uz

gastromoniju usko je vezana i eno gastromonija koju je bitno opisati jer je ona vrlo važna turistima. Njihovi predivne vinske ture neizostavan su dio ove zemlje te svaki turist mora biti dio nje. Nadalje kao zadnji dio u ovom radu istražuje brendiranje destinacije tijekom povijesti sve do danas, ali i usko povezan značaj Michelinovog vodiča te ono jela i imena onih koji su doveli do tog da ova zemlja ima ovako prestižne uspjehe koja privlače mnoge turiste.

1. OBILJEŽJA ŠPANJOLSKE KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

Kraljevina Španjolska zasigurno je jedna od najatraktivnijih turističkih odrednica jugozapadne Europe u kojoj svaki turist s bilo kakvim motivom dolaska ili određenim željama može biti zadovoljen. U nastavku će se analizirati geografija navedene destinacije te njezine karakteristike kao i značajna obilježja po kojima je Španjolska toliko privlačna destinacija. Prikazat će se turistički pokazatelji, motivi dolaska turista i ono što je vrlo bitno, turističko stanje poslije COVID pandemije.

1.1. Geografija i karakteristike Španjolske

S površinom od 506.030 četvornih kilometara Španjolska je među pedeset najvećih zemalja svijeta. Kopneni teritorij pokriva površinu od 493 514 četvornih kilometara. Geološka povijest Pirinejskog poluotoka formirala je planine koje tvore velike lance koji okružuju visoku kopnenu visoravan smještenu na više od 600 metara iznad prosječne razine mora. Kao rezultat ove geografije, poluotok karakterizira bogat izbor prirodnih okruženja. Postoji jedna karakteristika koja razlikuje površinu poluotoka od ostatka Europe, to je prirodna raznolikost. Vrlo je bitno naglasiti da Španjolska ima više UNESCO-ovih rezervata biosfere, nego bilo koja druga zemlja na svijetu, od bujnih zelenih lovorovih šuma Nacionalnog parka Garajonay do pustinje Parka prirode Las Bardenas Reales (Navarra). Uz to, tu su i andaluzijske obale s beskrajnim finim pješčanim plažama, sićušne uvale s borovima koji rastu gotovo do vodene linije na Balearskim otocima i nekim dijelovima Katalonije. Zbog svog geografskog položaja, Španjolska je pod utjecajem dvaju vrlo različitih vodenih tijela, golemog i otvorenog Atlantskog oceana i Sredozemnog mora.

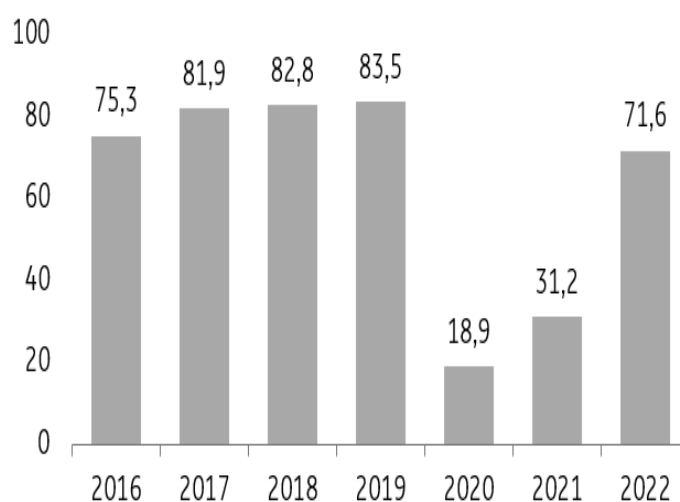
Španjolska broji oko 46 milijuna stanovnika, većinom Španjolaca, ali i značajan broj Katalonaca, Galjega i Baska. Sa sigurnošću se može reći da je Španjolska iznimno razvijena zemlja, a turizam je jedna od vodećih grana u španjolskom gospodarstvu.

Pravi procvat u turizmu u Španjolskoj doživljen je od 50-tih godina zbog obnavljanja i osuvremenjivanja infrastrukture. Uz infrastrukturu ono što najviše privlači turiste te je jedan od najvažnijih faktora su mediteranske plaže. Kao najposebnije se mogu navesti plaže na Costi Bravi i na Costi del Sol. Uz predivne plaže koje ova zemlja ima i po kojim je poznata, mladima je, također, vrlo poznat španjolski morski provod. Otoci Mallorca ili Tenerife te balearski otok Ibiza na Sredozemlju pružaju ljubiteljima noćnog života najbolje izlaske i uistinu provode za pamćenje. Uz navedeno, vrlo je bitno spomenuti i kulturni život koji doživljava posljednjih nekoliko godina procvat. Španjolski filmovi su u rangu s hollywoodskim filmovima te moderna književnost stječe sve veći broj ljubitelja. Nadalje, gradovi koji privlače svojom ljepotom, kulturom i mnogim zanimljivostima su: Barcelona, Madrid, Sevilla, Granada, Cordoba, Toledo i mnogi drugi. Ono po čemu je uistinu na glasu po cijelom svijetu te mnogim turistima važan motiv zbog kojeg ovu destinaciju odabiru kao destinaciju koju namjeravaju posjetiti jest gastronomija. Španjolska je na turističkoj karti svijeta prepoznata po hrani, ali i po vinu. Španjolska kuhinja temelji se na kombinaciji morskih plodova i mesa sa specifičnim brojnim začinima kao što su cimet, šafran, muškati oraščić i sezam. Španjolska je vrlo poznata barovima i restoranima kojih ima više u odnosu na sve druge zemlje. Kao turistička destinacija privlači brojne turiste i nogometom koji je uzdigao ovu destinaciju i učinio je posebnijom. Turisti obožavaju razgledati nogometni klub Barcelona, ali i mnoge druge. Sve navedeno uistinu prikazuje posebnost ove destinacije i razloge zašto je Španjolska kao turistička destinacija među zemljama koje imaju svake godine, kroz cijelu godinu, veliki broj turista te je na glasu diljem svijeta. Zaključno, zemljopis Španjolske je izvanredan pokazatelj raznolikih krajolika koji osvajaju i nadahnjuju. Od svojih prekrasnih obala i slikovitih plaža do veličanstvenih planinskih lanaca i prostranih visoravni, Španjolska nudi obilje prirodnih ljepota za istraživanje.

1.2. Analiza turističkih pokazatelja

Španjolski turizam doživio je solidan oporavak prošle godine iako je broj posjetitelja i dalje bio samo 86% u odnosu na razine prije Covida. Daljnji oporavak poduprijet će rast turizma u 2023. U 2022. 71,6 milijuna stranih turista posjetilo je Španjolsku, što je 130% više u

usporedbi s 2021., ali još uvijek 14% manje, nego u 2019. godini.¹ Španjolski međunarodni turizam doživio je snažan oporavak u prvoj polovici 2022. godine, ali je usporio od ljeta. Dok je broj stranih posjetitelja već u srpnju bio na 92% svoje razine prije Covida, razlika je ostala nepromijenjena u drugoj polovici godine. Visoka inflacija i cijene energije stavili su značajan pritisak na kupovnu moć u Europi, zbog čega se štedjelo na proračunu za putovanja. Domaći turizam se puno brže oporavio od pandemije, nego međunarodni. Cijela 2022. godina bila je na razini kao i 2019. što se tiče broj noćenja Španjolaca.



Slika 1. Prikaz stranih turista u Španjolskoj

Izvor: Think ING. Spanish tourism rebounded last year but still lagged pre-Covid levels, 2023. <https://think.ing.com/snaps/spain-number-of-tourists-reaches-86-of-pre-pandemic-levels-in-2022/> (pristupljeno 1. 5. 2023.)

Svi napomenuti pokazatelji kao i gornji prikaz Španjolsku otkriva kao zemlju koja ima istaknutu poziciju na svjetskoj turističkoj pozornici. Dolasci posjetitelja, prihodi od turizma dosljedno pokazuju popularnos i ekonomski značaj španjolske turističke destinacije.

1.3. Motivi dolaska turista

U ovom dijelu detaljnije se prikazuje ono što je u prijašnjem odlomku spomenuto, a to su motivi dolaska turista. (Različiti su motivi koji utječu na pojedince da se odluče za turističko

¹ Froyd, N. D. Spain welcomed 71.6 million tourists in 2022, 2023. <https://www.tourism-review.com/spain-reported-almost-72-million-tourists-in-2022-news12927> (pristupljeno 20. 4. 2023.)

putovanje). Motivi se oslanjaju na psihološke momente i zavise od subjektivnih faktora (racionalnih i iracionalnih), objektivnih mogućnosti, socijalne sredine, društvenog položaja, političke situacije, raspoloživog slobodnog vremena i slobodnih sredstava potrebnih za osobnu i turističku potrošnju i sl.²

Španjolska je zemlja koja nudi jako puno te je zbog tog razloga među najposjećenijim turističkim odredištima u svijetu. Istraživanja pokazuju da su motivi i razlozi dolaska turista u ovu zemlju mnogi i raznoliki. Prvotni i najbitniji razlog koji se spominje u svim istraživačkim člancima je more. Zavidne plaže s plavom zastavom bez dvojbe su ono što turiste najviše privlači. Raznolika obala od 5000 kilometara, nevjerojatna klima i plaže diljem mediteranske i atlantske obale područja su koja godišnje posjećuju milijuni turista. Raznolika obala Balearskih i Kanarskih otoka nudi stotine kilometara obalnih područja na kojima se mogu pronaći mnoge najbolje ocijenjene plaže u Europi. Španjolska je dobro iskoristila svoja cijenjena dobra i ogromna turistička industrija izgrađena je uglavnom duž njezinih poznatih Costa, uključujući Costa del Sol i Costa Blanca.

Nadalje, tu su, također, poznati španjolski festivali, živahan noćni život i izvrsna gastronomija. Španjolska gastronomija je dobro poznata svima, a neki specijaliteti i začini po kojima je poznata su sušena šunka, paella³, masline, plodovi mora, riba, češnjak kao i izvrsna vina kao što su Rioja i Sherry. Jedan od najvećih užitaka su mali barovi s raznolikom gastronomskom ponudom u sporednim ulicama, ali i veliki broj restorana s Michelinovim zvjezdicama diljem Katalonije i San Sebastiana. Španjolska je poznata u cijelom svijetu po svojim ukusnim tapas jelima, malim tanjurima hrane koji uključuju gotovo sve vrste hrane u ponudi. Svaka regija Španjolske ima svoj pogled na tapase.

Što se tiče festivala, najpopularniji festivali u Španjolskoj su La Tomatin, najveća svjetska borba rajčicama, Vatra u Valenciji (Las Fallas), trčanje s bikovima u Pamploni, travanjski sajam u Sevilli i karnevali na Tenerifama. Navedeni festivali privlače mnoge turiste i zasigurno su jedan od glavnih razloga za dolazak.

Ono što je vrlo bitno te je među prvim faktorima koji turisti gledaju prilikom odabira destinacije za svoje putovanje je prometna povezanost. Španjolska je poznata po izvrsnim prometnim objektima i vezama svjetske klase pa je kretanje po Španjolskoj vrlo jednostavno.

² Brunsko, Z. Turistička motivacija, *Naše more* 49, br. 1-2 (2002): 70-76. <https://hrcak.srce.hr/file/307070> (pristupljeno 3. 5. 2023.)

³ Foodika. Paella – No.1 gastro ikona Španjolske – kako je nastala i kako ju napraviti uz provjeren recept. <https://foodika.eu/paella-no-1-ikona-spanjolske-povijest-provjeren-recept/> (pristupljeno 10. 5. 2023.)

Španjolski sustav autocesta četvrti je najduži na svijetu s oko 16.000 kilometara dužine, iza ogromnih zemalja SAD-a, Kine i Kanade. Madrid ima šest autocesta koje se prostiru u svaki kut zemlje, a mnoge druge ceste s naplatom cestarine i autoceste povezuju glavne gradove i mjesta u zemlji. Uvijek se održavaju u vrhunskom stanju i rade prema strogim standardima. Mnoge se novije autoceste vrlo malo koriste i, u cjelini, rijetko doživljavaju prometne incidente i prenapučenost. Španjolska je uložila velika sredstva u mrežu brzih vlakova kojom upravlja nacionalni prijevoznik Renfe. Sada već poznata usluga brzih vlakova Ave znatno je skratila vrijeme putovanja između velikih gradova diljem kopnene Španjolske jer navedeni vlakovi voze brzinama od preko 300 kilometara na sat. Sada se može doći od Madrida do Barcelone za nešto više od 2 sata i 30 minuta ili od Madrida do Malage na Costa del Sol za manje od 3 sata.

Analizom motiva, bogata povijest Španjolske, raznolika kultura, prekrasni krajolici i klima koja privlači mnoge turiste ograju značajnu ulogu u velikom broju dolazaka posjetitelja iz cijelog svijeta. Napomenuti čimbenici pridonose popularnosti zemlje kao turističko odredište.

1.4. Turističko stanje poslije COVID pandemije

Pandemija COVID-19 jedan je od najvažnijih izazova s kojim se čovječanstvo suočilo. Ostavila je iznimne posljedice na svjetsku ekonomiju, a uvelike i na turističku industriju, pogotovo jer su u jednom trenutku potpuno zabranjena putovanja.

Unatoč lošim gospodarskim izgledima i neizvjesnoj geopolitičkoj situaciji, španjolski se turistički sektor brzo oporavio od pandemije. U srpnju 2020. godine Španjolska je primila 9,1 milijun međunarodnih turista, što je jednako 92% razine prije pandemije. Od početka godine jaz u međunarodnim dolascima s razinama prije Covid-a ubrzano se smanjuje. Ukupna turistička potrošnja, korigirana za inflaciju, također je porasla na 88% svoje razine prije pandemije u srpnju. Baleari je u srpnju prošle godine bilo glavno odredište koje su odabrali međunarodni turisti, a slijede ga Katalonija i Valencijska zajednica. Kanarski otoci i Madrid primili su isti broj međunarodnih turista kao u srpnju 2019. godine.

Broj hotelskih gostiju u srpnju je prvi put premašio razinu prije pandemije, ponajviše potaknut snažnim oporavkom domaćeg turizma, koji se oporavio brže od inozemnog. Broj

domaćih hotelskih gostiju već je bio iznad razine prije pandemije u travnju 2022., dok je broj stranih gostiju još uvijek zaostajao 3% u srpnju. Time je snažan oporavak domaćeg turizma kompenzirao manji broj stranih posjetitelja. Međutim, javlja se globalni problem koji je pogodio sve zemlje svijeta pa tako i Španjolsku, a to je inflacija. U srpnju je povjerenje potrošača palo ispod razine, što pokazuje da su Španjolci sve više zabrinuti zbog visoke inflacije. Iako se neznatno poboljšalo u kolovozu, i dalje je povijesno nisko. Povjerenje potrošača u Španjolskoj, također, je znatno niže od prosjeka eurozone. Budući da se polovica hotelskih boravaka rezervira od strane domaćih turista, ono je razlog lošijih rezultata domaćeg turizma.

Istraživanjem razdoblja španjolskog turizma nakon Covid pandemije može se zaključiti da je turistička industrija doživjela značajno izazovne promjene. Utjecaj ograničenja putovanja, mjera karantene duboko je utjecao na turizam u zemlji. No, unatoč tome Španjolska je poduzela korake kako bi dala prioritet sigurnosti i dobiti sigurnosnih protokola, uključujući pojačane mjere čišćenja i dezinfekcije. Mjere koje je Španjolska zadala izgradila je ponovno povjerenje putnika te time dovela turizam vrlo brzo u stanje koje je bilo prije pandemije.

2. GASTRONOMIJA KAO VAŽAN TURISTIČKI PROIZVOD

Razvoj turizma temeljenog na gastronomiji može biti jako dobra strategija za razvoj lokalnog i regionalnog gospodarstva jer su iskustva pokazala da je ovaj posebni oblik turizma visoko dohodovan zbog činjenice da privlači turiste s višim prihodima.⁴ Gastronomski turizam rastao je rapidno svake godine od trenutka svoje popularizacije na turističkom tržištu. Turisti su oni koji očekuju za svoje potpuno gastronomsko iskustvo, spoj opipljivih (kvaliteta hrane, dekoracija restorana, stola i slično) i neopipljivih elemenata (vizualni efekt hrane, atmosfera, način serviranja, uljudnost zaposlenika). Snaga gastronomije, kao jedan od faktora koji privlači turiste u velikom broju, prepoznata je u mnogim destinacijama. Zbog navedenog razloga brojne turističke destinacije svoju turističku ponudu vezuju uz gastro turizam te osmišljavaju marketinške kampanje na tu temu. Bitno je naglasiti da je gastronomija u okruženju masovne globalizacije postala jedno od najznačajnijih sredstava očuvanja identiteta mnogih destinacija.

Hrana ima dvojak ulogu u turizmu. S jedne strane, neophodna je komponenta svakog putovanja budući da turist mora zadovoljiti fiziološke potrebe i u destinaciji. S druge strane, za neke turiste lokalna hrana ima i svojstvo atrakcije zbog koje se i odlučuju za konkretno odredište.⁵ Uz sve navedeno, gastronomija je mnogo više. Odražava kulturu, baštinu, tradiciju i osjećaj zajedništva različitih naroda. To je način promicanja razumijevanja među kulturama i zbližavanja ljudi i tradicija. Gastronomski turizam, također, se pojavljuje kao važan zaštitnik kulturne baštine, a sektor pomaže u stvaranju prilika, uključujući radna mjesta, ponajviše u ruralnim destinacijama.

2.1. Temeljne odrednice gastronomskog turizma

Istraživanje različitih kuhinja oduvijek je bilo povezano s trenucima dokolice i putovanja, ali koncept gastronomskog turizma nedavno se razvio kako bi obuhvatio i aktivnosti izvan

⁴ Bakan, R. i Salopek, D. Moderni trendovi u prehrani I njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju, *Praktični menadžment* 6, br. 1. (2015): 105-110. <https://hrcak.srce.hr/file/212471> (pristupljeno 12. 5. 2023.)

⁵ Rabotić, B. *Selektivni oblici turizma*. Beograd: ČIGOJA ŠTAMPA, 2013.

tanjura. To su turističke i zabavne aktivnosti koje kulinarsku tradiciju postavljaju kao stup regionalnog identiteta i kulturne baštine te vrednuju odnos hrane i društva. Ova promjena je dobra jer daje mogućnost ljudima da pristupe hrani na različitim razinama lanca vrijednosti i uče od onih koji je proizvode. Na taj način moguće je proširiti gospodarski razvoj na različite slojeve društava i putniku ponuditi osobnija i autentičnija iskustva.

Gastro turizam puno je više od popisa restorana ili samo skupih aktivnosti s istančanom gurmanskom percepcijom. Također nije usmjeren samo na agroturizam niti zahtjeva daleka putovanja. Odnosi se na sve aktivnosti koje koriste hranu kao sredstvo povezivanja ljudi, mjesta i vremena. Gastronomski turizam s fokusom na kulturno uranjanje snažan je saveznik gospodarskog i društvenog razvoja, osim što je jedinstven i nezaboravan za putnike. Kada se radi na pravi način, prehrambeni turizam, izgrađen zajedno s lokalnom zajednicom i poštujući njezin identitet, alat je za promjenu dvaju scenarija: negativnih učinaka turizma i odvojenosti između ljudi i prave hrane.

Gastronomski turizam se pojavio kao snažan i utjecajan trend unutar šire turističke destinacije. Postao je značajan motivator za putovanja, budući da sve više putnika traži impresivna kulinarska iskustva koja im omogućuju istraživanja kulture, tradicije i okusa destinacije.

2.1.1. Pojam gastronomije

U današnjem smislu riječ „gastronomija“ nastala je spajanjem grčkih riječi „gaster“ (želudac) i „nomas“ (zakon). U suštini gastronomija je održavanje ljudskog zdravlja uz najbolju prehranu i osiguravanje uživanja u hrani i piću što se postiže u sredinama koje zadovoljavaju standarde higijene i koje su spremne za konzumaciju na način koji će se odnositi na palatalni i vizualni užitak. Nadalje, proučavanje hrane korisna je radna definicija gastronomije jer je u većini primjena riječi gastronomija hrana najvažniji faktor. Međutim, ono što je važno napomenuti je da je za gurmane i gastronome potrebna šira definicija: to je uživanje u dobroj hrani i dobrom piću, u dobrom društvu.

Povijesno gledano, pojam gastronomija prvi put se spominje tek 1801. godine u pjesmi Joseph Berchoux-a pod istoimenim nazivom. Suvremena gastronomija vuče korijene još od Haute cuisine (fra. visoka kuhinja) nastale u 17. stoljeću, čija su osnovna obilježja

bila sofisticirano pripremljena i dekorirana jela poslužena s kvalitetnim vinima. Najveći iskorak tog doba predstavlja knjiga recepata pod nazivom *Le Cuisiner francois* (fra. francuski kuhinar) objavljena 1651. godine. Objavio ju je šef kuhinje Francois Pierre de la Varenne.

Gastronomija je područje bez jasno definirane granice, s proširenim horizontima otvorenima za sve zainteresirane strane, pružatelje usluge i potrošače. Uz to što je prvenstveno usredotočena na sposobnost potrošača da uživaju u obroku, odnosi se, također, na prepoznavanje raznih čimbenika bitnih za hranu i piće koje konzumira skupina na lokalitetu, u regiji ili u naciji.

Iako mnogi obožavatelji hrane i vina ne vide potrebu za intelektualizacijom jer je njihova uloga uživanje u dobroj hrani i piću u dobrom društvu, postoje oni koji, za razliku od navedenih, imaju veliku želju za poznavanjem klasičnih i drugih kuhinja, a to su profesionalni gastronomi. Ovaj pojam se može podijeliti u tri glavna područja⁶:

- praktična gastronomija
- teorijska gastronomija
- tehnička gastronomija.

Ova tri područja su usko povezana. Praktična gastronomija se odnosi na pripremu, proizvodnju i proučavanjem usluge korištenjem različite hrane i pića. Teorijska gastronomija je usredotočena na recepte tehnike i knjige s temom kulinarstva, dok tehnička gastronomija koja je u osnovi praktične gastronomije uvodi strog pristup davanju ocjena gastronomskih tema.

Kao višestruk i dinamičan koncept koji obuhvaća umjetnost, znanost i kulturološki značaj hrane i njezine pripreme, gastronomija odražava povijest i slavi lokalne tradicije. Nadalje, gastronomija je moćan alat za kulturno izražavanje i identitet, jer omogućuje zajednicama da sačuvaju svoju kulinarsku baštinu.

⁶ Harrison, A. F. *Gastronomy*. Sussex: New Horizan Books, 1982.

2.1.2. Pojam gastronomski turizam

Gastronomski turizam smatra se sredstvom oporavka tradicionalne hrane svakog područja, a posljednjih je desetljeća u svjetskim razmjerima dobio veći značaj jer je postao ključna točka za pozicioniranje regionalne hrane. Od druge polovice 20. stoljeća došlo je do strukturalne promjene u načinu na koji potrošači hrane promatraju hranu, a gastronomski turizam pobuđuje pažnju znanstvenika iz različitih dijelova svijeta nakon Svjetskog kongresa gastronomskog turizma, koji je Svjetska turistička organizacija (UNWTO) održala na Cipru 2000. godine.

Postoje višestruki i različiti učinci za lokalnu zajednicu koja živi u turističkoj destinaciji, na primjer poboljšava kvalitetu života, stvara izvore zapošljavanja, potiče očuvanje kulturnih tradicija, prirodnih resursa i okoliša te razvija širenje i konzumaciju namirnica koje su dio regionalne gastronomije. Turisti koji posjećuju određenu destinaciju mogu tijekom putovanja donijeti bezbrojne odluke koje mogu promijeniti aktivnosti koje će provoditi, no tijekom boravka ne mogu prestati hraniti se. Destinacije su na temelju navedenog shvatile važnost gastronomije kao diversifikaciju turizma i poticanje lokalnog, regionalnog i nacionalnog gospodarskog razvoja.

Gastronomski turizam je od svog osnutka vrlo tražena vrsta turizma i kao dio turizma predstavlja izvor prihoda s određenim potencijalom u ovoj vrsti turističke djelatnosti pogodujući rastu prihoda malih i srednjih poduzeća s gastronomskom ponudom.

Gastronomija je bitan dio putovanja. Ona nije samo jelo ili hranjenje, već je ulazak u kulturu destinacije u kojoj se turist nalazi. Stoga, gastronomska mjesta postaju atrakcija turističke destinacije koja se posjećuje. Gastronomija je pravac turističkog razvoja sposoban nadopuniti ponudu destinacije šireći njezine marketinške sposobnosti i proširujući svoju proizvodnju i veze s drugim gospodarskim sektorima. Kada se govori o turizmu iz perspektive gastronomije, potrebno je razlikovati one turiste čija motivacija za putovanje nije upravo gastronomija i uživanje u njoj i one koji gastronomiju ubrajaju među motive putovanja. Unutar ove druge skupine postoje posjetitelji koji uključuju gastronomiju među svoje ciljeve i unutar ove kategorije mogu se razlikovati dvije podskupine. Oni koji gastronomiju smatraju glavnom motivacijom (što se naziva specifičnim turizmom) i turisti kojima je gastronomija sekundarna i/ili komplementarna motivacija.

U svijetu turizma postoje utjecajne destinacije čiji je imidž brenda na različitim razinama intenziteta povezan s gastronomskim vrijednostima turista. Na ovaj način, ispunjenje njihovih očekivanja, omogućit će destinaciji da poveća njihovu lojalnost povećanjem njihove namjere da ponove svoj boravak u destinaciji. Gastronomija se tako konsolidira kao ključni element turističke ponude i poticanja lokalnog, regionalnog i nacionalnog gospodarskog razvoja s vrijednostima održivosti temeljenima na teritoriju, krajoliku, moru, lokalnim proizvodima i autentičnosti.

Segment gastronomskog turizma posebno je važan za ruralne zajednice koje imaju veliku prednost u posluživanju tradicionalnih jela zbog svoje blizine zemljama proizvodnje hrane. Na taj način mogu stvarati prihode i radna mjesta, uz doprinos održavanju drugih sektora lokalnog gospodarstva, kao što je poljoprivreda.

2.2. Razvoj svjetske gastronomije kroz povijest

Stari Grci su već pisali o gastronomiji kao umjetnosti, a, također, spominju se i Kinezi u isto vrijeme kao i Grci kao uživatelji kuhinje. Oni su započeli s prvim ozbiljnim poduzetničkim pothvatom tijekom Tang dinastije (618.-907. poslije Krista). Kolosalni svečani domjenci u eri Rimljana i ranom srednjem vijeku su uvelike poznati. Vrlo je bitno naglasiti da ugostiteljstvo dolazi do izražaja u uzdignutom sloju ljudi, koji je formirao potražnju za gastronomskim delicijama. U srednjem vijeku su se, na primjer, kuharice tiskale, hrana se na ulici prodavala u urbanim naseljima publici, a kraljevi i plemići su zapošljavali šefove kuhinje kako bi vodili kuhinje, brinuli o zaposlenicima i zadavali zadatke. Taillevent poznati je srednjovjekovni šef, a to se radno mjesto uvelike cijeno u društvu plemstva i vitezova.

Gastronomija nije imala isti položaj u pojedinim zemljama u prošlosti te su Francuska i Kina držale reputaciju osnivača pravih dvorskih kuhinja. Francuska kuhinja oduvijek je imala prednost zbog mnogih faktora. Neki od njih su funkcija nacionalnog karaktera, klasne strukture, geografski položaj, klima itd. Usprkos tome, Francuska kuhinja nije uvijek bila europski lider. U 16. stoljeću talijanska kuhinja vodila je dominantniju poziciju. Promjena nacionalne reputacije se propisuje braku Katarine de Medici i Henryja II.

u Francuskoj. Kao prava kraljica, sa sobom je dovela neke od najboljih talijanskih kuhara. Njihovim dolaskom Francuska kuhinja doživjela je svoj uspon.

Prvi poduzetnički pothvat započela je 1765. godine otvorenjem prvog restorana. Vlasnik restorana bio je Boulanger koji je nudio juhe na prodaju. Nadalje, 1783. Godina imala je veliku važnost u povijesti restorana. Otvorio se restoran od strane šefa kuhinje u Conte de Provence, Palais Royalu. Nakon 1789. tržište rad abilo je prenapučeno šefovima kuhinje i drugim kuhinjskim osobljem. Tijekom Francuske revolucije, Beauvilliers, šef kuhinje u Conte de Provence, odlazi u Englesku. Njegov restoran se zatvara. Nedvojbeno, migracije i mobilnost vještih kuhara važna su pretpostavka kulinarskog umijeća, svojevrsnog „learning by doing“.

Politička događanja i ekonomske poteškoće dale su doprinos kulinarskim migracijama, koje su bile udružene s drugim migracijama. Francuska revolucija bila je posljedica velikih migracija istaknutih dvorskih šefova kuhinje u Englesku. Nadalje, rat u Indokini bio je razlog migriranja vijetnamskih kuhara u SAD, čime je napredovala urbana ugostiteljska scena SADA-a. Američka obala postala je utočište i za mnoge druge, npr. Kineze koji su u velikom broju migrirali i otvorili svoje restorane.

Iako su kuhinje na dvoru razvijene već u srednjem vijeku, moderan zapadnjački izgled poprimaju nakon dugih niza godina. Želja da se masa hrani u urbanim područjima i želja elita za kvalitetnijom hranom u prestižnim okruženjima bez potrebe za zapošljavanjem vlastitog kuhara dovele su do otvaranja velikog broja restorana. Također je vrlo bitno napomenuti da su promjene globalnog tržišta dovele do mogućnosti nabave gastronomskih namirnica diljem svijeta po pristupačnim cijenama. Ključni faktori koji su pomogli razvoju restorana kakvi danas postoje su trgovci i obrtnici koji putuju diljem zemlje te traže raznoliku hranu u udobnoj atmosferi. Ugostiteljski obrt time dobiva veliku važnost i uspon te se rasprostranjuje diljem svijeta.

Kroz povijest gastronomije vidljivo je fascinantno putovanje koje odražava evoluciju ljudske civilizacije, kulturnu razmjenu i domišljatost kulinarskih tradicija diljem svijeta. Gastronomija je igrala ključnu ulogu u oblikovanju društva i povezivanju ljudi kroz zajednička iskustva s hranom.

2.3. Suvremeni trendovi u gastronomiji

U ugostiteljstvu i prehrambenoj industriji uvijek se isplati pratiti najnovija dostignuća i potrebe kupaca. Oni koji rano prepoznaju želje i zahtjeve svojih gostiju mogu brzo reagirati i proširiti vlastitu klijentelu. Odgovarajući na trenutne prehrambene trendove, ugostitelji stječu prednost nad konkurencijom. Neka kretanja koja su danas u usponu vjerojatno će biti dugoročan trend. Trenutačno su to uglavnom teme iz područja održivosti i zdravlja koje zaokupljaju interese potrošača. U kontekstu klimatskih promjena i iskustava iz razdoblja Corone, pitanja zaštite okoliša vjerojatno će nastaviti oblikovati gastronomiju u nadolazećim godinama.

Kada se u prehrambenom sektoru pojave novi trendovi, više se ne radi samo o uzbudljivim novim okusima. Danas vrijednosti i individualni životni stilovi mnogo više utječu na prehrambeno ponašanje, nego prije nekoliko godina. Potrošači se sve intenzivnije informiraju o proizvodnji hrane i posvećuju više pozornosti pitanjima održivosti, kao što su podrijetlo i kvaliteta hrane. Sastav jelovnika, stoga, postaje kompliciraniji jer se tu spajaju želje, vrijednosti i osobni okus pojedinca. Ciljane skupine prehrambenih trendova, također, se razlikuju, a nove ideje i sklonosti teško da su ravnomjerno rasprostranjene u društvu. Neki od suvremenih trendova u gastronomiji su:

1. Gastronomija na otvorenom - gosti sve više priželjkuju objedovanje na svježem zraku. Dojmovi pandemije ostavljaju kod gostiju povećanu svijest o higijeni, a to uključuje i zajedničko blagovanje na otvorenom, uz dovoljan razmak do susjednog stola. Snažna želja za druženjem i užitkom na otvorenom produljuje i gastronomsku sezonu na otvorenom. Stoga je stolove na otvorenom najbolje staviti na raspolaganje već početkom proljeća i u kasnu jesen. S obzirom na rekordno tople zime posljednjih godina, gastronomija na otvorenom može se čak isplatiti tijekom cijele godine, ovisno o vremenskim prilikama.
2. Nula otpada - koncept nultog otpada ne uzima maha samo u prehrambenom sektoru. Iza pojma stoji čitava filozofija održivosti s pristupima koji se odnose na cijeli životni ciklus proizvoda. Uz recikliranje, čija je svrha da otpad koji je već stvoren ponovno bude upotrebljiv, „zero waste“ prvenstveno ima za cilj izbjegavanje otpada u ranoj fazi. Kako bi vlastiti otpad što više smanjili, restorani imaju razne mogućnosti. Na

primjer, pružatelji usluga švedskog stola mogu smanjiti količinu jela za kojima nema velike potražnje i, ako su u nedoumici, trebaju servirati manje porcije. Također, ukoliko postoje jela koja gosti rijetko pojeduju u cijelosti, tada se porcije mogu smanjiti. Nadalje, bitno je izravno obavijestiti goste o mogućnosti da ostatke hrane ponesu zamotane kući uz održivu ambalažu za transport.

3. Regionalni i sezonski jelovnici - ovaj prehrambeni trend identificiran je na području lokaliteta. Uz globalno zagrijavanje uvelike se naglašava važnost regionalnog gospodarstva i proizvodnje hrane. Ova nova svijest, također, oblikuje prehrambene navike posjetitelja, s kratkim prometnim rutama i s manje emisije CO₂. Regionalna i sezonska hrana jako dobro prolazi kod ekološki osviještenih gostiju. Danas, namirnice koje su se proizvodile u dalekim zemljama, kao na primjer batat ikvinoja, proizvode se i kod nas. Lokalna egzotika omogućuje sve veću otvorenost kupaca. Spomenuti i slični proizvodi mogu se unosno proizvoditi i prodavati i u našim zemljama (Europa). Učinkovitije metode uzgoja i same klimatske promjene, također, proširuju mogućnosti uzgoja.
4. Hrana na biljnoj bazi, zamjena za meso - posljednjih godina vidno se povećao izbor veganske⁷ hrane, od sojinog odreska do pljeskavica od graška. Ta činjenica je vidljiva svakodnevno u trgovinama gdje se nailazi na velik izbor zamjene za meso i ostale veganske proizvode. Međutim, s biljnim alternativama ne doseže se samo jedna ciljna skupina, odnosno trend bezmasne hrane, već navedeno postaje sve popularnije među svejedima koji žele smanjiti konzumaciju mesa, ali ga se ne žele odreći u potpunosti.
5. Kulinarski trend „Bowls“ - zdjele su jedan od najpopularnijih trendova diljem svijeta. U njima gosti dobivaju obilan, često zdrav obrok s različitim sastojcima posluženima u jednoj posudi. Gosti često mogu sami odlučiti koje namirnice idu u zdjelu. Ekološke prednosti zdjela, također, pridonose njihovom uspjehu. Različite namirnice mogu se međusobno šareno kombinirati, tako da se korišteni sastojci mogu prilagoditi sezoni. Osim toga, zdjelice ovise o dobu dana, na primjer, za doručak se

⁷ Kreni zdravo. Koja je razlika između vegetarijanca i vegana? <https://krenizdravo.dnevnik.hr/prehrana/koja-je-razlika-izmedu-vegetarijanca-i-vegana> (pristupljeno 21. 4. 2023.)

mogu servirati zdjelice s voćem, kašom ili jogurtom, za pauzu za ručak, primjerice povrće s kus-kusom, dok se navečer može servirati obilan obrok s krumpirom i sirom.



Slika 2. Gastronomski trend, bowls

Izvor: Harris, K. The Food Bowl Trend, 2018. <https://market-table.com/the-food-bowl-trend/> (pristupljeno 20. 4. 2023.)

6. „Instagramična“ kuhinja - kratki video recepti na svim društvenim mrežama, poput TikToka i Instagrama velikim mahom se proširuju i brzo urezuju u podsvijest svih gledatelja kojima su namijenjeni. Bitno je da se recepti mogu brzo napraviti, da su trendovski i vizualno privlačni te da su većinom namijenjeni zdravoj prehrani. Neke od varijanti su zobene kaše pripremljene na različite načine, žitne i orašaste pločice, krekeri, razne šarene salate, sendviči, deserti i jednostavne slastice, proteinske palačinke itd. Nije potrebna preciznost niti gastronomsko znanje. Jedino je bitno da je jelo atraktivno te da se brzo i jednostavno može spremi u vlastitoj kuhinji.

Svi suvremeni trendovi u gastronomiji odraz su kulinarskog krajolika koji se neprestano razvija. Ti trendovi obuhvaćaju širok raspon aspekata, uključujući održivost, inovacije, lokalne izvore i uspon svih onih koji se bave gastronomijom.

3. GASTRONOMSKI IDENTITET ŠPANJOLSKE

Stoljećima je španjolska kuhinja služila kao odraz jedinstvenog kulturnog identiteta nacije. Od klasične paelle do jednostavnih tapasa, španjolska hrana odavno se slavi kao sastavni dio živahne kulture ove zemlje. Ne samo da je španjolska hrana ukorijenjena u dugoj povijesti nacije, već je, također, bila pod snažnim utjecajem regionalnih sorti i mnogih drugih kultura iz cijelog svijeta s kojima je Španjolska bila u interakciji. Svako jelo daje uvid u kulturu zemlje kroz upotrebu regionalnih sastojaka i kroz tehniku pripreme. U nastavku analizirat će se važnost hrane i vina kao izuzetno bitnog faktora španjolske nacije, najvažnije gastronomske regije te razlog njihove posebnosti kao i uloga u promidžbi turizma.

3.1. Važnost hrane i vina u španjolskoj kulturi

Hrana je bitan dio kulture španjolskog govornog područja. Na nju se ne gleda samo kao na izvor prehranjivanja, već i kao način da se ljudi zbliže. Hrana je vitalni dio kulture, s tradicionalnim receptima koji se često prenose generacijama. Proslave poput rođendana i praznika često se obilježavaju zajedničkim ručkom, a sjedenje za stolom može biti sjajan način da se ljudi zbliže. Nadalje, na hranu se gleda kao na način da se izrazi ljubav i cijenjenje te da se pokaže gostoprimstvo. Zajednički obrok može biti izvrstan način za jačanje odnosa i izgradnju zajednice. Iz tih je razloga hrana sastavni dio španjolskog područja i vrlo je cijenjena. Uz veliki značaj hrane među stanovnicima ove zemlje, hrana je u Španjolskoj među važnijim faktorima privlačenja turista.

Gastronomija je dopunska motivacija na putovanjima iako sve više postaje glavnim razlogom odlučivanja o destinaciji putovanja. U današnje vrijeme kada se planira putovanje biraju se mjesta s privlačnom hranom. Što se tiče Španjolske, prema službenim podacima 20% turista, više od 12 milijuna, dolazi u Španjolsku motivirano gastronomijom iz tri razloga: njihovi proizvodi, način prehrane i njihovo gostoprimstvo.⁸ Zemljopisni položaj, klima te bogata povijest i mješavina kultura čine ovu zemlju jednom od najprivlačnijih za

⁸ Lazy Pedals. Gastronomic tourism in Spain. <https://lazypedals.com/en/gastronomic-food-wine-tourism-spain.html> (pristupljeno 29. 4. 2023.)

putovanja, posebice kada je u pitanju hrana. Velika raznolikost i kvaliteta ribe, školjki, mesa, poljoprivrednih proizvoda, vina, ulja i dr. čine Španjolsku jedinstvenom destinacijom za gastronomski turizam. Gastronomski turizam u Španjolskoj predstavlja priliku za revitalizaciju turizma i promicanje lokalnog gospodarskog razvoja. Stoga, gastronomski turizam pridonosi promicanju lokalnih destinacija, očuvanju tradicije i iskorištavanju čari spomenutih proizvoda.

Nekad uglavnom zanemarena na međunarodnoj pozornici, Španjolska je sada poznata kao jedna od najkvalitetnijih svjetskih vinskih zemalja. Kako današnji proizvođači prihvaćaju svoje autohtone sorte grožđa, raznolikost španjolskog vina samo raste te poziva na otkrivanje. Uz ozbiljna ulaganja u organsko vinogradarstvo i održivost, španjolski vinogradari planiraju dugu i svijetlu budućnost. Španjolska se nalazi među najvažnijim svjetskim vinskim zemljama, s više od milijun hektara pod vinovom lozom u 139 vinorodnih regija. Nemoguće je klasificirati španjolska vina pod jedan stil ili karakter. Ovo je zemlja iznimne raznolikosti, s vinovom lozom posađenom u velikom rasponu klime i geografskih područja. Vinogradi se protežu od bujnih i kišovitih obala Zelene Španjolske do krajnjih i sušnih ravnica Mesete, od dolina koje je izdubila rijeka Ebro do vulkanskih Kanarskih otoka. Sam broj sorti grožđa, također, proširuje spektar španjolskih vina. Dok lokalni vinari nastavljaju s tradicijom koja se prenosi kroz povijest španjolskog vinarstva, oni, također, žele potaknuti svoju industriju naprijed, eksperimentirajući sa stilovima i sve više se fokusirajući se na organsko vinogradarstvo.

Kao zemlja s najvećim vinogradarskim površinama na svijetu Španjolska shvaća značajan utjecaj vinogradarstva na okoliš i važnost očuvanja svoje zemlje za budućnost. Zbog toga su španjolski vinari uložili značajna sredstva u organsku proizvodnju vina. Inicijativa španjolska organska vina nastala je 2014. godine i trenutno broji 39 obiteljskih vinarija diljem zemlje kao svoje članove. Većina ovih vinarija su mala do srednja imanja koja posjeduju vinograde i proizvode vlastita vina, zbog čega je održivi rast proizvodnje organskog vina temeljno načelo udruge. Kao cjelina, grupa je predana dodavanju vrijednosti lokalnim područjima, revitalizaciji vinograda i očuvanju bioraznolikosti te ublažavanju klimatskih promjena.

Spoznajući sve navedene činjenice kako za hranu tako i za vino, može se sa sigurnošću reći da su hrana i vino uvelike važni svima u ovoj zemlji. Mnogi pridaju veliku bit, požrtvornost i ljubav ovom području u privatnom, ali i u poslovnom svijetu te na taj

način prikazuju sebe i svoju zemlju. Svijet je to uvidio te zbog toga gastronomski i vinski turizam u Španjolskoj obara mnoge rekorde i predstavlja moćnu konkurenciju drugim zemljama.

Španjolci su uvelike ponosni na svoju kulinarsku tradiciju, raznolikost i ukusnu kuhinju. Hrana i vino sastavni su dio španjolske kulture, društvenih okupljanja i slavlja.

3.2. Tipična jela gastronomskih regija

Španjolska gastronomija odiše raznolikošću i tipičnim jelima u svakoj regiji. Regionalne varijacije najbolje opisuje španjolska izreka koja se odnosi i na klimatske uvjete i tehnike kuhanja: “Na sjeveru se pirja; u središnjem području se peče; na istoku se pirja, a na jugu se prži.“ Stoga će se u ovom dijelu rada prikazati jela i vina koja su za pojedinu regiju najposebnija:

- Andaluzija - Rimljani su naučili Andaluzane kako uzgajati pšenicu i vinovu lozu te su koristili ribu iz mora za proizvodnju najboljeg „garuma“⁹ u carstvu. Arapi su naučili Andaluzane kako uzgajati voće i povrće. Koristili su sustave navodnjavanja i unaprijedili uzgoj maslina i proizvodnju ulja. Tipična jela su: andaluzijski gazpacho (vrsta hladne juhe) i sipe s grahom.
- Aragon - Aragon je naslijedio svoju bogatu gastronomiju od različitih kultura koje su prolazile kroz regiju tijekom stoljeća. Zna kako iskoristiti svoje lokalne proizvode i danas se kuhinja ove regije opisuje kao klasična. Velika geografska raznolikost ove regije dovela je do proizvoda vrhunske kvalitete. Tipična jela su: Chirete (janjeće trpice punjene rižom, cimetom, peršinom, soli i bijelim paprom) i breskva Calanda.
- Asturias - Asturias je veličanstveni prirodni morski, planinski i seoski raj s vrlo raznolikim okolišem. Zaštićena s jedne strane Biskajskim zaljevom, a s druge strane planinskim lancem Picos de Europa, ova je regija oduvijek bila izolirana i zaštićena od mogućih invazija te stoga ima mnoge duboko ukorijenjene tradicije i rituale. Tipična jela su: riža s mlijekom i Fabada (Fabes su mahunarke, bijeli grah).

⁹ Jedem doma. Zna li što je garum? <https://jedemdoma.hr/kako/znate-li-sto-je-garum/> (23. 4. 2023.)

- Balearski otoci - gastronomija Mallorce, Menorce, Eivissa.Ibize i Formentere sastoji se od mnogih slatkih i ugodnih jela. Kuhinja u potpunosti iskorištava resurse otoka i mnoge kulture koje su prolazile na ovim mjestima ostavile su trag. Tipična jela su: Ensaimada (tipični majoranski slatkiš) i Majorka sambasada (kobasica koja se jede sirova).
- Kanarsko otočje - Španjolci često nazivaju Kanarske otoke „Islas Afortunadas“ (sretni otoci) jer sjaj sija praktički tijekom cijele godine. Njihove jedine granice su nebo i more te su njihova fauna, flora i kultura toliko različite od onih na kopnu. Ipak, možda bi bilo prikladnije posjetitelje ovih otoka nazvati „sretnicima“, ne samo zato što mogu uživati u suncu, moru i okolišu, već i zato što im se pružila prilika kušati njihove kulinarske delicije. Tipična jela su: izmrvljeni krumpir s mojom¹⁰ i kanarski ranč (varivo).
- Cantabria - regija Cantabria vrlo je bogata poviješću, umjetnošću i prirodnim područjima (more, doline s blagom i toplom mikroklimom, plodni pašnjaci) Raznolika kuhinja pametno kombinira proizvode iz mora s onima s pašnjaka i tržnica. Tipična jela su: planinski gulaš i Quesada Pasieda (vrsta slatkiša koja se sastoji od kravljeg mlijeka, maslaca, brašna, jaja i šećera).
- Castilla - La Mancha - smještena gotovo u središtu kopnene Španjolske, Castilla la Mancha i njezina kuhinja vrlo su cijenjeno otkriće za putnika. Kuhinja ove regije sastoji se od velikog izbora tradicionalnih, izdašnih, ali jednostavnih jela koja se pripremaju od osnovnih namirnica kao što su kruh, meso i povrće te su popraćena širokim izborom vina, ovčjih sireva i slastica. Na taj način vraćaju zalognicu natrag u doba Don Quijotea. Tipična jela su: Manchego pisto (jelo od svježeg i sezonskog povrća) i Gazpacho Manchego (gulaš od mesa divljači).
- Castilla–Leon - najveća je španjolska autonomna regija. Sastoji se od devet pokrajina koje dijele okuse, ali i čuvaju vlastitu tradiciju. Tradicije velikog povijesnog i umjetničkog bogatstva koje se gastronomski odražavaju. Castilla-Leon je bez sumnje najpoznatiji po pečenom odojku i janjetini. Tipična jela su: pečena janjetina i Žumanjci Sante Tereze.

¹⁰ Astelus. Tipična jela Španjolske po autonomnim zajednicama. <https://astelus.com/hr/tipi%C4%8Dna-%C5%A1panjolska-jela/#islas-canarias> (pristupljeno 3. 5. 2023.)

- Extremadura - krajolik Extremadura ne prestaje zadivljivati posjetitelje svojim suhim ravnicama, raskošnim pašnjacima, planinama, močvarama, livadama i poljima. U svakom području postoje različiti proizvodi, usjevi i stoka koji utječu na lokalna jela. Tipična jela su torta od kasara (sir koji se može pronaći samo u Extramaduri) i Migas (jelo od starog kruha i slanine).
- La Rioja - to je zemlja putnika i razmjene, gdje se stvaraju odnosi i izmjenjuju kultura i običaji. Sve se to odražava i na gastronomiju u kojoj se jela prilagođavaju turistima. Uz jela turisti mogu kušati i vrhunska vina. Tipična jela su: Menestra (riojanski gulaš) i krumpir Rijoanin stil.
- Madrid - Madrid je uvijek imao magnetski učinak na preostale španjolske regije. Bilo zbog fascinacije dvorom ili traženja posla i bolje budućnosti od one koja se nudi na selu, tijekom godina ova regija i glavni grad Španjolske postali su središte kulture i gastronomije. Ima i svoja jela koja su, iako nisu nastala na ovim prostorima, s vremenom postala „madrileno“. Tipična jela su: madridsko varivo i omlet od krumpira.
- Murcia - Murcia poslužuje autentičnu mediteransku kuhinju. Žitarice, povrće i maslinovo ulje temelj su ove kuhinje koja svoj izvor inspiracije nalazi u vrtu tržnice. Jela su prirodna, autentična, ukusna i sa svojim vlastitim karakterom. Tipična jela su: Caldero del Mar Menor (glavni sastojak ovog kotla je riba) i Zarangollo Murciano (kajgana s tikvicama i lukom).

Navedene regije i odabrana jela koja reprezentiraju navedenu destinaciju samo su neka od mjesta koja su uvelike poznata svima a i odražavaju bit destinacije kao i predstavljaju razlog uspješnosti turizma Španjolske i želju svih za posjetom ove zemlje.

3.2.1. Baskija – gastronomsko središte svijeta

Što se tiče hrane, Baskija je vjerojatno najvažnija turistička destinacija u Španjolskoj. Primorski i pogranični kraj za čiju je vrlo raznoliku gastronomsku ponudu zaslužan spoj morskih i planinskih kultura s modernom vrhunskom kuhinjom. Taj se trend pojavio tijekom

posljednjih desetljeća s pojavom takozvane „Basque Nouvelle Cuisine“. Ali ono što je najvažnije, dobra hrana odraz je karaktera Baskijaca, naroda posvećenog tradiciji i dobroj hrani, što je središte svake društvene prilike.

Zbog svog zemljopisnog položaja u Biskajskom zaljevu, Baski su već stoljećima strastveni mornari. Njihov stalni izlov na obali Terranove rezultirao je masovnom konzumacijom bakalara. Bakalar je riba koja se u prošlosti na kopnu konzumirala za borbu protiv gladi, a danas je pretvorena u deliciju koja je dio brojnih recepata. Umaci koji su nastali zahvaljujući ovoj ribi, „pil pil“ (češnjak), biskajski umak, zeleni umak, „ajoarriero“ (jaja i češnjak), s godinama su postali prave institucije i dokaz vjekovnog kapaciteta regije na području proizvodnje sofisticiranih jela s izvrsnim sirovinama.

Oslić, palamida, orada, rakovica, sitna sipa i inčuni iz Getarije ili vrlo tražene jegulje ostale su morske delicije koje su uvijek prisutne u domaćoj kuhinji i od kojih se pripremaju složenci od morskih plodova. Sipa u crnilu i drugi domaći specijaliteti poput mreke u kojoj se može uživati u popularnim blagovaonicama ribarskih cehova u gradićima uz obalu, tuna i sardina te orada pečena na tavici dokaz su baskijske spretnosti u pogledu tehnike kuhanja. U Baskiji je roštilj postao nešto poput rituala i koristi se za kuhanje ribe i govedine.

Većina tradicionalnih jela priprema se od lokalnih proizvoda, što je i logično u planinskom kraju s izoliranim zaseocima i dolinama. Mnogi se deserti temelje na mlijeku, kriške pržene kreme „mamia“ (usireno ovčje mlijeko s umakom od oraha), „intxaursalsa“ (mliječni puding s cimetom i orasima), pržene rollice od lisnatog tijesta s kremom „pantxineta“ (s likerom), „franchipan“ (s bademima), „sopa cana“ (cimet i kopun). Od jabuka se pravi lokalni cider. U jednom od brojnih cider barova koji se nalazi u pokrajini Gipuzkoa, posjetitelj se može poslužiti ciderom izravno iz bačvi i popratiti piće menijem koji se sastoji od omleta i bakalara te T-bone odreska koji se poslužuje za velikim zajedničkim stolovima.

Drugo tipično baskijsko piće je vino. Zajedno s Riojom, ultimativni baskijski aperitiv koji se poslužuje u lokalnim barovima je „txakoli“, lagano, kiselo i aromatično bijelo vino koje je savršena pratnja poznatom „pintxosu“ (tapasu). Sam španjolski običaj da se ide od bara do bara i jedu tapasi najbolje se vidi u Baskiji i postao je gotovo svakodnevni društveni ritual koji svi posjetitelji moraju isprobati.

Kao regija u Španjolskoj Baskija ima značajnu važnost zbog svoje jedinstvene kulturne baštine, posebnog identiteta te ponajviše svojoj kulinarskoj ponudi koja nikog ne

ostavlja ravnim. Kao jedan od najznačajnijih aspekata gastronomija ovu regije predstavlja diljem svijeta i privlači mnoge turiste.

3.2.2. Katalonija – gdje se planine susreću s morem

Gastronomska karta Katalonije puna je kontrasta. Njegova kuhinja je „mar i muntanya“ (more i planina), s prvoklasnim lokalnim proizvodima i dubokim poštovanjem tradicije. Druga velika kulinarska revolucija u Španjolskoj proizašla je iz ove regije.

Katalonija je jedna od autonomnih regija u Španjolskoj s mediteranskim duhom i zdravim izborom jedinstvenih proizvoda koji su prepoznati certificiranim oznakama kvalitete. To uključuje rižu iz delte rijeke Ebro, krumpir iz Pradesa, grah „feso“ iz Santa Paua, grah „ganxet“ iz Vallesa i „calcots“ iz Vallsa te veliki zeleni luk koji se peče na žaru u jednom od najpopularnijih lokalnih jela. Kada je riječ o plodovima mora, Katalonci zaista znaju kako najbolje iskoristiti morske ježince, osebujnu „espardenyu“ (morski kastravac) i kamenjare, od kojih pripremaju mnoge svoje gulaše, poznate kao „suquets“. U planinama se uzgajaju brojne vrste gljiva. Katalonci apsolutno vole gljive te su oduvijek bile glavni sastojak njihove kuhinje.

Dva okruženja, more i planine, posebno su vidljiva u kuhinji ove regije, a neka od najomiljenijih jela jasan su primjer ove kombinacije, uključujući mesne okruglice sa sipom ili piletinu sa škampima. Uz navedena jela, neosporiva su jela koja se poslužuju u zdjelicama i jedu žlicom, uključujući „escudella i carn d olla“ njihovu verziju gulaša „cocido“, koji se može pronaći diljem Španjolske. Variva kao što su „fricando“ (fricassee s gljivama, rižom i složencima s rezancima „botifarra“ kobasica s grahom i špinat s pinjolima i grožđicama), također, su neki od najpopularnijih recepata u regiji.

„CALCOTADA“ gastronomsko slavlje: jedan od najintrigantnijih proizvoda u Kataloniji je „calcota“, vrsta mladog luka iz grada Vallsa u Tarragoni. Održavaju se tradicionalni „calcotasi“ tijekom kojih se peku na plamenu na rezovima vinove loze, a zatim se zamotaju u novinski papir kako bi se dovršili kuhati na vlastitoj toplini. Postoji sveobuhvatno slavlje ovog gastronomskog rituala tijekom kasne zime i ranog proljeća.

U okviru ove ukusne kulinarske ponude, Barcelona je uvijek bila glavni grad, postavši najbolje mjesto za kušanje recepata iz cijele Katalonije. Jela koja se mogu probati prilikom posjete ovoj destinaciji su:

1. PA AMB TOMAQUET - u vrijeme gladi Katalonci su otkrili čarobnu formulu za jelo tvrdog kruha. Sastajalo se od starog kruha, rezanog na kriške i namazanog rajčicom. Zatim su ih, kako bi omekšali, obilno zalijevali maslinovim uljem. Svi domaći ljudi s ponosom priznaju da je ovo jedan od najboljih izuma katalonske gastronomije. Najbolji je prilog uz svako jelo.



Slika 3. PA AMB TOMAQUET

Izvor: America Test Kitchen. Pa Amb Tomàquet (Catalan Tomato Bread), 2021.

<https://www.americastestkitchen.com/recipes/14134-pa-amb-tomaquet-catalan-tomato-bread> (pristupljeno 13. 4. 2023.)

2. ESCALIVADA - Escalivada je mediteransko jelo. Riječ je o salati od patlidžana, paprike, rajčice, luka, soli, maslinova ulja i octa. No, ovo se povrće ne poslužuje sirovo, već se prethodno prelije tankim slojem finog maslinovog ulja i zapeče se. Ime dolazi od katalonskog glagola escalivar, „kuhati u pepelu“.



Slika 4. ESCALIVADA

Izvor: Goya. Escalivada - Grilled Summer Vegetables. <https://www.goya.com/en/recipes/escalivada> (pristupljeno 14. 5.

2023.)

3. FRICANDO - tradicionalno jelo katalonske kuhinje koje se temelji na svinjskim i/ili telećim fileima. Zaprži se i kuha na laganoj vatri s gljivama. Jedno je od rijetkih

tradicionalnih katalonskih jela koje svoje porijeklo duguje urbanoj, a ne seljačkoj kuhinji.



Slika 5. FRICANDO

Izvor: Tacisa. Fricandó de ternera con setas. <https://tacisa.com/fricando-ternera-setas/> (pristupljeno 12. 4. 2023.)

4. SUQUET DE PEIX - recept je primorskog porijekla. Kuha se i servira u loncu, dva su mu sastojka: riba i krumpir.



Slika 6. SUQUET DE PEIX

Izvor: Great British Chefs. Suquet de peix. <https://www.greatbritishchefs.com/recipes/suquet-peix-recipe> (pristupljeno 23. 4. 2023.)

5. CREMA CATALANA - jedan od tradicionalnih katalonskih deserata. Svakako, to je desert vrlo sličan „Creme brulee“, bogatoj bazi od kreme s kontrastnim slojem tvrdih bombona. Međutim, katalonska krema je lakša. Krema se začini limunovom koricom i štapićem cimeta.



Slika 7. CREMA CATALANA

Izvor: Kevinis Cooking. Crema Catalana (Spanish Custard), 2021. <https://keviniscooking.com/crema-catalana-spanish-custard/> (pristupljeno 25. 4. 2023.)

Gastronomija Katalonije zauzima posebno mjesto u bogatoj kulinaraskoj tapiseriji Španjolske. Katalonija sa svojim glavnim gradom Barcelonom, poznata je po svojoj jedinstvenoj i raznolikoj kuhinji, koja kombinira mediteranske i katalonske utjecaje.

3.2.3. Galicija – kuhinja iz morskih dubina

Galicija se slovi kao poznata gastro destinacija, koja rječito demonstrira španjolsku gostoljubivost i ljubav prema hrani.¹¹ Gastronomija Galicije široka je i raznolika. Gurmani koji imaju strast prema plodovima mora i izvrsnom vinu na ovom području mogu zadovoljiti svoju strast. Galicijci imaju dugu tradiciju i velik ponos na svoje kuharske vještine. Galicija proizvodi više plodova mora i školjki, nego bilo koja druga regija, a velik dio cijenjenih proizvoda svakodnevno se transportira u najbolje restorane diljem Španjolske i Europe. More oko obale Galicije i njezine rijeke (Rias Baixas) je čisto i plodno te obiluje plodovima mora koji su sastavni dio brojnih jela.

Jelo Mariscada Gallega obično uključuje mješavinu svježih plodova mora, ulovljenih ili ubranih večer prije, a može uključivati i rakove, školjke, kamenice, gušče školjke, dagnje i jastog. Tajna njegovog beskrajnog uspjeha je naravno nenadmašna kvaliteta i svježina. „Pimientos de Padron“, zelene papričice iz grada Padrone u većini slučajeva su prilično blage, iako je oko 20% prilično ljuto, a kako će ispasti ovisi o količini vode i sunčeve svjetlosti koju primaju tijekom rasta. Dobro poznato jelo poslužuje se lokalno i nacionalno i vrlo je jednostavno za pripremu jer se kuha nekoliko minuta u vrućem maslinovom ulju, a zatim se poklapa morskom soli. Okus je intenzivan. „Percebes“¹² (Goose Neck Barnacles), rastu na stjenovitim izdancima oko dvije obale Galicije. Love ih ribari koji se nalaze na stjenovitim izdancima i liticama kako bi ih dosegli. Ribari riskiraju svoje živote dok se spuštaju na nazubljene stijene. Nažalost mnogi su poginuli pokušavajući uloviti ovu jedinstvenu morsku hranu.

¹¹ Naturala. Galicija: Zemlja svetaca, termalnih izvora i odlične hrane!, 2020.

<https://www.naturala.hr/galicija-zemlja-svetaca-termalnih-izvora-i-odlicne-hrane/> (pristupljeno 17. 4. 2023.)

¹² Morske delicije, poznate kao gušča brada, „Patka školjka“

Kao slatko jelo bez sumnje najposebnija je „Tart de Santiago“. Nijedan posjet Galiciji ne bio potpun bez kušanja ovog ukusnog tarta. Ime je dobio po svetom Jakovu i radi se od mljevenim bademima, jajima, šećeru, limunovoj korici i prhkom tijestu. Gornji dio kolača ukrašen je otiskom križa sv. Jakova.

Mali obroci s puno različitih okusa su tapasi.¹³ Mala ukusna jela središte su svakodnevnog života u Galiciji. Najpopularniji tapasi uključuju Calamares, duboke pržene lignje u tijestu i lokalne jabukove kapice kojih ima u izobilju u čistim slatkim vodama oko Galicije. Za one koji ne vole meso, tu su Pimientos de Padron, pržene zelene čili papričice.

Kada je u pitanju piće, tu je poznati „qeimada“ jedinstveni topli napitak iz Galicije, napravljen od likera (Aguadiente) koji se zagrijava sa šećerom, limunovom koricom, zrnima kave i štapićima cimeta. Obično se zapali za stolom gosta, a zatim se neprestano miješa dok piće ne izgori ostavljajući slatki miris kave. Poznat je kao vještiji napitak. Pripremanje quiemade pravo je iskustvo. Kada je u pitanju proizvodnja vina, Galičani kao da imaju magične moći. Industrija vina je u središtu njihove regije i oni proizvode dva poznata vina: bijelo vino od grožđa Albarino i crno vino Ribeira. Ova dva visoko cijenjena vina iznimno se slažu s većinom galicijskih jela. Okusi vina nedvojbeno su najbolji u cijeloj Španjolskoj i glavni su dio gastronomije Galicije.

Galicija se može pohvaliti bogatom pomorskom kulturom i dubokom vezom s Atlantskim oceanom, što uvelike utječe na njezinu gastronomsku tradiciju. Poznata jela s iznimnim plodovima mora, svježoj ribi i školjkama zahvaljujući prostranoj obali privlače mnoge turiste te obara mnoge rekorde.

3.3. Španjolske vinske regije

Među zemljama južne Europe, Španjolska je dio najvažnijih teritorija za proizvodnju vina. Španjolski teritorij je vrlo raznolik. Iako postoji do 69 službeno priznatih vinskih regija, svaka od njih ima različite karakteristike i nudi različite vrste vina. Od crnih vina punog

¹³ Lončarić, L. Tapas - Španjolska u jednom zalogaju, 2017. <https://gastro.24sata.hr/spajza/tapas-spanjolska-u-jednom-zalogaju-20004> (pristupljeno 16. 5. 2023.)

tijela iz Rioje do fantastičnih pjenušavih vina Cava iz Penedesa, vinske regije Španjolske vrijedi posjetiti za vinska putovanja u južnoj Europi.



Slika 7, mapa španjolskih vinskih regija, izvor: <https://winefolly.com/deep-dive/map-of-spain-wine-regions/>

Vinska regija- Rioja - Međunarodno popularna vinska regija, vina iz Rioje dio su vrhunskih vina od strane kritičara i poznavatelja. Ova sjeverna španjolska vinska regija podijeljena je u 3 pod regije:

Rioja Alta se nalazi u zapadnom, višem dijelu regije, a uključuje vinarski grad Haro koji je dom mnogim najboljim bodegama (Muga, CVNE, La Rioja Alta, Roda). Vinogradi leže visoko na obroncima Sierra Cantabria (do 800 metara) što rezultira kasnim sazrijevanjem grožđa, ali zadržava živahnu kiselost što daje vina koja mogu dobro starjeti.

Rioja Alavesa, dalje na istok u Baskiji, dijeli mnoga obilježja Alte jer u njezinim vinogradima raste neko od najboljih grožđa u regiji, posebno oko gradova Laguardia i Elciego. Alavaesina crna vina karakteriziraju čistoću voća i zamamni miris.

Južnije, u istočnom dijelu, nalazi se Rioja Oriental, gdje garnacha cvijeta u toplijoj, više mediteranskoj klimi.

Tempranillo je najvažnije grožđe i u srcu je najboljih vina Rioje. Daje bogato, voćna, lagana vina i ima poseban afinitet sa starenjem na hrastovini, s vremenom postaje graciozan, svilenkast i mirisan.¹⁴

Andaluzija- Jerez - Andaluzija je mjesto gdje se proizvode pojačana vina Sherry, od grožđa Palomino. Najistaknutija pod regija Andaluzije je Jerez, područje španjolske zemlje koja ponovno objedinjuje židovsku, muslimansku i kršćansku kulturu i tradiciju. Godine 1984. epidemija filoksere uništila je sve vinograde u regiji. Prije zaraze, vinska regija Jerez imala je više od 100 sorti grožđa za proizvodnju sherry vina. Trenutno postoje samo tri sorte bijelog grožđa koje se uzgajaju za proizvodnju sherry-a, Palomino, Pedro Ximenez i Moscatel. Dominantna sorta je Palomino, koja čini približno 60% ukupne proizvodnje. Pedro Ximenez koristi se za izradu slatkih vina. Moscatel se koristi slično kao Pedro Ximenez.

Castilla y Leon- Ribera del Duero - Mlađa vinska regija, u smislu međunarodne slavine, vina iz pod regije Ribera del Duero stekla su ozbiljnu međunarodnu pozornost tijekom godina. Danas se vinska regija Ribera del Duero smatra ozbiljnim konkurentom u pogledu najboljih crvenih vina iz Španjolske. Smještena uz rijeku Duero, crvena vina iz ovog dijela vinske regije Castilla y Leon proizvode se od grožđa Tempranillo.

Galicija- Rias- Baixas - Okružena Atlantskim oceanom s obje strane, vinska regija Galicija, svoje znanje o proizvodnji vina vuče još iz srednjeg vijeka. Za ljubitelje bijelog vina, ovo je savršena španjolska regija. Najpoznatija pod regija Galicije je Rias Baixa, koja je stekla popularnost zahvaljujući sorti grožđa Albarino koja daje voćna i mineralna vina koja se danas smatraju vodećim španjolskim bijelim grožđem.

Katalonija- Penedes - Sjeverna vinska regija Španjolske, Katalonija, domaćin je druge vinske apelacije¹⁵ zemlje Priorate. Njegova najveća pod regija za proizvodnju vina, Penedes, također je dio nekoliko najstarijih vinskih regija u Europi. Ovo područje okuplja ambiciozne i avangardne vinarije koje obožavaju svoj „terroir“¹⁶ i strastveno rade na stvaranju vinskih čuda. Penedes, blizu Barcelone, također je mjesto gdje se izrađuje

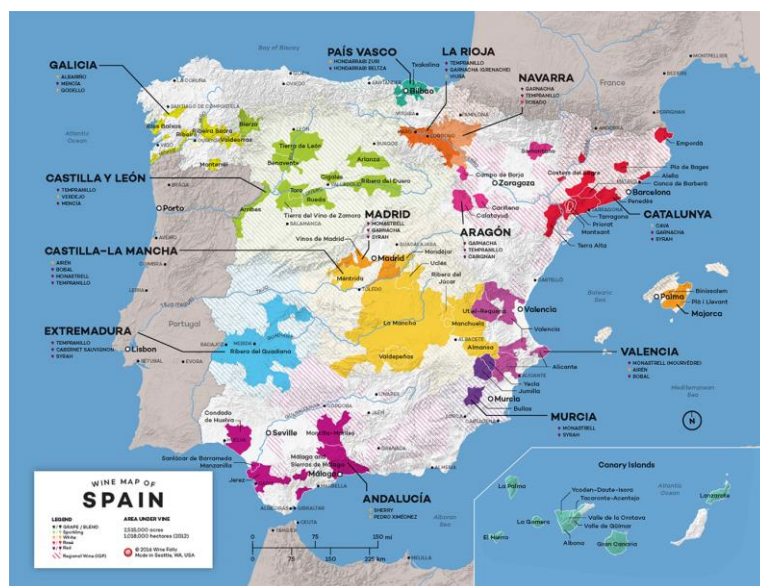
¹⁴ <https://www.thewinesociety.com/discover/explore/regional-guides/rioja-ultimate-guide>

¹⁵ <https://gastro-croatia.store/kako-citati-vinske-etikete/>

¹⁶ <https://hr.wilson-drinks-report.com/terroir-definition-wine>

fantastičan španjolski pjenušac, vina Cava. Španjolska verzija šampanjca i prosecca, Cava je španjolski vodeći pjenušac koji čini zemlju sjajnom u cijelom svijetu.

Valencia - Sunčana istočna obala Španjolske nudi pjeskovito i vapnencem bogato tlo, idealan teritorij za uzgoj sorte grožđa Monastrell i proizvodnju voćnih crnih vina. Najpoznatija pod regija, Utiel-Requena, proizvodila je međunarodno nagrađivana vina. Glavna sorta grožđa, Bobal, ishodište je odvažnih crnih vina, ali i strukturirana rosea i pjenušavih vina. Španjolska je treći najveći proizvođač vina s najvećom površinom pod vinogradima na svijetu. (2,4 milijuna hektara). Španjolska vina variraju od velikih vrijednosti do kolekcionarskih blaga, te od delikatnih bijelih do raskošnih crvenih. U Španjolskoj postoji 138 službenih oznaka vina. Regije su poprilično raznolike, proizvode sve od pikantnog Albariña do crnog Monastrell boje e tinte.¹⁷



Slika 8. Vinske regije u Španjolskoj

Izvor: Wine Folly. Mapo f Spain Wine Regions. <https://winefolly.com/deep-dive/map-of-spain-wine-regions/> (pristupljeno 20. 5. 2023.)

Španjolske vinske regije zauzimaju istaknuto mjesto na globalnoj vinskoj karti, nudeći raznolik raspon sorti grožđa i stilova proizvodnje vina. Bogata vinogradarska baština ove zemlje, u kombinaciji s klimatskim uvjetima koji su najpovoljniji za ova vina, pridonose kvaliteti i iznimnom ugledu.

¹⁷ Wine Folly. Mapo f Spain Wine Regions. <https://winefolly.com/deep-dive/map-of-spain-wine-regions/> (pristupljeno 20. 5. 2023.)

3.4. Vinske ture u promidžbi turizma

Vinske regije ili područja poznata po proizvodnji vina, poput Katalonije u Španjolskoj, tek su nedavno započela marketing eno-turizma počevši od sredine 2000-tih. Primarni fokus iza ovog programa bio je pružiti turistima koji dolaze u Španjolsku, alternativu odmora na plaži s kojim se Španjolska tako često povezuje. Luiz Lechuga Nunez, osnivač web stranice Winetourismspain.com godišnje primi oko 250 000 stranih turista koji putuju isključivo zbog vinskih izleta. Ovaj broj iznosi samo oko 0.4% ukupnog broja turista koji posjećuju Španjolsku. Sjajna vijest za Španjolsku je da eno-turizam ne zahtijeva značajna financijska ulaganja, s visoko razvijenim urbanim i ruralnim turizmom. Prema Lechugi „Ono što trebamo učiniti je paziti kako ćemo kreativno pakirati i distribuirati vinske ture milijunima ljubitelja vina diljem svijeta.“

Jedna od najpoznatijih vinskih tura i najbolja španjolska destinacija za vinski turizam je La Rioja. Kušanje poznatih vina pravi je doživljaj. Vinarije, hoteli i tvrtke u okolici natječu se za pozornost putnika mnoštvom različitih aktivnosti poput, lebdenja iznad vinograda u balonu na vrući zrak, kušanje vina sa stručnjakom sommelier, otkrivanje vinarije vrhunskog dizajnera ili posjet jednom od najboljih svjetskih muzeja vina. Nadalje, turisti, također, mogu vidjeti kako se vino proizvodi i fotografirati beskrajne vinograde. Rioja i 5 osjetila je program osmišljen za promicanje vinske kulture koji se organizira svake godine u ožujku, svibnju, lipnju, rujnu i studenom. Jedna od aktivnosti u programu je vinski vlak koji vozi od Logrona do Hara kako bi se posjetile vinarije u tom području. Putnike prate glumci u starinskim kostimima koji pričaju o zabavnim činjenicama i anegdotama iz svijeta vina.

Kao jedna od načina promidžbe u turizmu, vinske ture nude zadivljujuće i impresivno iskustvo za turiste. Raznolike španjolske vinske regije, od kojih svaka pruža priliku za istraživanje širokog spektra vina i otkrivanje bogate vinogradarske baštine u zemlji.

4. BRENDIRANJE ŠPANJOLSKIH GASTRONOMSKIH REGIJA

U zadnjem dijelu ovog završnog rada bit će prikazan nastanak španjolskog brenda koji je poznat diljem svijeta i privlači milijune turista. Uz nastanak i biti će naglašeno ono što ovu zemlju čini posebnom i zašto je mnogima omiljena destinacija.

4.1. Brendiranje destinacije

Španjolska je oduvijek bila glavna turistička destinacija u svijetu. Ova zemlja je od 50-tih godina prošlog stoljeća svrstana među deset najposjećenijih zemalja svijeta. Tada je Španjolska bila osma najposjećenija zemlja na svijetu, no od 70-tih do 2010. bila je treća zemlja nakon Francuske i SAD-a, a posljednjih godina Kina je pretekla Španjolsku. Zašto je Španjolska toliko privlačna turistima navedeno je u motivima dolaska turista. Usprkos tome, Španjolska vlada oduvijek pokušava promovirati Španjolsku.

U 2012. godini stvoren je „Brand Spain“ kako bi se postigla bolja promocija turizma u Španjolskoj i poboljšalo pozicioniranje Španjolske na globalnom tržištu. Brand Spain pokušava promovirati sve pozitivne karakteristike Španjolske (povijest, umjetnost, kulturu općenito, međunarodne sajmove, religiju turizam na plaži i suncu, sport, kuhinju itd.) na međunarodnoj razini, što treba više turista i doprinijeti poticanju izvoza i privlačenju stranih ulagača, a to posljedično pridonosi gospodarskom rastu.

Kotler i Gertner¹⁸ navode: „Imidž zemlje proizlazi iz njezine geografije, povijesti, umjetnosti i glazbe, poznatih građana i drugih obilježja.“ Ključno je istaknuti da Španjolska ima važno mjesto u svijetu kao lider i inovator u poslovanju, kulturi i sportu. Sadašnja slika Španjolske je iskrivljena i njezin identitet je donekle drugačiji od slike u inozemstvu. Osim ljetovališta i plaža, koji su među najpopularnijim oblicima turizma u Španjolskoj, mogu se naći i druge vrste turizma. Među njima je poslovni turizam koji je, također, ključan u

¹⁸ Kotler, P. i Gertner, D. Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *The Journal of Brand Management*, br. 9 (2002): 249-261.

Španjolskoj. Tu su i različite vrste međunarodnih sajмова koji se održavaju svake godine. Nadalje, ova destinacija je uvelike povezana s gastronomijom i vinima, na primjer bitno je napomenuti da je Španjolska među vodećim zemljama koje izvoze vina u svijetu te posjeduje najbolje restorane.

Povijest u Španjolskoj još je jedno važno bogatstvo jer postoje brojni povijesni gradovi (Madrid, Barcelona, Sevilla, Salamanca, Valencia, Cordoba itd.) Treba naglasiti da su mnogi španjolski gradovi i mjesta priznati kao gradovi svjetske baštine. Tu su i 44 mjesta svjetske baštine koje je UNESCO uvrstio na treće mjesto nakon Kine i Italije, što promiče kulturni turizam u Španjolskoj. Uz dugu i važnu povijest španjolski narod pridaje veliku bit svojoj kulturi i njezinom promicanja. Kulturno djelovanje u inozemstvu jedan je od najvažnijih elemenata javne diplomacije i ima za cilj projicirati sliku Španjolske ili španjolske marke koja odgovara višestranjosti kulturnoj stvarnosti zemlje.

Kao što je prije naglašeno, na početku je glavni element za promicanje Španjolske bilo njezino odmaralište na suncu i plaži, no istina je da se kulturni i gospodarski globalni položaj Španjolske dramatično poboljšao tijekom proteklih 30 godina i možda bi druge zemlje u usponu trebale obratiti pažnju na različite tehnike koje koristi Španjolska. U vezi s kulturom i tradicijom i među ostalim popularnim aspektima turizma u Španjolskoj, bitno je naglasiti tradicionalne festivale koji se održavaju svake godine u različitim dijelovima Španjolske. Uz sve navedeno, Španjolska je glavno turističko odredište te odiše posebnosti. Njezin imidž je prepoznatljiv svugdje u svijetu te posjeduje zavidnu poziciju na globalnoj turističkoj pozornici.



Slika 9. I need Spain brand, travel logo

Izvor: Pngegg. Logo. <https://www.pngegg.com/en/search?q=spain+Logo> (pristupljeno 19. 5. 2023).

Kao jedna od vodećih turističkih destinacija u svijetu, Španjolska se uspješna etablirala kao snažan brend u globalnoj areni, obuhvaćajući različite aspekte koji pridonose njezinoj pozitivnoj reputaciji i prepoznatljivosti. Brendiranje Španjolske igrado je na njezinoj bogatoj kulturnoj baštini, raznolikim krajolicima, gastronomskoj izvrsnosti i živahnom načinu života.

4.2. Španjolska kao gastronomska destinacija

Karakteristike Španjolske kao gastronomske destinacije očituju se u različitim utjecajima tijekom povijesti, podneblju i načinu života. Sve te okolnosti dovele su do vrlo raznolike gastronomije u Španjolskoj te brojnih tradicionalnih specijaliteta koji su međunarodno poznati i priznati. Gastronomija, stoga, čini važan dio turističke ponude Španjolske. Upravo Španjolska kroz gastronomiju nastoji biti prepoznata na turističkoj karti svijeta.

4.2.1. Michelinov vodič

Španjolska ima široku raznolikost klime, krajolika i okruženja savršenih za uzgoj lokalnih proizvoda najviše kvalitete. To je omogućilo Michelinovu vodiču da dodijeli tri zvjezdice mnogim restoranima u Španjolskoj koji iskorištavaju prednosti proizvoda svoje regije kako bi ponudili ukusna jela. U nastavku analizirat će se mjesta i regije u Španjolskoj u kojima se nalaze najbolji restorani.

Andaluzija

Cadiz je pravo mjesto na koje se treba uputiti ako turist želi isprobati gastronomiju s tri Michelinove zvjezdice u Andaluziji. Poznati Puerto de Santa Maria dom je restorana Aponiente koji nudi morske delicije s juga Španjolske, Chef Angel Leon prikazuje da obala Cadiz nudi puno više od ribe, s nekim od vrlo posebnih lokalnih sastojaka s plaža, laguna, močvarnih područja i ušća jedinstvenog zaljeva Cadiz, kao što su planktoni, morske alge i ikra morskog zeca.

Cantabria

Cantabria je još jedno važno odredište za visoku španjolsku kuhinju, zahvaljujući restoranu Cenador de Amos u Villaverde de Pontones, koji je, također, nagrađen s tri Michelinove zvjezdice. Ovo područje nalazi se u blizini kantabrijske obale s prekrasnim krajolicima bujnih livada i prostranih šuma. Ovo jedinstveno okruženje i blaga atlantska klima nude chefu Jesusu Sanchezu ukusne proizvode najviše kvalitete iz kantabrijske gastronomije, kao što su incuni Santona i sir Liebana.

Katalonija

Katalonija ima raznoliku paletu krajolika koji joj daju raznolike lokalne proizvode, uključujući suhomesnate proizvode i kobasice, sireve, vina, cavu, meso, ribu i povrće. Ovi vrhunski sastojci mijenjaju se ovisno o godišnjem dobu, postajući sezonski dragulji zahvaljujući prekrasnoj mediteranskoj klimi. Restorani kao što su Lasarte, Cocina Hermanos Torres i ABaC u Barceloni te El Celler de Can Roca u Gironi posjeduju ove katalonske delicije u jelima koja su im donijela tri Michelinove zvjezdice.

Autonomna regija Valencia

Restoran Quique Dacosta s tri Michelinove zvjezdice privlači mnoge turiste i gurmane u grad Denia. Slavni kuhar maksimalno iskorištava gastronomiju Valencije koja je obogaćena uzgojem proizvoda poput maslinovog ulja, tigrovih oraščića i citrusa. Bitno je naglasiti i važnost rižinih polja kojima obiluje prirodni rezervat Albufera, jedinstveno okruženje s idealnim močvarama za žetvu ukusne riže u Valenciji.

Baskija

Baskija ima najviše restorana s tri Michelinove zvjezdice od svih španjolskih regija: Akellare, Martin Berasategui i Arzak u San Sebastianu te Azurmendi u Bilbau. Stoga je baskijska gastronomija dovoljan razlog za posjet sjeverne Španjolske. Okupana Kantabrijskim morem, ova se regija može pohvaliti širokim izborom lokalnih morskih plodova i ribe koji će zadovoljiti sve ukuse. Najpoznatiji španjolski kuhari smatraju Baskiju idealnom za ponudu raznolikih i ukusnih lokalnih proizvoda.

Madrid

Madrid je dom jednog od najpoznatijih restorana u zemlji. Chef Dabiz Munoz iz DriverXO-a dva je puta zaredom proglašen najboljim kuharom na svijetu na dodjeli nagrada The Best Chef. Jedinstveno objedovanje u ovom restoranu nudi posjetiteljima „putovanje kroz hedonističku i kreativnu kuhanju“ svog kuhara, pri čemu je avangardna kuhinja na

dnevnom redu.¹⁹ Munoz je stekao iskustvo radeći u Španjolskoj , kod Balzaca i Viridiane gdje je upijao globalne utjecaje koji odražavaju njegov stil danas.

4.2.2. Značaj Michelinovog vodiča

Danas u svijetu ugostiteljstva pa tako i u svijetu restorana postoji poprilično jaka konkurencija. Restorani nastoje steći svoju konkurentski prenost na temelju kvalitete svojih proizvoda i usluga, originalnosti i specifičnih ponuda. Upravo jedan od načina na koji restorani nastoje istaknuti svoju prednost jest Michelinov vodič. Dobivanje Michelinovih zvezdica iznimno je prestižna titula koja ukazuje na kvalitetu samog restorana. Ova prestižna titula čini restoran konkurentnijim. Iz navedenog razloga restorani upravo kroz ovu titulu nastoje istaknuti svoju prednost na tržištu.

4.3. Gradske tržnice kao važan factor privlačnosti turista

Tražanjem drugačijeg iskustva turisti nailaze na ono što će ispuniti njihova očekivanja, a to su gradske tržnice. One daju savršenu priliku za isprobavanje visokokvalitetnih proizvoda u jedinstvenom okruženju. Konzumiranje hrane i pića uz živu muziku neke su od mogućnosti koje su dostupne. Neke od najpoznatijih tržnica u Španjolskoj su:

- La Boqueria, Barcelona - tržnica Sant Josep, poznatija kao „La Boqueria“, nalazi se u srcu avenije La Rambla. To je najpozantija i najslikovitija tržnica Barcelone. Ovo simbolično mjesto u gradu, na mjestu koje je nekada bilo dvorište crkve Sant Josep, svečano je otvoren 1836. Tržnica je u početku bila na otvorenom, sa štandovima putujućih prodavača i farmera koji su svoju robu prodavali izravno javnosti. Na kraju je natkrivena i pretvorena u zatvorenu tržnicu 1914. Vanjski dio La Boquerije je metalik/staklena struktura. Ipak, najzanimljivija je unutrašnjost, zbog koje je ova

¹⁹ Magazine Lecollectionist. A guide to three Michelin star restaurants in Spain. <https://magazine.lecollectionist.com/a-guide-to-three-michelin-star-restaurants-in-spain#diverxo> (pristupljeno 17. 5. 2023.)

tržnica, poznata po kvaliteti i raznolikosti proizvoda koji se prodaju iz cijelog svijeta, mjesto koje je vrijedno posjetiti.

- Tržnica San Miguel, Madrid - smještena u srcu turističkog središta Madrida, ova simbolična zgrada zapravo je tradicionalna tržnica koja je danas preuređena u potpuno moderno mjesto koje je opskrbljeno nizom vrhunskih prehrambenih proizvoda. Nudi čitav niz mogućnosti: obavljanje dnevne kupovine, sudjelovanje u aktivnostima i izložbama, kušanje raznih proizvoda, uživanje u grickalicama i piću. Tržnica San Miguel stilski je uređena i sadrži 33 štanda s čitavim nizom delicija. Cilj joj je održavati višestruku prirodu španjolske gastronomije i preuzeti ulogu centra za kulinarsku kulturu. Zahvaljujući dugom radnom vremenu, idealno je mjesto za slobodno vrijeme i danju i noću jer, također, ima vinske barove i barove koji poslužuju ukusne tapase.
- Tržnica Zaragoza - nazvana i Mercado Central Lanuza, zgrada je sagrađena na području na kojem se tijekom 19. stoljeća nalazilo tržište na otvorenom. Projekt je bio posao arhitekta Felix Navarro, koji je koristio nove materijale, poput lijevanog željeza i stakla, pored upotrebe opeke ili kamena. Zgrada je obnovljena 1986. godine, a također su obnovljene tezge, što je osiguralo da tržište i dalje ima istu aktivnost kao i u početku, čuvajući boju, animaciju i užurbanost.²⁰
- Tržnica Valencia - središnja tržnica u Valenciji pokriva više od 8000 četvornih metara, na dva kata, s pretežno predmodernističkim stilom. Njezin neobičan krov sastoji se od originalnih kupola i kosih dijelova na različitim visinama, dok je unutrašnjost obložena nizom materijala kao što su željezo, drvo i keramika.
- Tržnica Santa Caterina, Bilbao - smještena u četvrti La Ribera, tržnica Santa Caterina spaja štandove sa svježom hranom svih vrsta, meso, riba, plodove mora, povrće i voće, kobasice, s gurmanskim mjestima za visokokvalitetna ulja, krušnu peć i još mnogo toga, sve zaokruženo gastronomskom ponudom. Mediteranska, orijentalna i vegetarijanka kuhinja poslužuje se u ambijentu neoklasicističke fasade zgrade. Tržnica Santa Caterina postala je mjesto koje ne smiju propustiti svi koji posjećuju četvrt Barcelone i žele uživati u prostoru fuzije hrane.

²⁰ Hard hobbitto. Najljepša tržišta u Španjolskoj, 2023. https://hr.hardhobbittobreak.com/905-the-most-beautiful-markets-in-spain?utm_content=cmp-true (pristupljeno 17. 5. 2023.)

Gradske tržnice imaju značajnu ulogu u Španjolskom turizmu, pridonoseći živahnoj kulturi, kulinarskoj sceni i lokalnom gospodarstvu veliku važnost. Ove tržnice nisu samo mjesta za kupnju i prodaju robe, već služe i kao živahna društvena središta koja prikazuju bit španjolskog života te prikazuju platformu za lokalne proizvođače, obrtnike da izlože svoje proizvode i naglašavaju svježinu

Zaključak

Turističko tržište današnjice obilježeno je velikom konkurencijom. To znači da turisti imaju mogućnost odabira među brojnim destinacijama i u klopnu vrlo raznolike ponude. Jedna od najposjećenijih turističkih država svijeta je Španjolska. Svojom predivnom infrastrukturom, plažama, prirodnim okruženjem privlači brojne turiste te svakom godinom obara nove rekorde. Ti podatci se mogu detaljnije vidjeti u analizi turističkih pokazatelja koji prikazuju i podatke nakon Covida. Vrlo brzo je turizam u Španjolskoj doživio oporavak te se može pohvaliti velikim brojkama ulaza u ovu destinaciju. Uz spomenute ljepote ove zemlje daljnji motivi dolaska kao i ono najvažnije u ovom radu je njihova gastronomija koja mnogim turistima postaje glavni motiv putovanja u Španjolskoj.

Gastronomija postaje vrlo bitna diljem svijeta te razvoj turizma je usko povezano s ovom granom i vrlo je dobra strategija za lokalni ali i regionalni rast u gospodarstvu. Područje je bez definirane granice, otvorena za sve zainteresirane strane. Kao pojam vrlo je teško pronaći jednu konkretnu definiciju jer ju mnogi definiraju drugačije. Ono seže u dalekoj prošlosti te posljednjih desetljeća dobiva veliki značaj pogotovo jer se vrlo često u mnogim turističkim destinacijama spominje pojam gastronomski turizam. Od svog osnutka gastronomski turizam vrlo je tražena vrsta turizma i predstavlja izvor prihoda. Kako bi gastronomija bila što zanimljivija javljaju se različiti suvremeni trendovi koji se svakim danom mijenjaju. Neki od trenutnih su: gastronomija na otvorenom, koncept nula otpada, regionalni i sezonski jelovnici, hrana na biljnoj bazi, kulinarski trend „Bowls“ te instagramična kuhinja. Kako bi se gastronomi mogli takmičiti u ovom današnjem svijetu moraju pratiti svaki trend te isto nuditi svojim gostima.

Kao zemlja s iznimno bogatom gastronomijom Španjolska pridaje veliku važnost hrani i vinima. Hrana je dio njihove kulture i svaka regija ima svoj gastronomski identitet. Uz to što je velika motivacija turistima za dolazak u ovu zemlju, hrana je i način da se ljudi zbliže i dožive Španjolsku na jedinstven način. Vrlo je bitno napomenuti kako je uz hranu pravi procvat doživjela vinska proizvodnja te se takmiči sa zemljama s najkvalitetnijim vinima u svijetu. Svaka regija ima svoja najtipičnija jela i hranu po kojoj je najpoznatija. U ovom radu su detaljno nabrojene najveće regije i jela koja su najposebnija. Istraživanjem navedenog se može sa sigurnošću reći kak ova destinacija uistinu ima što ponuditi svakom turistu koji

odabere ovu destinaciju za posjetiti. Od Baskije koja se naziva i gastronomsko središte svijeta te je najvažnija turistička destinacija, Katalonije koja je puna kontrasta i njena gastronomija dobiva na važnosti zbog prvoklasnih proizvoda s mediteranskim duhom, ali i jela s planina do Galicije koja je pravi gurman za hranu iz morskih dubina. Kao što je spomenuto vinske regije i vinske ture doprinjele su uvelike u promidžbi turizma. Ova vrsta turizma pruža turistima izniman doživljaj za pamćenje.

Španjolska danas sve više ulaže u brendiranje destinacije na temelju gastronomije i vina. Uz različite festivale, događaje, vinske ture svoju prepoznatljivost nastoji dočarati i Michelinovim vodičem koji danas u svijetu gastronomije pridaje veliku bit. Svi navedeni faktori koji se nazivaju i faktori privlačnosti turista su doveli ovu destinaciju do ovakve prepoznatljivosti i konkuriranjem na zavidnoj razini.

Literatura

1. America Test Kitchen. Pa Amb Tomàquet (Catalan Tomato Bread), 2021. <https://www.americastestkitchen.com/recipes/14134-pa-amb-tomaquet-catalan-tomato-bread> (pristupljeno 13. 4. 2023.)
2. Astelus. Tipična jela Španjolske po autonomnim zajednicama. <https://astelus.com/hr/tipi%C4%8Dna-%C5%A1panjolska-jela/#islas-canarias> (pristupljeno 3. 5. 2023.)
3. Bakan, R. i Salopek, D. Moderni trendovi u prehrani I njihov utjecaj na ugostiteljsku kuhinju, *Praktični menadžment* 6, br. 1. (2015): 105-110. <https://hrcak.srce.hr/file/212471> (pristupljeno 12. 5. 2023.)
4. Brunsko, Z. Turistička motivacija, *Naše more* 49, br. 1-2 (2002): 70-76. <https://hrcak.srce.hr/file/307070> (pristupljeno 3. 5. 2023.)
5. Froyd, N. D. Spain welcomed 71.6 million tourists in 2022, 2023. <https://www.tourism-review.com/spain-reported-almost-72-million-tourists-in-2022-news12927> (pristupljeno 20. 4. 2023.)
6. Foodika. Paella – No.1 gastro ikona Španjolske – kako je nastala i kako ju napraviti uz provjeren recept. <https://foodika.eu/paella-no-1-ikona-spanjolske-povijest-provjeren-recept/> (pristupljeno 10. 5. 2023.)
7. Gastro Croatia. Kako čitati vinske etikete. <https://gastro-croatia.store/kako-citati-vinske-etikete/> (pristupljeno 18. 5. 2023.)
8. Goya. Escalivada - Grilled Summer Vegetables. <https://www.goya.com/en/recipes/escalivada> (pristupljeno 14. 5. 2023.)
9. Great British Chefs. Suquet de peix. <https://www.greatbritishchefs.com/recipes/suquet-peix-recipe> (pristupljeno 23. 4. 2023.)
10. Hard hobbitto. Najljepša tržišta u Španjolskoj, 2023. https://hr.hardhobbittobreak.com/905-the-most-beautiful-markets-in-spain?utm_content=cmp-true (pristupljeno 17. 5. 2023.)
11. Harris, K. The Food Bowl Trend, 2018. <https://market-table.com/the-food-bowl-trend/> (pristupljeno 20. 4. 2023.)

12. Harrison, A. F. *Gastronomy*. Sussex: New Horizan Books, 1982.
13. Jedem doma. Znete li što je garum? <https://jedemdoma.hr/kako/znete-li-sto-je-garum/> (23. 4. 2023.)
14. Kevinis Cooking. Crema Catalana (Spanish Custard), 2021. <https://keviniscooking.com/crema-catalana-spanish-custard/> (pristupljeno 25. 4. 2023.)
15. Kotler, P. i Gertner, D. Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *The Journal of Brand Management*, br. 9 (2002): 249-261.
16. Kreni zdravo. Koja je razlika između vegetarijanca i vegana? <https://krenizdravo.dnevnik.hr/prehrana/koja-je-razlika-između-vegetarijanca-i-vegana> (pristupljeno 21. 4. 2023.)
17. Lazy Pedals. Gastronomic tourism in Spain. <https://lazypedals.com/en/gastronomic-food-wine-tourism-spain.html> (pristupljeno 29. 4. 2023.)
18. Lončarić, L. Tapas - Španjolska u jednom zalogaju, 2017. <https://gastro.24sata.hr/spajza/tapas-spanjolska-u-jednom-zalogaju-20004> (pristupljeno 16. 5. 2023.)
19. Magazine Lecollectionist. A guide to three Michelin star restaurants in Spain. <https://magazine.lecollectionist.com/a-guide-to-three-michelin-star-restaurants-in-spain#diverxo> (pristupljeno 17. 5. 2023.)
20. Mansour, P. The ultimate guide to Rioja wine, 2020. <https://www.thewinesociety.com/discover/explore/regional-guides/rioja-ultimate-guide> (pristupljeno 12. 5. 2023.)
21. Naturala. Galicija: Zemlja svetaca, termalnih izvora i odlične hrane!, 2020. <https://www.naturala.hr/galicija-zemlja-svetaca-termalnih-izvora-i-odlicne-hrane/> (pristupljeno 17. 4. 2023.)
22. Pngegg. Logo. <https://www.pngegg.com/en/search?q=spain+Logo> (pristupljeno 19. 5. 2023.)
23. Rabotić, B. *Selektivni oblici turizma*. Beograd: ČIGOJA ŠTAMPA, 2013.
24. Tacisa. Fricandó de ternera con setas. <https://tacisa.com/fricando-ternera-setas/> (pristupljeno 12. 4. 2023.)

25. Think ING. Spanish tourism rebounded last year but still lagged pre-Covid levels, 2023. <https://think.ing.com/snaps/spain-number-of-tourists-reaches-86-of-pre-pandemic-levels-in-2022/> (pristupljeno 1. 5. 2023.)
26. Wilson Drinks. Terroir definition wine. <https://hr.wilson-drinks-report.com/terroir-definition-wine> (pristupljeno 18. 5. 2023.)
27. Wine Folly. Mapo f Spain Wine Regions. <https://winefolly.com/deep-dive/map-of-spain-wine-regions/> (pristupljeno 20. 5. 2023.)

Popis ilustracija

Slike

| | |
|---|----|
| Slika 1. Prikaz stranih turista u Španjolskoj | 5 |
| Slika 2. Gastronomski trend, bowls | 17 |
| Slika 3. PA AMB TOMAQUET..... | 25 |
| Slika 4. ESCALIVADA..... | 25 |
| Slika 5. FRICANDO..... | 26 |
| Slika 6. SUQUET DE PEIX | 26 |
| Slika 7. CREMA CATALANA | 26 |
| Slika 8. Vinske regije u Španjolskoj..... | 31 |
| Slika 9. I need Spain brand, travel logo | 34 |