

Enogastronomski identitet Slovenije u turističkoj ponudi

Antolović, Laura

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:191:913304>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-17**



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

LAURA ANTOLOVIĆ

Enogastronomski identitet Slovenije u turističkoj ponudi

Enogastronomic identity of Slovenia in the tourist offer

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 hotelijerstvu

Enogastronomski identitet Slovenije u turističkoj ponudi

Enogastronomic identity of Slovenia in the tourist offer

Završni rad

Kolegij:	Međunarodna enogastronomija	Student:	Laura Antolović
Mentor:	Doc. dr. sc. Krešimir Mikinac	Matični broj:	24161/17

Zabok, 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

Laura Antolović

(ime i prezime studenta)

24161/17

(matični broj studenta)

Enogastronomski identitet Slovenije u turističkoj ponudi

(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, 26. lipnja 2023.

Potpis studenta

Sažetak

Svaka turistička destinacija želi biti bolja u odnosu na konkurenciju. Svaka od njih radi na tome da postane jedna od najpopularnijih te tako doprinesu svojem gospodarstvu. Među njima se nalazi i Slovenija. U ovom radu navedena su obilježja Slovenije poput prirodnih ljepota, bogate kulturne baštine i raznih aktivnosti koje turisti sve više posjećuju. Istražena su i sama geografska obilježja Slovenije. U radu je istraženo i gospodarstvo Slovenije koje se sve više razvija, a također su istraženi i turistički pokazatelji Slovenije. Objasnjeni su pojmovi enogastronomije, vinskog te gastronomskog turizma te su navedeni suvremeni trendovi u enogastronomiji. Glavni naglasak rada stavljen je na gastronomiju i enološku ponudu Slovenije. Navedena su slovenska tradicionalna jela za koja su korištene lokalno uzgojene namirnice te poznata slovenska vina te razvoj pivarstva u Sloveniji. Kroz tradicionalnu gastronomiju i vrhunsku enološku ponudu Slovenija se nastoji prezentirati na turističkom tržištu. Sve to prepoznaju turisti koji dolaze svake godine u sve većem broju, to pokazuju podaci koji su istraženi te su se koristili u izradi ovog rada. Sloveniji kao destinaciji proizvodnja hrane i proizvodnje vina predstavljaju sastavni dio njezine povijesti i identiteta. Svojim brendom „I feel Slovenia“, Slovenija je dokazala kako je uspješna u stvaranju jasnog i privlačnog imidža zemlje.

Ključne riječi: Slovenija; enogastronomska ponuda; turizam

Sadržaj

Uvod	1
1. Obilježja Slovenije kao turističke destinacije	3
1.1. Geografska obilježja Slovenije	3
1.2. Turistička atrakcijska osnova Slovenije	5
1.3. Karakteristike gospodarstva Slovenije	10
1.4. Turistička kretanja i rezultati	13
2. Enogastronomski doživljaj u turizmu	17
2.1. Definicija i obilježja	17
2.2. Gastronomski turizam	18
2.3. Vinski turizam	19
2.4. Suvremeni trendovi u enogastronomiji	21
3. Enogastronomska prepoznatljivost Slovenije	24
3.1. Obilježja gastronomije Slovenije kroz povijest	24
3.2. Enogastronomska ponuda	26
3.3. Tradicionalna jela kao dio turističke ponude	28
3.4. Enološka ponuda i razvoj pivarstva	31
4. Strateški pristup razvoju brenda enogastronomije u Sloveniji	34
4.1. Brendiranje turističke destinacije- Slovenija	34
4.2. Promocijske aktivnosti i materijali	36
4.3. Unapređenje hrvatske enogastronomije kroz turizam po uzoru na Sloveniju	38
Zaključak	39
Bibliografija	41
Popis ilustracija	43

Uvod

Slovenija je mala država u Europi koja je poznata po svojim očaravajućim krajolicima te bogatoj kulturnoj baštini i tradicionalnoj gastronomiji. Slovenija se ponosi svojom gastronomskom baštinom i enološkom ponudom te proizvodnjom piva. Neka od obilježja Slovenije kao turističke destinacije su: prirodna ljepota, zelena destinacija, iznimno velika ponuda aktivnosti na otvorenom. Uz prirodne ljepote, Slovenija je bogata kulturnom baštinom koja privlači sve više turista. U radu su navedene turističke atrakcije koje postaju sve popularnije među turistima. Analizirani su gospodarski podaci te turistički pokazatelji Republike Slovenije. Čitanjem ovog rada, čitatelj se upoznaje s gastronomijom i enološkom ponudom te razvojem pivarstva u Sloveniji. To je ujedno i najvažnija cjelina ovog rada.

Predmet i svrha ovog rada je upoznavanje Slovenije, od prirodnih bogatstava do tradicionalnih plesova, glazbe te enogastronomске ponude, upoznavanje s tradicionalnim jelima i izvrsnom ponudom domaćih vina. Svrha ovog rada je pokazati kako se Slovenija izbrendirala sa svojim sloganom koji se nalazi među 20 najupečatljivijih turističkih slogana.

Cilj ovog rada je pokazati važnost enogastronomije u turističkoj ponudi Slovenije i upoznati čitatelje što to Slovenija ima za ponuditi. Cilj je navesti čitatelje na razmišljanje kako je mala država poput Slovenije svjesna svojih prirodnih ljepota, dokazavši se kao destinacija orijentirana prema održivom razvoju turizma, svoje gastronomske i enološke ponude te kako postupno postaje sve popularnija destinacija.

Prilikom pisanja ovog rada korišteni su razni članci vezani uz gastronomiju, turizam, enološku ponudu, kulturnu baštinu te su uz to korišteni i statistički podaci sa službene stranice Republike Slovenije iz kojih su pronađeni turistički pokazatelji i samo gospodarstvo Slovenije.

Rad se sastoji od 4 cjeline. U prvoj cjelini navedena su obilježja Slovenije te su prikazani gospodarski podaci te turistički pokazatelji Slovenije. Druga cjelina objašnjava osnovne pojmove i definicije enogastronomije u turizmu. U trećoj cjelini, koja je najvažnija, predstavljena je enogastronomska prepoznatljivost Slovenije, od tradicionalnih jela do enološke ponude. U zadnjoj, četvrtoj cjelini, naveden je brend Slovenije, njezina promocija te je Slovenija uspoređena s Hrvatskom u segmentu turizma. Ovaj rad sadrži i grafičke

prikaze te tablice u kojima su navedeni turistički podaci , poput noćenja po državama, po vrsti smještajnih objekata, broju zaposlenih u turizmu.

1. Obilježja Slovenije kao turističke destinacije

Republika Slovenija je mala, ali predivna država smještena na jugu Srednje Europe i krajnjem sjevernom dijelu Sredozemlja. Poznata je po svojim očaravajućim krajolicima uključujući Julijske Alpe, obalu Jadranskog mora te slikovito Bledsko jezero. Ujedno je Slovenija poznata i po svojoj bogatoj kulturnoj baštini te prijateljskim ljudima.

Glavni grad Slovenije je Ljubljana, iznimno šarmantan i živahan grad koji je spoj kulture, povijesti i modernizma. Njegova zadivljujuća arhitektura, živopisna ulična umjetnost i ukusna kuhinja čine ga popularnim turističkim odredištem. Slovenija je mala država s raznolikim obilježjima koja je čine jedinstvenom i privlačnom za posjetitelje.

Najznačajnija obilježja Slovenije su:

- Prirodna ljepota
- Bogata kulturna baština
- Ukusna kuhinja
- Aktivnosti na otvorenom
- Zelena destinacija

Slovenija ima raznoliko gospodarstvo s jakim fokusom na industriju, turizam i tehnologiju.

1.1. Geografska obilježja Slovenije

Slovenija je mala država koja se smjestila na dodiru Alpa, Dinarida, Panonske nizine i Sredozemlja. Na sjeveru graniči s Austrijom, s Mađarskom na sjeveroistoku, s Hrvatskom na jugu i istoku, na istoku graniči s Italijom, te izlaz na Jadransko more ima na jugozapadu. Slovenija je pretežito planinska zemlja koja najvećim dijelom obuhvaća Alpe i alpsko predgorje s Dinarskim kršom. Reljef kao takav je najvažniji prirodni element koji znatno utječe na turizam Slovenije. Alpe (Julijske, Kamničke, Savinjske i Karavanke) se protežu na sjeverozapadu Slovenije. U Julijanskim Alpama se nalazi najviši vrh Slovenije, Triglav (2864 m). Centralne Alpe se pružaju središnjim djelom Slovenije, kojima pripada Pohorje s najvišim vrhom Pohorje (1543 m) te Kozjak. Južno od alpskog prostora pružaju se

Predalpska sredogorja i pobrđa, a to su Škofjeloško, Cerkljansko, Idrijsko, Posavsko hribovje i drugi. Ona su raščlanjena uskim dubinskim riječnim dolinama i kotlinama. U zapadnom dijelu doline nalaze se rijeka Soče i rijeka Nadiže, a uz rijeku Savu smjestila se Ljubljanska kotlina, u središnjem dijelu Savinjske doline nalazi se Celjska kotlina, dok se istočnim dijelom pruža kotlina rijeke Krke. Dinarski krš čine planinske zaravni i polja a neki od njih su: Laško, Cerniško, Ribničko te ostali. Slovenija je bogata i špiljama, najpoznatija od njih je Postojnska jama, Škocjanska, Križna, Planinska jama i druge. Prijelazni prostor između Dinarida, Predalpskih brda i Panonske nizine je pokrajina Dolenjska gdje se prostiru kršovita i šumovita brda (Kočevski rog, Velika gora). Između njih se nalaze krška polja i doline. Južno od Gorjanaca (Žumberačka gora) u porječju toka rijeke Kupe pruža se plitka krška zaravan Bela kraljina (160-200 m). Predalpsko- peripanonski kraj na istoku Slovenije sastoji se od ravnica uz Muru i Dravu, dolina Save (Zasavje), Savinje i Sutle te brdovito-brežuljkastog kraja između njih (Slovenske gorice, Haloze, Goričko, Kozjansko, Macelj te Ravna gora). Slovensko primorje zahvaća krajnji sjeverozapadni dio Istre.¹

U Sloveniji se isprepliću planinska, mediteranska te kontinentalna klima. U Alpama je klima planinska, u ravnicama istočnog dijela Slovenije je kontinentalna, dok je u primorju mediteranska. Temperatura zraka u najhladnijem mjesecu siječnju kreće se od -8° do 5° C. Tijekom ljetnih mjeseci temperatura zraka kreće se između 19° C i 23° C. U unutrašnjosti zemlje padne do 1700 mm, dok na obali padaline iznose do 1000 mm. Ljetni mjeseci srpanj i kolovoz su iznimno suhi što je karakteristično za krški reljef. U kotlinama su česte magle pogotovo u zimskom dijelu godine.²

Bogatstvo rijeka, pretežito planinskih koje su brza toka i velika pada obilježavaju Sloveniju. Većinom pripadaju crnomorskom slijevu. Najdulja Rijeka crnomorskog slijeva je Sava koja je duga 947 km, dok je u Sloveniji duga čak 221 km. Crnomorskom slijevu pripadaju još i Drava (707 km), a u Sloveniji je duga 142 km, zatim Mura (438 km), u Sloveniji 95 km, Dravinjom te Kupa (294 km) koja je granična rijeka s Hrvatskom u duljini od 118 km. Najdulja rijeka jadranskom slijeva je rijeka Soča³ (138 km) 96 km u Sloveniji. U Jadransko more utječu rijeke s tek 10% površine. U kršu se nalaze rijeke ponornice: Ljubljanica, Pivka, Reka te Temenica. Površinom najveće jezero u Sloveniji je Bohinjsko

¹ Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=56693>, Proleksis enciklopedija, <https://proleksis.lzmk.hr/46209/> (21.4.2023.)

² Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=56693> (21.4.2023.)

³ Soča- jedna od pet najbolje očuvanih rijeka Europe

jezero (3,18 km²) koje ima najveću dubinu 35 metara. Slikovito Bledsko jezero (1,4 km²) ima najveću dubinu 31 metar. Poznata su još i Triglavska jezera.⁴

Slovenija je zemlja raznolikih i zapanjujućih geografskih obilježja. Od Julijskih Alpa do Jadranskog mora, krajolik Slovenije nudi niz aktivnosti na otvorenom i slikovit pogled. Planine, jezera, rijeke i špilje u zemlji ne samo da pružaju prekrasan krajolik već imaju i značajnu kulturnu i gospodarsku vrijednost. Nacionalna zaštićena područja i parkovi, kao što je nacionalni park Triglav dom je raznolike flore i faune. Prirodne ljepote Slovenije bitan su dio identiteta zemlje i glavna atrakcija za posjetitelje iz cijelog svijeta.

1.2. Turistička atrakcijska osnova Slovenije

Iako je Slovenija mala država ima itekako što ponuditi. Sloveniju krasi bujne doline i šume, smaragdna jezera, dvorci na liticama te živopisni i šarmantni gradovi. Glavni i najveći grad Slovenije je Ljubljana koja je 2016. godine bila proglašena Zelenom prijestolnicom Europe. Ljubljana je smještena na rijeci Ljubljanici koja teče kroz samo središte grada. Glavni ljubljanski simbol je zmaj uz kojeg je vezano mnoga legendi i priča, koje navode kako je na tom mjestu čudovište napadalo mitske junake iz jezera. U središnjem dijelu grada nalazi se Prešernov trg koji je prepoznatljiv po predivnoj franjevačkoj crkvi Marijina Uznesenja (Frančiškanska cerkev) te Prešernovu spomeniku. Najpopularniji i najljepši gradski most Tromostovje kojeg ustvari čine 3 mosta u jednom. Uz Tromostovje treba navesti i Trnovski most, Zmajski te Čevljarski most. S druge strane Ljubljanice nalaze se Filipov dvorac i Kresija, koji su ujedno i ulaz u staru gradsku jezgru. Tamo se nalaze tri bitna trga, prvi od njih je Mestni trg na kojem se nalazi Gradska vijećnica iz 18. stoljeća te mramorna Robbova fontana koja po uzoru na fontane u Rimu i Grazu predstavlja tri rijeke koje teku Slovenijom: Ljubljanicu, Savu i Krku. Barokna crkva sv. Nikole, kao gradska prvostolnica, svojim izgledom podsjeća na katedralu u Salzburgu. Gornji trg i Stari trg su druga dva trga gdje se nalazi Stiški dvorac u kojem je danas smještena Glazbena akademija. Crkva sv. Jakova je prva isusovačka crkva u Sloveniji. Srednjovjekovni dvorac Ljubljanski grad se nalazi na

⁴ Proleksis enciklopedija, <https://proleksis.lzmk.hr/46209/> (21.4.2023.)

Grajskem griču na brdu koje se nalazi iznad centra grada Ljubljane. Kako se ovaj prekrasni srednjovjekovni dvorac nalazi na brdu, do njega se može doći uspinjačom koja nudi jedinstven i očaravajući pogled na sam grad. Također, do dvorca se pružaju stube kojima se pješice može doći do njega, a one započinju blizu slikovite tržnice u samom centru. Unutar tvrđave nalaze se Grajsko dvorište, Grajska kapelica sv. Jurja koji je zaštitnik grada i Razgledni stolp odnosno toranj na koji se može popeti i diviti se očaravajućem pogledu na cijelu regiju. Nakon razgledavanja postoji opcija sjesti i popiti kavu te isprobati specijalitete koje preporučuju domaćin.⁵

50 kilometara od Ljubljane smjestio se Bled. Bled je prepoznatljiv po zeleno-plavom ledenjačkom jezeru koje se smjestilo na 475 metara nadmorske visine na području Julijskih Alpa i malenim otočićem na kojemu se nalazi stara barokna crkvice. Nad otočićem se na stijeni uzdigao tisućljetni dvorac. Otočić je jedini pravi slovenski otok. Impresivan dvorac još od početka 11. stoljeća stoji na stijeni, a ujedno je i najstariji slovenski dvorac. Crkva Marijina Uznesenja smještena usred jezera na otočiću je druga dragocjena znamenitost Bleda, a uz nju se veže legenda o Zvonu želja i Poliksenu i njenoj vječnoj ljubavi prema izgubljenom mužu. Na Bledu postoji mogućnost iznajmljivanja brodića kojim se može provesti po jezeru, pješaćenje po obližnjim brdima, voziti bicikl ili jednostavno uživati u očaravajućem pogledu na jezero. Glavni bledski specijalitet su bledske kremšnite (blejske kremne rezine⁴) čiji izvorni recept potječe iz davne 1953. godine kada je glavni slastičar hotela Park uspio otkriti dobitnu kombinaciju.⁶

Nacionalni park Triglav je jedini nacionalni park u Sloveniji, a naziv je dobio po Najvišem vrhu Slovnije, Triglav. Ovaj nacionalni park je jedinstven po neprocjenjivoj netaknutoj prirodi s čudesnim prizorima. Nalazi se u Julijskim Alpama i prostire se na površini od preko 800 četvornih metara. Park Triglav je dom raznolikoj flori i fauni, uključujući alpsko cvijeće kao što su runolist i lincura. Ujedno je dom i raznim životinjama poput divokoze, kozoroga te mrkog medvjeda. Unutar parka nalaze se i brojna jezera, rijeke i slapovi, uključujući poznato Bohinjsko i Bledsko jezero. Nacionalni park Triglav je raj za ljubitelje aktivnosti na otvorenom i nudi širok izbor aktivnosti kao što su planinarenje, ribolov, biciklizam te skijanje. Postoji više od 1000 kilometara staza koje vode kroz očaravajuće krajolike parka, u rasponu od laganih šetnji do izazovnih planinskih uspona.

⁵ Putovnica.net, <https://www.putovnica.net/odredista/slovenija/ljubljana> (22.4.2023.)

⁶ Putovnica.net, <https://www.putovnica.net/odredista/slovenija/bled> (22.4.2023.)

Jedna od najpopularnijih pješačkih ruta u nacionalnom parku je Dolina sedam jezera koja posjetitelje vodi pored sedam ledenjačkih jezera različitih oblika i boja. Klanac Vintgar još je jedna predivna atrakcija koja sa svojom kristalno čistom rijekom i visokim stijenama tvore prirodni kanjon.

Dolina Soče nalazi se u sjeverozapadnom dijelu Slovenije blizu granice s Italijom. Rijeka Soča se smatra jednom od najljepših rijeka u Europi. Netaknuta, čudesna zemlja koja pruža očaravajući pogled na Julijske Alpe, čista, kristalna i tirkizna rijeka i razne aktivnosti na otvorenom. U dolini se nalaze brojni slapovi i kanjoni te flora i fauna. Jedna od najpopularnijih aktivnosti u dolini Soče je planinarenje. Kroz dolinu vijugaju brojne staze, uključujući Sočansku stazu koja većim dijelom prati rijeku. Ostala popularne aktivnosti vezane se uz vožnju kajakom i rafting, uključuju i ribolov, promatranje ptica i biciklizam te jahanje. Osim prirodnih ljepota dolina Soče je prožeta i poviješću. Područje je bilo poprište nekih od najžešćih borbi tijekom Prvog svjetskog rata gdje se još uvijek mogu vidjeti ostatke rovova i utvrda koje su izgrađene u to vrijeme. Područje je također dom nekoliko šarmantnih sela gdje se može kušati ukusna lokalna kuhinja i naučiti više o lokalnoj kulturi i tradiciji.

Postojnska jama je jedna od najpoznatijih znamenitosti Slovenije koja je ime dobila po gradu Postojna u čijoj se blizini i nalazi. Postojnska jama je golemi podzemni sustav špilja koji se proteže preko 24 kilometara te je ujedno i najveća turistička špilja u Europi. Sustav špilja je prirodna, čudesna zemlja ispunjena zapanjujućim stalaktitima, stalagmitima i drugim jedinstvenim formacijama. Sustav špilja sastoji se od četiri spilje koje su međusobno povezane prolazima, a kroz koje prolazi rijeka Pivka. Ovom sustavu pripadaju i Otoška jama, Magdalena, Črna te Pivka jama i još nekoliko njih manjih. Jedan od vrhunaca posjeta Postojnskoj jami je vožnja podzemnim vlakićem koji vodi duboko u sustav špilja. Vožnja je duga više od 2 kilometara i pruža jedinstvenu priliku vidjeti razne komore i formacije u špilji. Uz vožnju vlakićem nudi se i istraživanje sustava špilja uz pomoć vodiča. Najznačajniji simbol Postojnske jame je čovječja ribica, poznata endemska vrsta vodozemca koja se pojavljuje samo u vodama ovog dijela Europe. Čovječje ribice su najveće špiljske životinje koje mogu godinama živjeti bez hrane i u najgorim mogućim uvjetima. Uz čovječju ribicu, simbol jame je i Brilljant, sjajno bijeli i pet metara visok stalagmit koji je pravo čudo prirode. Nekoliko kilometara od Postojne nalazi se Predjamski dvorac, jedini u potpunosti sačuvani špiljski dvorac na svijetu. Ovaj dvorac je star više od 800 godina uklesan u padinu stijene te je uvršten u Guinnessovu knjigu rekorda kao najveći špiljski dvorac na svijetu uz

kojeg se veže i legenda o Erazmu Predjamskom koji je iz ovog dvorca odbijao napade carske vojske.⁷

Drugi najveći slovenski grad je slikoviti Maribor koji se nalazi na sjeveroistočnom djelu Slovenije. Okružen je prekrasnim planinskim lancima, a nalazi se na obali rijeke Drave. Maribor je poznat po svojoj bogatoj kulturnoj baštini te po brojnim muzejima, galerija i povijesnim znamenitostima. Jedna od najistaknutijih atrakcija u Mariboru je mariborski dvorac koji je sagrađen u 15. stoljeću. To je veličanstvena građevina u kojoj se nalazi nekoliko muzeja i umjetničkih galerija. Još jedna poznata mariborska znamenitost je Mariborska katedrala koja je jedna od najvećih i najljepših crkava u Sloveniji. Crkva datira iz 12. stoljeća i remek djelo je gotičke arhitekture. Maribor je također poznat po svojoj živahnoj kulturnoj sceni. Domaćin je brojnih festivala i događaja tijekom cijele godine, uključujući Festival Lent koji je najveći festival na otvorenom u Sloveniji. Festival uključuje glazbene, plesne, kazališne i druge kulturne izvedbe te privlači tisuće posjetitelja iz cijelog svijeta. Još jedna poznata atrakcija u Mariboru je skijalište Mariborsko Pohorje koje se nalazi odmah izvan grada i nudi mogućnost skijanja i bordanja tijekom zimske sezone. Skijalište ujedno ima i pješačke i biciklističke staze tijekom ljeta što ga čini popularnim odredištem za aktivnosti na otvorenom tijekom cijele godine. Maribor je poznat i po vinarstvu odnosno po najstarijoj vinovoj lozi na svijetu. Stara Trta (u doslovnom prijevodu "Stara vinova loza") stara je više od 400 godina i simbol je bogate vinske kulture u Mariboru.

Grad je okružen vinogradima i dom je nekih od najboljih vinarija u Sloveniji. Kušanje lokalnih vina, razgledavanje vinograda, kupovina lokalnih vina, upoznavanje s procesom proizvodnje vina je glavni atribut razvoja turističke ponude. Sorta bijelog vina poznata kao laški rizling je posebice poznata. Maribor je 2016. godine nosio titulu Europske prijestolnice kulture.

Na sjeverozapadu Slovenije smjestila se Kranjska gora, popularno odredište za ljubitelje zimskim aktivnosti. Glavna atrakcija Kranjske gore je skijalište koje nudi više od 30 kilometara skijaških staza za sve razine skijaša i daskaša. Tu su i staze za skijaško trčanje, staze za hodanje na krpljama⁸ i klizališta za uživanje. Tijekom ljetnih mjeseci Kranjska gora je središte aktivnosti na otvorenom kao što su planinarenje, biciklizam i penjanje. Okolne

⁷ Plantea.com, <https://www.plantea.com.hr/priroda/postojnska-jama/> (23.4.2023.)

⁸ Krplje- pomagalo za hodanje po mekanom terenu; pričvršuje se na obuću i sprječava propadanje nogu u snijeg ili močvarno tlo

Julijske Alpe nude neke od najspektakularnijih krajolika u Sloveniji s kristalno čistim jezerima, visokim vrhovima i bujnim zelenim šumama. Iako je asocijacija na spomen Kranjske gore skijanje ona ne nudi samo to već u ponudi se može posjetiti Gradski muzej koji prikazuje bogatu povijest i tradiciju regije, dok je obližnji Nordijski centar Planica dom muzeja skijaških skokova.

Lipica je malo selo koje se nalazi blizu granice s Italijom koje je posebno poznato po konjima. Tu se nalazi svjetski poznata konjušnica Lipica, ustanova koja je prva uzgajala konje lipicance još u 16. stoljeću, a ergela⁹ Lipica jedna je od najstarijih ergela na svijetu. Posebnost ovih konja je da imaju gen zbog kojeg se oko 4.-5. godine života pretvaraju iz crnih u bijele. Posjet farmi uključuje jahanje stazama, vožnju kočijom, obilazak muzeja i uživanje u ponijima. Osim po svojoj konjičkoj baštini Lipica je poznata i po prekrasnom prirodnom okruženju s bujnim šumama i valovitim brežuljcima. Selo je popularno odredište za ljubitelje prirode, planinare i bicikliste s dobro označenim stazama i puteljcima koji vode kroz prekrasan krajolik.

Lipica također nudi niz kulturno- povijesnih znamenitosti uključujući 500 godina staru kuriju¹⁰ Lipica, crkvu sv. Ante i Muzej krša. Sa svojom bogatom poviješću, prirodnim ljepotama i jedinstvenom tradicijom konjičkog sporta, Lipica je uistinu posebno mjesto.

Škocjanska jama doista je spektakularno čudo prirode koje se nalazi u jugozapadnoj Sloveniji. Nalazi se na UNESCO-vom popisu svjetske baštine i jedan je od najvećih poznatih podzemnih kanjona na svijetu. Ovaj špiljski sustav dugačak je 6 kilometara i sastoji se od dvije razine. Prvi je podzemno korito rijeke Reke⁸, a drugi je mreža špilja i prolaza koji su tisućama godina isklesani u vapnencu. Špilje i prolazi ukrašeni su zapanjujućim stalaktitima, stalagmitima i drugim jedinstvenim formacijama. Ova prirodna čuda osvijetljena su na takav način da stvaraju nezemaljski ugođaj. Ovdje obitava više od petnaest vrsta šišmiša.

Slovenija ima obalu koja ima svoje čari. Piran je prekrasan grad smješten na obali Slovenije uz Jadransko more. Nalazi se na vrhu jugozapadne Slovenije. Šarmantan i povijesni grad poznat je po svojim uskim ulicama koje podsjećaju na Veneciju, venecijanskoj arhitekturi i zadivljujućim pogledom na more. Jedna od najpoznatijih znamenitosti Pirana je Tartinijev trg, nazvan po poznatom violinistu i skladatelju Giuseppeu

⁹ Ergela- stočarsko gospodarstvo na kojem se uzgajaju visokokvalitetni konj

¹⁰ Kurija- povijesni naziv za reprezentativnu kuću odnosno dvor

Tartiniju koji je rođen u gradu. Trg je okružen elegantnim zgradama i često je pun mještana i turista koji uživaju u brojnim kafićima i restoranima. Piranski stari grad sa svojim dobro očuvanim srednjovjekovnim zidinama i krivudavim uličicama vodi do skrivenih dvorišta i starih crkava. Pogled sa vrha brda na kojem se nalazi crkva sv. Jurja pruža predivan panoramski pogled na grad i more. Piran ima nekoliko sjajnih plaža, a najpopularnija je plaža Fiesa s kristalno čistim morem i obiteljskom atmosferom. Ujedno se u Piranu može uživati i u izvrsnim specijalitetima, pogotovo od morskih plodova. Istočno od Pirana nalazi se još jedan primorski grad i glavna luka Slovenije, Koper. Koper je najveći grad slovenske Istre te se smatra jednim od najstarijih gradova u Sloveniji.¹¹

Terme Dobrna su najstarije slovensko prirodno lječilište s tradicijom još od 1403. godine. Lječilište spaja prirodne danosti i modernu medicinsku znanost što ga uvrštava na vrh slovenskog turizma.¹²

Treći najveći grad u Sloveniji je Celje. Celje je grad grofova gdje se i danas iznad grada uzdiže tvrđava koja je najveći srednjovjekovni dvorac u Sloveniji. Nedaleko od Celja, nekih 7 kilometara nalazi se Šmartinsko jezero koji nudi niz mogućnosti za odmor, rekreaciju i zabavu na vodi. Oko jezera se nalazi velika staza za pješaćenje i vožnju biciklom. Celje nudi pravu hedonističku avanturu od same gastronomije do pivarstva.¹³

Slovenija ima mnogo turističkih atrakcija koje zadovoljavaju širok raspon interesa. Neke od najpopularnijih atrakcija u zemlji uključuju kulturno Bledsko jezero, sustav Postojnske jame, šarmantnu prijestolnicu Ljubljanu i povijesni obalni grad Piran. Slovenska netaknuta prirodna ljepota, bogata kulturna baština i živahna kulinarska scena čine Sloveniju sve popularnijom destinacijom.

1.3. Karakteristike gospodarstva Slovenije

Nakon što se odvojila od Jugoslavije 1991. godine Slovenija je postupnim reformama ostvarila tržišnu ekonomiju. Sredinom 80-ih godina Slovenija je bila vodeća u proizvodnji

¹¹ Putovanje za svakoga, <http://www.putovanjazasvakoga.com/2016/08/vodic-kroz-piran-slovenija-sta-posjetiti.html>, Visitkoper.si, <https://visitkoper.si/hr/o-kopru/predstavljanje-kopra/> (23.4.2023.)

¹² Terme-Dobrna.si, <https://www.termes-dobrna.si/hr/o-termama-dobrna> (23.4.2023.)

¹³ Visitcelje.eu, <https://www.visitcelje.eu/hr/kategorija-proizvoda/sto-vidjeti/> (24.4.2023.)

vozila, kućanskih aparata, papira, namještaja itd. Neka od najpoznatijih slovenskih poduzeća su: Petrol- energetika, Gorenje- kućanski aparati, Lesnina- namještaj, Mercator- trgovina, Pivovara Laško. Slovenija je 2004. godine ušla u Europsku uniju, dok je 2007. godine svoju valutu “tolar” zamijenila za euro.

Gospodarstvo Slovenije je podijeljeno u četiri sektora:

- PRIMARNO- poljoprivreda, ribolov, lov, šumarstvo...
- SEKUNDARNO- industrija, rudarstvo, energetika, građevinarstvo...
- TERCIJARNI- uslužne djelatnosti: trgovina, transport, turizam, pošta, bankarstvo...
- KVATERNAR- obrazovanje, zdravstvo, državna uprava...

Iako je Slovenija ubrzala svoj ekonomski razvoj i 2006. godine ostvarila značajan rezultat kojim je dosegla 84% prosječnog dohotka EU-a, uslijedilo je nestabilno desetljeće tijekom kojeg se mijenjao rast ili pad BDP-a. 2019. godine BDP je iznosio 54,2 milijarde USD. Prema sastavu BDP-a 2018. godine vodeći je bio uslužni sektor sa svega 64.9%, nakon njega slijedi industrijski sektor sa 32,7% te poljoprivredni sa 2,4%.

Negativan utjecaj pandemije bolesti COVID-19 utjecao je na BDP te je on u 2020. godini iznosio 46.918 milijuna EUR. U usporedbi na prošlu godinu manji je za 3,1% nominalno, a realno za 4,2%. Posljedice pandemije negativno su utjecale na većinu proizvodnih djelatnosti i to ponajprije na ugostiteljstvo za -0,9 postotnih poena, ostalih djelatnosti za -0,6 postotnih poena te u djelatnostima prometa i skladištenja isto tako za -0,6 postotnih poena. U 2020. godini broj zaposlenih se smanjio za 0,9%, dok se broj samozaposlenih povećao za 0,6%. Epidemija bolesti COVID-19 je u 2020. i 2021. godini snažno obilježila gospodarstvo Slovenije što je uveliko utjecalo na kvalitetu života ljudi u Sloveniji. Slovenija je prije epidemije dostigla povijesno visoku razinu zaposlenosti te dobre pokazatelje u povećanju učinkovitosti korištenja izvora energije. Javni dug se znatno povećao ne samo zbog ekonomskih mjera već i zbog niskih kamatnih stopa.

U 2021. godini u drugom kvartalu BDP na godišnjoj razini se povećao za 16,3%, u usporedbi s prošlom godinom u istom razdoblju viši je za 15,7%. U usporedbi s prvim kvartalom veći je za 1,9%. Bruto investicije u osnovna sredstva su se povećale za 19,2% u drugom kvartalu 2021. godine. U devet mjeseci 2021. godine izvoz roba je bio viši za 19,1% u odnosu na isto razdoblje prošle godine, a iznosio je 28,9 milijardi EUR. Uvoz je bio viši za 29,4%, točnije 29,7 milijardi EUR. Slovenija je najviše uvozila ulje, razne sirovine,

osobne automobile, električnu energiju i lijekove. Najveći dio razmjene je bio sa Njemačkom, Italijom, Austrijom i Hrvatskom, a izvozila je u Francusku te uvozila iz Mađarske.

U Sloveniji je razvijeno stočarstvo, a od poljoprivrednih proizvoda u ponudi su: hmelj, šećerna repa, krumpir te razno voće. Od industrijske ponude valja izdvojiti lijekove, vozila i dijelovi, prehrambeni proizvodi, aluminij, željezo, čelik, proizvodi od drva, elektronika, tekstil i ostali. S obzirom da je Slovenija bogata šumama također posjeduje i ležište ugljena, cinka, olova te grafita. Rafinerija nafte koja se nalazi u Lendavi sirovu naftu dobiva naftovodom iz grada Omišlja na otoku Krku. Farmaceutska industrija u Sloveniji se nalazi u glavnom gradu Ljubljani te je orijentirana na izvoz i tamo je smještena tvrtka Lek i u Novom Mestu Krka.

Slovenija ima visokoobrazovanu radnu snagu, sa stopom pismenosti od gotovo 100%. To je znatno pomoglo u poticanju stranih ulaganja što je dovelo do značajnog povećanja izvoza robe i usluga. Neki od ključnih izvoznih proizvoda uključuju strojeve, lijekove i automobile. Također, Slovenija je prihvatila i nove tehnologije te je poseban fokus stavila na inovacije i održivost. To je pomoglo u stvaranju uspješne startup scene s mnogim novim tvrtkama koje su se pojavile posljednjih godina. Vlada je također bila proaktivna u podršci poduzetništvu s raznim inicijativama i shemama financiranja dostupnim za nova poduzeća. Unatoč svim pozitivnim pomacima Slovenija se još uvijek suočava s nekim gospodarskim izazovima. Zemlja ima mali broj stanovnika što ograničava veličinu domaćeg tržišta, a postoji i relativno visoka razina javnog duga. Slovensko gospodarstvo karakteriziraju inovativnost, održivost i usmjerenost na međunarodnu trgovinu. S visokoobrazovanom radnom snagom, živahnim startup scenom i stalnim naporima za poboljšanje gospodarskih rezultata, Slovenija je u dobroj poziciji da nastavi svoju putanju rasta u narednim godinama. Dodatno, članstvo Slovenije u Europskoj uniji omogućuje pristup velikom tržištu i financijsku potporu razvojnim projektima. Turizam je također važan sektor u slovenskom gospodarstvu s prirodnim ljepotama i kulturnom baštinom zemlje koji svake godine privlače milijune posjetitelja.¹⁴

Od stjecanja neovisnosti 1991. godine, Slovenija se uspješno orijentirala na tržišno

¹⁴ Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=56693>, Proleksis enciklopedija, <https://proleksis.lzmk.hr/46209/> (24.4.2023.)

gospodarstvo, privlačeći strane investicije i postajući članica Europske unije. Slovenija ima vrlo raznoliko gospodarstvo s jakim fokusom na usluge, proizvodnju i izvoz. Zemljopisni položaj, obrazovana radna snaga i povoljna poslovna klima učinili su Sloveniju atraktivnom destinacijom za strane ulagače.

1.4. Turistička kretanja i rezultati

Slovenski turizam je u 2020. i 2021. godini obilježila pandemija COVID-19. u 2020. godini zabilježeno je 9,2 milijuna noćenja što je za 42% manje u odnosu na prethodnu godinu. Te godine je zabilježeno 3 milijuna dolazaka što predstavlja pad od svega 51% u odnosu na 2019. godinu.

Slovenija kao mala država sa svojim predivnim prirodnim bogatstvima i bogatom kulturnom baštinom stječe sve veću popularnost među turistima. U 2022. godini ostvarila je 5.868,138 dolazaka turista, od čega je 3.935,632 stranih turista i 1.932,506 domaćih. U odnosu na prošlu godinu Slovenija je ostvarila 46,6% više dolazaka, od čega 114% više stranih i 11% manje domaćih turista. Ukupno zabilježeno noćenja u 2022. godini iznosi 15.581,856 od kojih je ukupno 10.075,084 stranih turista, dok je domaćih 5.506,772. Prema podacima Slovenija je ostvarila 38,5% više noćenja u odnosu na prethodnu godinu, od kojih 110% više stranih turista te 14,7% manje domaćih turista. U 2022. Slovenija je zabilježila 1.864,456 turista više u odnosu na prethodnu 2021. godinu.¹⁵

Najviše noćenja u Sloveniji od stranih turista u 2022. godini ostvarila je Njemačka sa čak 68% više noćenja u odnosu na prethodnu godinu. Na drugom mjestu se nalazi Italija čiji su turisti dolazili u znatno većem broju nego prošle godine za čak 159% više. Slijedi Austrija koja se nalazi na trećem mjestu po najvišem broju noćenja, a ostvarila je 451,758 noćenja više nego 2021. godine. Nizozemska je ostvarila 99% više noćenja nego prethodne godine, zatim Češka sa 72% više ostvarenih noćenja te Mađarska sa 226.971 više noćenja nego 2021. godine. Tu treba uvrstiti i Hrvatsku koja je ostvarila 324.943 više noćenja nego prošle godine.

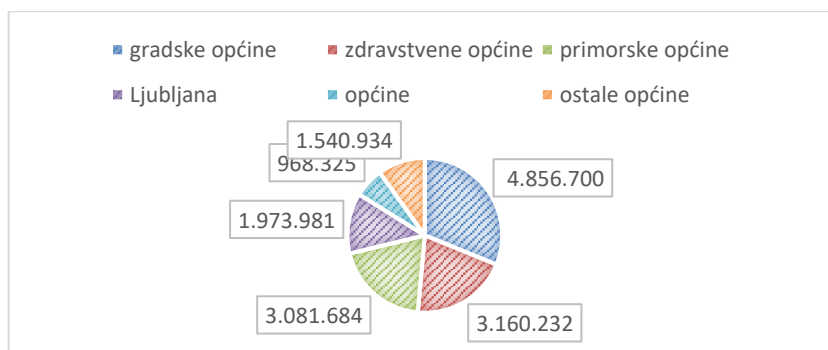
¹⁵ Stat.si, <https://pxweb.stat.si/SiStat/sl/Podrocja/Index/155/turizem> (25.4.2023.)

<i>DRŽAVE</i>	<i>2022.</i>	<i>2021.</i>
<i>NJEMAČKA</i>	1.797,872	1.070,526
<i>ITALIJA</i>	916.305	353.567
<i>AUSTRIJA</i>	885.285	433.527
<i>NIZOZEMSKA</i>	627.815	315.835
<i>ČEŠKA</i>	569.146	331.030
<i>MAĐARSKA</i>	513.556	286.585
<i>HRVATSKA</i>	490.034	165.091

Tablica 1. Turistička noćenja po državama u 2022. godini

Izrada autorice prema službenim statističkim podacima Statističkog ureda Republike Slovenije

U 2022. godini većina noćenja je ostvarena u gorskim općinama 4.856,700, 45% više nego prethodne godine. Slijede ju zdravstvene općine sa 3.160,232 noćenja što je za 24% više u odnosu na 2021. godinu, zatim primorske općine sa ostvarenih 3.081,684 noćenja odnosno s 15% više nego 2021. godine. Ukupan broj ostvarenih noćenja u 2022. godini u gorskim općinama iznosi 4.856,700, dok u 2021. godini iznosi 3.344,833 što je razlika 45%. Noćenja stranih gostiju u gorskim općinama u 2022. godini je 94% više (3.664,202) nego prošle godine (1.893,479), dok noćenje domaćih gostiju iznosi 1.192,498 što je za 18% manje u odnosu na 2021. godinu.¹⁶



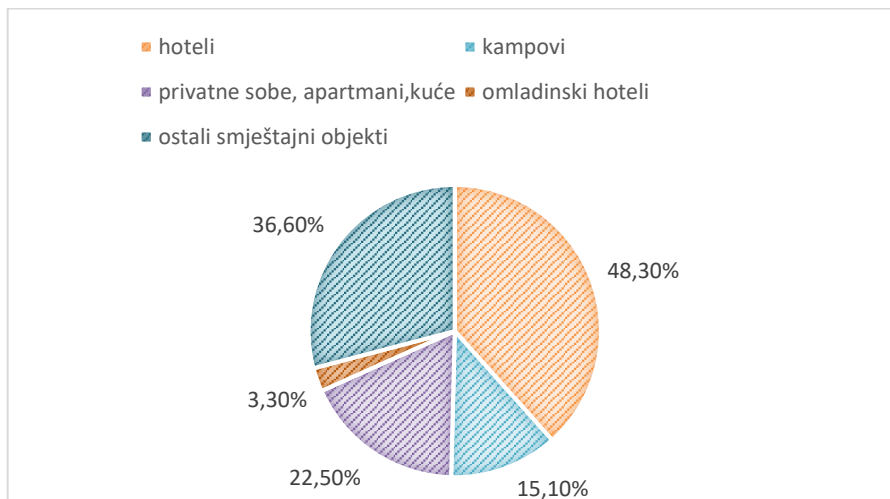
Grafikon 1. Noćenje turista po općinama

Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Prema navedenim podacima najviše noćenja ostvareno je u hotelima, 48,3% od ukupnog broja noćenja. 22,5% noćenja je ostvareno u privatnim sobama, apartmanima i kućama te

¹⁶ Stat.si, <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/2164521S.px> (25.4.2023.)

3,3% noćenja u omladinskim hotelima. U kampovima je ostvareno 15,1% noćenja, dok je 36,6% noćenja ostvareno u ostalim smještajnim objektima.



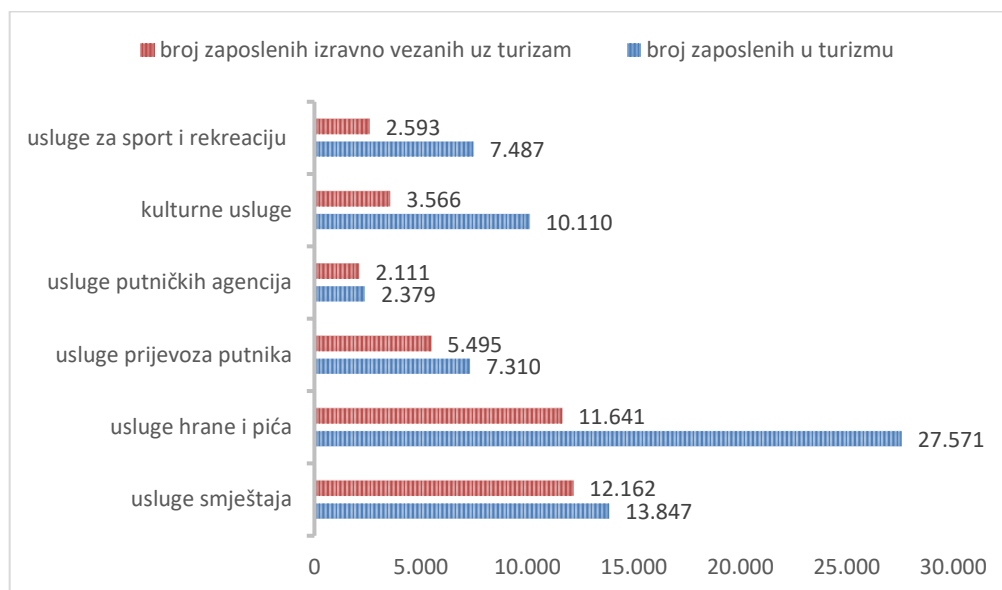
Grafikon 2. Noćenje turista prema vrstama smještajnih objekata

Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Ukupan broj zaposlenih u turizmu u 2020. godini iznosio je 68.705. Najveći broj zaposlenih vezanih uz usluge smještaja je 40,1% u odnosu na ukupan broj zaposlenih u turizmu, zatim u uslugama smještaja svega 20,2%. U pružanju kulturnih usluga zaposlenih je bilo 14,7% te u pružanju usluga za sport i rekreaciju 10,9% i usluga prijevoza putnika 10,6%. Najmanji broj zaposlenih bio je u putničkim agencija svega 3,5% od ukupnog broja zaposlenih u turizmu. Ukupan broj zaposlenih izravno vezanih uz turizam u 2020. godini iznosio je 37.567. Od toga 32,4% je bilo zaposlenih u uslugama pružanja smještaja, 31% u uslugama hrane i pića. Pružanje usluga prijevoza putnika obilježilo je 14,6% zaposlenih, dok je 9,5% zaposlenih pružalo kulturne usluge. 6,9% zaposlenih se odnosilo na pružanje usluga za sport i rekreaciju, dok se na zadnjem mjestu nalaze usluge putničkih agencija sa 5,6%.

Ukupan BDP ostvaren turističkom potrošnjom u 2020. godini iznosi 2.485.300 što je udio od 5,3% u ukupnom BDP-u. turistički BDP u 2020. godini iznosio je 1.536.500 što je udio od 3,3% ukupnog BDP-a.¹⁷

¹⁷ Stat.si, <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/0380845S.px> (25.4.2023.)



Grafikon 3. Broj zaposlenih u turizmu

Izvor: Statistički ured Republike Slovenije

Slovenija bilježi stalan rast turizma tijekom godina sa sve više posjetitelja koji otkrivaju prirodne ljepote zemlje, bogatu kulturnu baštinu i živahnu kulinarsku scenu. Pandemija COVID-19 značajno je utjecala na turizam u Sloveniji. Međutim, zemlja je poduzela mjere kako bi se osigurala sigurnost i dobrobit posjetitelja.

2. Enogastronomski doživljaj u turizmu

Enogastronomija je umijeće povezivanja vina i hrane. Steže sve više sljedbenika jer je dio drugačijeg, elegantnijeg i aktualnog dijela života. Posebno dobiva na značaju kroz degustacijske jelovnike s više jela koja se slažu s različitim vinima. Pripremaju ih poznati kuhari i drugi stručnjaci u prostorima koji nisu ograničeni na restorane. Enogastronomija je stekla svoju popularnost zahvaljujući Instagram influencersima i inovacija iz vinarija i restorana. Uzima dio vještina sommeliera te je tako postala održiva karijera koji vodi golemu količinu znanja i iskustva da postane jedan od najvećih.¹⁸

Gastronomija i njezini trendovi postaju jedan od najznačajnijih čimbenika u turističkoj ponudi. Podrazumijeva se da je sastavni dio turističkog putovanja sama gastronomija. Sve više glavni razlog putovanja postaju novi trendovi putovanja u gastronomiji te proizvodi koji su temeljeni na gastronomskom nasljeđu.

2.1. Definicija i obilježja

Mnogim destinacijama proizvodnja hrane i vina predstavljaju sastavni dio njihove povijesti i identiteta te su oni postali ključni element u imidžu brenda. Gastronomski i vinski turizam predstavlja priliku za revitalizaciju i diverzifikaciju turizma, promicanje lokalnog gospodarskog razvoja, uključivanje različitih profesionalnih sektora i uvođenje novih namjena u primarni sektor. Shodno tome gastronomija i vinski turizam doprinose promicanju i brendiranju destinacija, održavanju i očuvanju lokalne tradicije i raznolikosti te iskorištavanju i nagrađivanju autentičnosti.

Enogastronomski turizam smatra se jednom podvrstom kulturnog turizma i predstavlja kombinaciju vinskog i gastronomskog turizma odnosno kulinarskog turizma. Definicijom je to vrsta putovanja kojoj je svrha uživanje u konzumaciji hrane i pića, učenje gostiju o

¹⁸ Glassofbubble.com, <https://glassofbubbly.com/what-is-enogastronomy/>, Travelroundwine.com, <https://travelroundwine.com/en/programas/categoria/experiencias-en/enogastronomia-en/> (26.4.2023.)

pripremanju hrane, zatim kupovanje proizvoda koji su u skladu s hranom i pićem, organizacija posjeta vinskim podrumima te pohađanje tečajeva kuhanja. Može se zaključiti da je enogastronomski turizam vrsta kulturnog turizma jer vino i kuhinja predstavljaju proizvode lokalne kuhinje, a pripremanje hrane na tradicionalan način predstavlja nematerijalnu kulturnu baštinu. Enogastronomski turist se definira kao osoba koja putuje s ciljem da isprobava različite proizvode lokalne kuhinje te degustira vino koje je specifično za određenu destinaciju, zemlju ili regiju i takvi turisti hrana i piće smatraju turističkom atrakcijom.¹⁹

Enogastronomski turizam uvelike doprinosi očuvanju krajobraza i raznolikosti destinacije, zemlje ili regije, fokusira se na odražavanje običaja. Doprinosi uporabi i funkcijama koje se zalažu za očuvanje materijalne i nematerijalne baštine turističke destinacije te očuvanju kulinarske tradicije.²⁰ On osnažuje lokalne proizvođače te čuva autentičnost destinacije, zemlje ili regije.

Gastronomija se tijekom godina razvila kako bi postala bitan dio kulturnog identiteta različitih regija i zemalja. Ono nadilazi samu hranu i obuhvaća cjelokupno kulinarsko iskustvo, uključujući pripremu, prezentaciju i konzumaciju jela. Karakteristike gastronomije mogu uvelike varirati ovisno o lokalnoj kulturi, povijesti i tradiciji. Posljednjih godina gastronomija je postala glavna turistička atrakcija, s obilascima hrane i vina, kulinarskim festivalima i tečajevima kuhanja koji privlače posjetitelje u različite dijelove svijeta. Gastronomija je odraz jedinstvenog identiteta i kreativnosti mjesta.

2.2. Gastronomski turizam

Gastronomija dolazi od grčke riječi koja označava kuharstvo, trbuh, zakon, a kulinarstvo dolazi od latinske riječi Culina: kuhinja, hrana. Obuhvaća sve što se odnosi na kuhanje te kuharsku vještinu.

Definiciju gastronomskog turizma odbor za turizam i konkurentnost (CTC) UNWTO-a

¹⁹ Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str.335-336

²⁰ World Tourism Organization (UNWTO): Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420957>, str. 15-18 (26.5.2023.)

definira kao vrstu turističke djelatnosti koju opisuje iskustvo posjetitelja vezano uz hranu te srodne proizvode te aktivnosti tijekom putovanja. Uz autentična, tradicionalna i inovativna kulinarska iskustva, gastronomski turizam može uključivati i neke druge povezane aktivnosti kao što je posjet lokalnim proizvođačima, sudjelovanje na raznim festivalima hrane te pohađanje tečajeva kuhanja.²¹

Gastronomski turizam se definira kao posjet raznim proizvođačima hrane, festivalima hrane, restoranima te specifičnim mjestima na kojima su kušanje i sam doživljaj hrane i ostalih prehrambenih proizvoda glavni motivi putovanja.²²

Povijest gastronomije i gastronomskog turizma seže unatrag više tisuću godina kada su civilizirani ljudi imali visoko razvijeno kuharstvo. Posebno se ističu Kinezi, Perzijanci, Grci, Rimljani i Egipćani. Grčki i rimski liječnici često su se bavili hranom, njenom kakvoćom, pripremom i djelovanjem.²³

Gastronomski turizam postao je značajan trend u turističkoj industriji nudeći posjetiteljima priliku da putem putovanja istraže različite kulture i kuhinje. Gastronomski turizam pruža priliku da posjetitelji kušaju domaća jela, upoznaju proizvodnju hrane, povijest hrane i lokalne običaje. Karakteristike gastronomskog turizma usredotočene su na kulinarsko iskustvo, uključujući obiliske hrane i vina, tečajeve kuhanja i posjete lokalnim tržnicama i restoranima.

2.3. Vinski turizam

Vinski turizam je selektivni oblik turizma koji je organiziran na način da bude dio specifičnog turističkog proizvoda. Zauzima sve najznačajnije mjesto u turističkoj ponudi u mnogim turističkim destinacijama i zemljama. Mnoge svjetske destinacije postaju svjesne svog turističkog potencijala te prirodnih potencijala za proizvodnju vina te ponukani tom činjenicom koriste takve prilike za razvoj vinskog turizma na način da nude turistima vino

²¹Gastronomy and wine tourism, <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (26.5.2023.)

²²Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011., str.337

²³Ibid.

domaće proizvodnje te su posjeti vinogradima postali jedan dio turističke ponude te dio organiziranih putovanja od vremena Grand Tour-a. (Hall, 2002:12)

Danas vinski turizam sve više rangirano mjesto baš zahvaljujući specifičnim turističkim interesima i željom za posebnim doživljajima. Današnja veza između turističke i vinske industrije postaje nezaobilazna zbog atraktivnosti i posebnog ugođaja koje područje vinograda i vinarija pružaju turistima. Kroz povijest mnogo trgovaca vinima nisu imali potrebu prodavati vino lokalnim ljudima i turistima jer su imali dovoljne količine, a turisti su svojim dolaskom kušali domaće vinske proizvode. (Razović, 2015.)

Kroz dugi niz godina povezivanjem vina i turizma razvija se i enološka ponuda koja je postala iznimno popularna među populacijom. Za turističku industriju, vino je postalo važan faktor privlačnosti unutar destinacije te je tako postalo visoki motivirajući čimbenik posjetiteljima. Za vinsku industriju, vinski turizam označuje izgradnju posebnih veza s posjetiteljima za vrijeme jednodnevnog izleta ili dužih posjeta. (Razović, 2015.)

Vinski ili enofilski turizam definira se kao posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima te događanjima gdje su glavni motivi kušanje vina te sam doživljaj. Bazira se na posebnim interesima koji su povezani s vinom, a turisti su obično motivirani samom destinacijom odnosno vinskom regijom ili aktivnošću što podrazumijeva kušanje vina. Turistima je cilj upoznati vinsku regiju u koju dolaze, ljude koji tamo borave, kulturom te poviješću određene vinske regije. Vinski turizam uključuje iskustvo koje budi sva osjetila: okusa vina i svježeg grožđa, mirisa zemlje, grožđa, svježeg zraka, podruma i vinarija, osjetilo dodira kao što je proizvodnja vina, kuhanja s vinom, branje grožđa, vino koje se nalazi u boci ili čaši, vida za boju lišća, vinograda, prirode i neba, predivnu arhitekturu, boju vina, lokalne ljude koji rade u vinogradima te sluha kada se pune boce vinom, lijevanje vina u čašu i rad vinarske opreme. Svi ti doživljaji doprinose razvoju formi posebnog oblika turizma.²⁴

Vinski turizam prema Geiću može biti (Geić, 2011: 341):

- Kulturno autentičan- uključuje stil života, povezan s vinom i jelom, uz festivale i događanja, vinska sela te gradsko nasljeđe
- Romantičan koji je temeljen na činjenici da vino i jelo te privlačno okruženje potiče romantiku

²⁴ Ibid., 340

- Edukativan jer turisti žele i mogu naučiti više o vinu i kulturi

Na tržištu vina nalaze se veliki proizvođači koji su znatno pomogli snažnom distribucijskom- veleprodajnom mrežom, dok se nasuprot njih nalaze brojni mali vinari. (Tomljenović, 2006.) Malim vinarima, posebno onima u novim rastućim regijama potrebno je lokalno tržište te prodaja u podrumima radi izgrađivanja svog brenda i povećanja prodaje i na kraju veće dobiti od prodaje vina. Njima vinski turizam može predstavljati temeljnu poslovnu aktivnost, dok za veće proizvođače vina ono predstavlja posebni prodajni i promocijski kanal i sekundarnu poslovnu aktivnost ili način educiranja potrošača vina. (Meler i Horvat, 2018.:313)

Koristi enološkog odnosno vinskog turizma su (Božić,2008.):

- Povećava prodaju vina
- Privlači nove tržišne segmente
- Viši profit od prodaje u vinariji
- Poboljšanje veze s trgovinom vina
- Nova poslovna suradnja
- Testiranje novih proizvoda i slično

Vinski turizam je danas sve popularniji. Veza između turističke i vinske industrije postaje nezaobilazna. Karakteristike vinskog turizma uključuju kušanje vina, posjete vinogradima i vinarijama te doživljaje sljubljivanja hrane i vina. Vinski turizam ne samo da omogućuje posjetiteljima da kušaju lokalna vina već također pruža uvid u proces proizvodnje vina, povijest regije te kulturu i tradiciju koja okružuje proizvodnju vina.

2.4. Suvremeni trendovi u enogastronomiji

Sve veći trend postaje podizanje svijesti o utjecaju hrane na zdravlje, osobnom prehranom ljudi, zaštiti autentičnosti namirnica, konzumiranju ekološki uzgojenih namirnica te o organizaciji turističkog lanca vrijednosti koji su u skladu s načelima održivog razvoja. (Gaztelumendi, 2012.)

Prehrana koja je sukladna održivom razvoju uključuje (Krešić, 2012.):

- Konzumiranje hrane koja je većinom biljnog podrijetla
- Konzumiranje minimalno obrađene hrane, a naglasak se stavlja na regionalne i lokalne proizvode sezonskog karaktera
- Konzumiranje hrane iz ekološkog uzgoja i proizvodnje
- Ekološki prihvatljivo pakiranje hrane
- Sigurnost hrane

Za proizvodima visoke kvalitete raste sve veći interes te su za njih gosti spremni platiti čak i višu cijenu. Poseban naglasak se stavlja na autentičnost hrane koja ima zajamčenu kvalitetu. Gosti sve češće vode računa o porciji hrane, sastavu te prehrambenoj vrijednosti hrane. (Krešić, 2012.) globalni trendovi potiču na formiranje same gastronomske ponude jer su se posljednjih godina znatno promijenili načini pripreme i konzumacije hrane.

Postoje mnogi trendovi u gastronomiji koji su se pojavili unazad nekoliko godina te je sigurno da će se oni i dalje razvijati.

Evo nekoliko trendova koji su među popularnijima:

- Biljna i veganska prehrana- mnogi ljudi biraju biljnu i vegansku prehranu zbog etičkih, ekoloških i zdravstvenih razloga. Ovaj trend doveo je do porasta broja vegetarijanskih i veganskih restorana, kao i porasta biljnih alternativa mesu.
- Održivi sastojci lokalnog porijekla- potrošači postaju sve svjesniji utjecaja izbora hrane na okoliš te u skladu s tim mnogi restorani sada svoje sastojke nabavljaju lokalno i daju prioritet održivosti u svom poslovanju.
- Fusion kuhinja- uključuje kombiniranje različitih kulinarskih tradicija i tehnika za stvaranje novih, uzbudljivih jela. Ovaj trend postao je sve popularniji posljednjih godina jer kuhari eksperimentiraju s okusima iz različitih kultura.
- Hrana kao doživljaj- mnogi restorani sada gostima nude jedinstvena iskustva koja nadilaze samu hranu. To može uključivati impresivna iskustva objedovanja, interaktivne tečajeve kuhanja ili čak objedovanje na neobičnim lokacijama

- Zdravlje i dobrobit- kako ljudi postaju svjesniji zdravlja mnogi restorani nude zdravije opcije na svojim jelovnicima. To može uključivati jela koja imaju manje kalorija, masti ili šećera.²⁵

Suvremeni trendovi u enogastronomiji odražavaju sve veći interes za odnos hrane, vina i kulture. Od prirodnih i organskih vina do fusion kuhinje, današnja scena hrane i vina razolikija je nego prije. Kuhari i vinari neprestano eksperimentiraju s novim okusima, teksturama i kombinacijama kako bi stvorili jedinstvena i nezaboravna iskustva objedovanja. Održivost i etičko dobavljanje također postaju sve važniji s fokusom na smanjenje otpada i potporu lokalnim zajednicama.

²⁵ The Food Institute, <https://foodinstitute.com/>, Food & Wine Magazine, <https://www.foodandwine.com/> (27.04.2023.)

3. Enogastronomska prepoznatljivost Slovenije

Slovenija iako je mala raspolaže s 476.682 hektara poljoprivrednih zemljišta u uporabi. Glavne poljoprivredne kulture Slovenije su: vino, pšenica, hmelj, krumpir, grožđe, meso, kukuruz, jabuke te mlijeko. U Sloveniji se žitna polja sjedinjuju s vinogradskim pašnjacima na kojima pase stoka, a kućanstva i njihove vrtove nadopunjuju livadski voćnjaci. Slovenska kuhinja je svoju izvornost pronašla u prirodi. Posebne značajke gastronomske slike su Alpe, Mediteran, krš te Panonska nizina. Osobitosti gastronomske slike temelje se na iznimnoj kulturnoj pozadini i razvojno čvorište europskog alpskog, sredozemnog, krša i panonskog prostora što je stoljećima uvjetovalo razvoj i formiranje specifičnog kulturnog i životnog stila na području koje danas ima Republika Slovenija. Slovenija ima 24 gastronomske regije, 365 lokalnih i regionalnih jela i pića te 3 vinorodne zemlje. Slovenska jela uključuju lokalne namirnice, od proizvoda s polja i vrtova do prikupljenih sastojaka s livada i šuma, od soli iz najsjevernijih tradicionalnih jadranskih solana do meda koji sakupljaju autohtone pčele, zatim vina koje su ovdje pili već u antici, do zdravih mineralnih voda oko kojih su se prije nekoliko stoljeća stvarale legende lječilišta. Slovenija je zelena, zdrava i aktivna zemlja. Raznolika gastronomija stoga je dio njezine kulture.²⁶

Gastronomija Slovenije jedinstvena je i raznolika mješavina tradicionalne i moderne kuhinje koja odražava bogato kulturno nasljeđe zemlje. Slovensku hranu karakterizira korištenje svježih namirnica lokalnog podrijetla.

3.1. Obilježja gastronomije Slovenije kroz povijest

U povijesnom razvoju gastronomska baština je bila pod raznim utjecajima. U 6. stoljeću slavenski doseljenici su se susreli s domorocima što je imalo značajan utjecaj na gospodarstvo i neizravno uz gastronomiju. To se, na primjer, odnosi na preradu mlijeka,

²⁶ Slovenija.info, https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/taste_slovenia/okusiti-slovenijo.pdf (27.4.2023.)

mliječnih proizvoda te na izradu sira. Na prehranbenu sliku su znatno utjecali i feudalci, gospodari te strana kolonizacija pojedinih regija Slovenije. U srednjem vijeku prehrana je bila ograničena na relativno uzak izbor namirnica. Nedostatak žitarica i kruha uzrokovano je da su osnovna jela uglavnom bile kaše te grah i druge mahunarke. Pored toga, konzumirali su grašak, leću, kupus i repu. Od maka i lana su proizvodili ulje, a kasnije i od tikve. Samo u svečanim prigodama uživalo se u kolačima i svinjskom mesu i ostalim mesnim prerađevinama kod klanja svinja. Svinjokolja nije bila samo tehnološki proces kojeg se koristilo za izradu različitih domaćih specijaliteta nego ujedno i najveći slovenski praznik za stanovništvo. Važno mjesto u prehrani imali su med i mliječni proizvodi. U 15. stoljeću slovenskim prostorima zavladała je heljda koja je unijela promijene u prehranbene navike. Kukuruz se počeo širiti u 17. stoljeću, a grah i krumpir u drugoj polovici 18. stoljeća, koji je u 19. stoljeću postaje jedan od najpopularnijih jela u Sloveniji. U drugoj polovici 18. stoljeća i 19. stoljeće unutar Austro-Ugarske, Slovenija je prihvatila monarhiju i brojne novitete s dunavskih jelovnika. Neka tipična slovenska jela su postala međunarodno priznata poput kranjske kobasice, štruklji te potica.²⁷

Najveće postignuće je prva kuharica na slovenskom jeziku (Valentin Vodič, Kuharske beskve, Ljubljana 1799.). Samu kuharsku terminologiju i koliko je ona razvijena dokazuju nazivi jela i načini pripreme u ovoj knjizi. Od druge polovice 19. stoljeća slovensko kulinarsstvo je postajalo sve stručnije. Nisu više bila samo prevedena strana djela već je postojalo sve više djela s potpisom slovenskih autora. I danas je među njima najpoznatija slovenska kuharica Magdalene Knafelj Pleiweis (Ljubljana, 1868.) kojoj je doprinijela sestra Felicite Kalinšek i drugi autori do danas.

U 19. stoljeću u europski i svjetski razvoj turizma bila su uključena slovenska alpska mjesta i područja. Turistički centri poput Bleda, Rogaške Slatine, Dobrne te kasnije i Portoroža koji su sa svojim hotelima i restoranima uvelike pridonijeli razvoju gastronomije, kulture te obuke kadrova. Čak i ona manja odmarališta i gostionice (sa smještajem) uvedene su u blizini željezničkih stanica te uvode mnogo noviteta i kuharskih vještina. To je povezano s kuharskim tečajevima i škola koje su se organizirale na ruralnim i urbanim područjima. Nova era u razvoju kulinarsstva i gastronomske kulture u Sloveniji predstavljaju razdoblja političkih i državnih veza s Balkanom i nakon 1918. godine s Kraljevinom te kasnije od

²⁷ Potica- tradicionalni slovenski kolač od dizanog tijesta s nadjevom od oraha

1945. do 1991. sa Socijalističkom Jugoslavijom. Osim glavnih društvenih promjena i promjena stanovništva i same strukture slovenskog prostora, promjene su došle i do gastronomije. Razna balkanska jela došla su na prostor Slovenije, a među njima se ističu jela s roštilja (čevapčići, ražnjići i dr.), med te razne slastice uključujući baklavu i turski med. Od 60-ih godina 20. stoljeća prostorom se počela širiti talijanska pizza, a paralelno se odvijalo širenje balkanskog bureka također i paprike, lubenice i dinje. 1926. godine otvorena je Gostioničarska škola u Mariboru, a prva u Ljubljani 1937. godine strukovna ugostiteljska škola. Nakon 1965. godine osnovano je još 8 strukovnih ugostiteljskih školi u Sloveniji koje od 1981. godine djeluju kao srednje ugostiteljske škole i turizma. 90-ih godina 20. stoljeća razvio se, iz susjedne Italije, pokret Slow Food i danas je njegovo djelovanje dosta snažno. U suvremenom razvoju slovenska kuhinja ostavila je mnogo pozitivnih utjecaja. Od 2005. godine u Sloveniji se uspješno održava najstariji međunarodni gastronomsko udruženje Chaîne des Rôtisseurs (Bailliage National de Slovenia).²⁸

Slovenska gastronomija ima bogatu povijest koja odražava raznolike kulturne utjecaje zemlje. Slovensku kuhinju kroz stoljeća oblikovala je tradicija susjednih zemalja te lokalna seljačka tradicija.

3.2. Enogastronomska ponuda

Slovenija je prva zemlja u Europi koja je dobila titulu Europske gastronomske regije. Slovenija ima 24 gastronomske regije:²⁹

1. Ljubljana i njezina okolica
2. Dolenjska, Kočevska
3. Notranjska
4. Bela krajina
5. Kozjansko

²⁸ Slovenia.info, https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/taste_slovenia/okusiti-slovenijo.pdf (27.4.2023.)

²⁹ Ibid.

6. Haloški svijet pod Doračkom gorom i Bočem, Ptujsko polje
7. Posavje i Bizeljsko
8. Prlekija
9. Prekmurje
10. Slovenske gorice
11. Maribor, Pohorje, Dravska dolina, Kozjak
12. Celje, Spodnja Savinjska i Šaleška dolina, Laško
13. Koroška
14. Zgornja Savinjska dolina
15. Zasavje
16. Gorenjska
17. Rovtarsko, Idrijsko, Cerljansko
18. Dolina Soče
19. Goriška brda
20. Goriška
21. Vipavska dolina
22. Kras
23. Slovenska Istra
24. Brkini, Kraški rob

Slovenska kuhinja svojom dinamikom razvoja postaje najzanimljivijim kulinarskim gastronomskim okruženjem Europe. Posebno to potvrđuje bogat izbor kvalitetne regionalne ponude u tipičnim restoranima. Gostionice, koje su jedan od prepoznatljivih znakova Slovenije i temelje se na manje ili više starim obiteljskim tradicijama. Osim gostionica, u Sloveniji se nalaze i mnogobrojni kvalitetni restorani, a najviše ih ima u Ljubljani i okolici te postoji mreža turističkih seljačkih gospodarstava. Slovenija igra važnu ulogu u vlastitoj proizvodnji hrane. U vrtovima i poljima proizvodi se visokokvalitetno povrće. Najpopularnija žitarica je heljda koja je zastupljena u mnogim slanim i slatkim jelima. Mlijeko i mliječni proizvodi postižu vrhunsku kvalitetu, domaće životinje se drže na ispaši u zdravom prirodnom okruženju i uz stoku prirodna hrana kojom se hrane. Iznimna kvaliteta različitih vrsta mesa, uključujući divljač te bogat izbor suhomesnatih proizvoda je jako cijenjena. U ovih 24 gastronomskih regija Slovenije postoji preko 170 prepoznatljivih i

karakterističnih jela koja su temelj slovenske gastronomije. Šumska gospodarstva, cvjetne livade i pašnjaci daju sadrže brojne ljekovite biljke.

Slovenija se usmjerila na kvalitetu hrane, od samog uzgoja namirnica do načina pripreme, a to dokazuje podatak da je u 2022. godini Slovenija ukupno imala čak 11 Michelinovih zvjezdica za 10 restorana i ukupno 58 restorana koji se nalaze u Michelin vodiču za Sloveniju.³⁰

Slovenski kuhari u svoja jela uključuju namirnice koji su karakteristični za Sloveniju, poput soli iz tradicionalnih solana, meda autohtonih pčela, bučinog i maslinovog ulja. Također, u svoja jela dodaju i samoniklo bilje koje raste u Sloveniji.³¹

Današnju slovensku gastronomiju karakterizira širok izbor jela sa svježim namirnicama Lokalnog podrijetla, uključujuću meso, robu, povrće i voće.

3.3.Tradicionalna jela kao dio turističke ponude

Za regiju Prekmurja karakteristična je slijedeća hrana: krvavice s heljdom (bez krvi), suhomesnati proizvodi, Prleška tunka namirnica sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. Prleška tunka sastoji se od mesa i kobasice. Priprema se tako da se meso svinjskog buta, leđa, hrbat ili vrat posoli, a zatim se suši termičkom obradom i dimi. Kada se pripremi meso i kobasice, stavljaju se u slojevima u posebne posude koje se zovu tünka gdje zajedno odležavaju 30 dana.³² Zatim su popularni čvarci koji se jedu uz neizostavnu mljevenu crvenu papriku, pileći paprikaš, gulaš od divljači, mesne juhe s domaćom tjesteninom i jetrenim okruglicama, juha od gljiva s heljdinom kašom te jela bez mesa popularni dödoli što bi u prijevodu značili žganci od krumpira, heljdina kaša i mliječna prosena kaša. Od slastica treba spomenuti veoma poznatu prekmursku gibanicu, makova potica, kukuruzne pogače, kolač od heljde, pogače i domaći kruh.

³⁰Lepo je živjeti, <http://lepojeziveti.com/spisak-restorana-u-sloveniji-sa-michelin-zvezdicama-i-priznanjima-za-2022/> (27.4.2023.)

³¹Taste Slovenia, <https://www.tasteslovenia.si/sl/okusi-slovenijo/slovenska-gastronomija/slovenska-gastronomija/> (28.4.2023.)

³²Naša super hrana, <https://www.nasasuperhrana.si/clanek/prleska-tunka/> (28.4.2023.)



Slika 1. Prleška tunka

Izvor: Visit Veržej, <https://www.visitverzej.si/sl/content/kulinarika/prleska-tunka.html>

U Piranskom zaljevu biološkim primjerenim metodama obrađuju se piranski brancin Fonda, u Sečoveljskim solanama proizvodi se morska sol koja je iznimno cijenjena u najboljim restoranima na svijetu. Srednja Slovenija s Ljubljanom i okolicom nudi izvrsna izvorna jela. Bled se može pohvaliti svojim kremšnitama. U ponudi je i slatkovodna riba koja je vrhunska delicija poput bohinjske pastrve, a pripremaju se na različite načine čak i pržene u heljdi. Sočka pastrva je hrskavo pečena te prethodno uvaljana u kukuruzno brašno. U Dolenjskom se pripremaju razne vrste štrukli, kuhanih ili pečenih, te zapečene kiflice sa sirom i orasima ili nadjevom od jabuka.

Dolenjska specijalnost je matevž. Matevž je popularna kaša od pasiranog kuhanog smeđeg graha i kuhanog krumpira. U kašu se dodaju čvarci i/ili luk popržen na žaru te nasjeckani češnjak. Matevž je klasičan prilog uz seljačka jela, a u njega se još često stavlja kiseli kupus ili ukiseljena repa.³³



Slika 2. Matevž

Izvor: I feel Slovenia, <https://www.slovenia.info/en/places-to-go/regions/thermal-pannonian-slovenia/dolenjska/matevz>

³³Gurman, <https://www.gurman.eu/recepti/matevz-2429> (28.4.2023.)

U Beloj krajini su majstori pripreme pečenja odojka i janjadi i često u ponudi imaju 3 tradicionalna zaštićena kolača, a to su. Belokranjska povitica, torta i prosta povitica. Belokranjska povitica je tradicionalno jelo koje se priprema od vučenog tijesta i nadjeva koji obično bude od domaćeg svježeg sira ili sira, kuhanog vrhnja i jaja. Karakteristično se oblikuje u duguljastu, tanku pogaču. Belokranjska povitica razlikuje se od sličnih proizvoda po obliku, nadjevu i načinu pripreme. Poviticu treba hrskavo popržiti i posoliti. Kada se ispeče treba biti svijetlo smeđe boje i općenito treba biti zraka između listova da se ne lijepe jedan za drugi. Poslužuje se izrezano na kolutove.³⁴ Prosta provitica u prijevodu jednostavna provitica sastoji se od tankih listova koji se premažu otopljenom svinjskom masti, posipaju solju i namažu razmućenim jajima te se tijesto zarola.³⁵



Slika 3. Belokranjska povitica

Izvor: Hiša dobrot Bele krajine, <https://hisadobrot-belekrajine.si/recepti/>

U Sloveniji je na jelovniku perad prilično zastupljena. Osim popularnih valja spomenuti i pečenu piletinu te pečene patke i guske. Najčešće se ova jela konzumiraju na proslavi Martinja (11. studenoga) kada stanovnici Slovenije proslavljaju novu vinsku godinu.³⁶

Slovenija je u Europskoj uniji zaštitila neke poljoprivredne i prehrambene namirnice sa zaštitnom oznakom izvornosti, zaštitnom oznakom zemljopisnog podrijetla i zajamčeno tradicionalni specijalitet. Med kao prepoznatljivi kulinarski brend u Sloveniji još od kraja

³⁴ Visit Dolenjska, <https://www.visitdolenjska.eu/belokranjska-povitica.html> (30.4.2023.)

³⁵ Tasteatlas, <https://www.tasteatlas.com/prosta-povitica> (30.4.2023.)

³⁶ Slovenia.info, https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/taste_slovenia/okusiti-slovenijo.pdf (30.4.2023.)

28. stoljeća, a kranjska kobasica je jedna od zaštićene hrane s zaštitnom oznakom zemljopisnog podrijetla. Tu oznaku također imaju i kraško meso i to kraški pršut, kraška kobasica i kraška panceta. S zemljopisnim oznakama je još uvijek zaštićeno prekmursko bućino ulje, ptujski luk, kokošja jaja, slovenski med te hmelj. Sa zaštićenom oznakom tri su sira zaštićena podrijetlom, a to su: tolminc, bovški sit i pikantni bohinjski mohant sir. Na ovom popisu još se nalaze i piranska sol s cvijetom soli, kočevski šumski i kraški med, istarski pršut i ekstra djevičansko maslinovo ulje slovenske Istre. Ova kategorija je pokupila mnogo međunarodnih priznanja i nagrada. Marka zajamčene tradicionalne posebnosti zauzimaju specijaliteti tri kulinarske posebnosti Slovenije. Tu pripada Belokranjska povitica.

Tradicionalna jela poput potica i štrukli iznimno su popularna među posjetiteljima, a moderni kuhari stvaraju nova i inovativna jela koja tradicionalnim okusima daju svježinu. Kako se slovenska gastronomija nastavlja razvijati, ona postaje izvor ponosa za samu zemlju i postaje ključni dio njezine kulturne baštine.

3.4. Enološka ponuda i razvoj pivarstva

Bogatstvo slovenske ponude vina čine vina tri vinorodne zemlje: Primorska, Posavska i Podravska. Vinova loza i vino razvijala su se još 400-ote godine pr. Kr. te za vrijeme Rimljana. Širenje vinogradarstva i vinarstva u srednjem vijeku osiguravali su samostani. U Ptuju je 2017. godine proslavljena 777. obljetnica kontinuirane proizvodnje vina u Minoritskom samostanu. U drugom najvećem gradu Slovenije, Mariboru, raste svake godine više od 450 godina vinova loza "Žametovka" koja je dokazano najstarija vinova loza na svijetu. Godišnje daje više od 40 kilograma grožđa iz kojeg nastaje mariborsko protokolarno vino. Sustavno vinogradarstvo i vinarsko gospodarstvo počelo se razvijati u 19. stoljeću.

Danas slovenski vinogradi i vinare proizvode izvrsne autohtone i druga sortna vina. U svakoj od tri vinorodne zemlje radi se na izgradnji vinskih cesta. Među važnim slovenskim izvoznicima vina su: Klet Brda, Obiteljsko imanje Puklavec i Dveri-pax. Obiteljski vinogradi i vinarske kleti poput Movia, Marjan Simčič, Verus, Edi Simčič, Santomaas, Batič i drugi u svijetu su poznati po najviše gledanosti svjetskih poznatih ocjenjivača. Kvaliteta

slovenskih vina potvrđuju se prestižnim nagradama i medaljama o procjenama poput Concours Mondial de Bruxelles, Decanter te Mondus vina. Dva slovenska vinarstva, Kabaj i Movia, su u 2015. i 2016. godini bili uvršteni među top 100 slovenskih vina zastupljeni u uglednim restoranima od New Yorka do Londona i Tokija.

Među nizom raznih sorti vina posebna su izvorna i autohtona vina. Iz Primorske vinorodne zemlje poznata su bijela vina: zelen, pinela, pinot sivi, chardonnay, sauvignon bijeli, klarnica te rebula koja se prvi put spominje već 1390. godine. Na ovom području je jako talijanski utjecaj kako u hrani tako i u vinogradarstvu.

Pinela je autohtona sorta. Dočarava svježinu i lakoću te pruža punoću okusa. Iako samo vino ima nježne cvjetne i voćne arome dobro ih prate pjenušavi naglasci. Nudi skladnu mješavinu bogate strukture i sortne arome. Klarnica je vino srednje duboke zlatno- žute boje. Cvijet je dosta naglašen, pikantan, miriše na muškatni oraščić, cimet i limetu, čist i bistar. U ustima je vino suho, tekstura je blago uljasta, razina alkohola je viša ali se to ne osjeti jer je vino dobro izbalansirano. Zelen je autohtono grožđe. Njegove nježne cvjetne i voćne arome upotpunjene su aromama mediteranskog bilja lavande i ružmarina. Punoća okusa svjedoči o bogatom sadržaju ekstrakta koji u ustima polako otpušta uravnoteženu kombinaciju slatko-kiselih okusa.

Iz Podravske vinorodne zemlje dolazi Šipon i ranina te od crvenih vina teran i refoške i cviček te Metliška črnina. Šipon je vino koje podsjeća na dunje, kruške ili limune te je punog okusa i ugodne svježine. Ranina je vino okusa svježeg voća. Zeleno-žute je boje, a aromom dominira muškatni oraščići, ananas te se osjeća svježina limuna. Belokranjec bijelo i crveno Bizeljsko dolazi iz Posavske vinorodne zemlje. Podravska vinorodna zemlja je najveća i prostire se na oko 9.650 hektara. Još neka od bijelih vina su: Rizling Rajnski, Laški rizling, Gewurztraminer, Muller Thurgau, Pinot sivi, Pinot bijeli, a od crnih Pinot Noir.

Ukupna površina vinograda iznosi 18.544 hektara. Godišnja proizvodnja vina je oko 18 milijuna litara. Slovenija godišnje izveze oko 5-8 milijuna litara. Glavne bijele sorte su: laški rizling, chardonnay, sauvignon, malvazija te rebula, a glavne crvene sorte su: refošk, žametovka, merlot, modra frankinja i cabernet sauvignon. 30.000 je ukupno svih vinogradara i vinara koji se bave vinogradarstvom i vinarstvom bilo to profesionalno ili amaterski. Omjer između bijelih i crvenih vina je 70:30. Slovenija ima 10 velikih vinskih kleti, 460 obiteljskih vinogradskih posjeda s više od 5 hektara vinograda.

Strmi tereni vinograda u Sloveniji promoviraju ručnu berbu u odnosu na strojnu berbu

za većinu slovenskih vinograda.

Slovenija je također ponosna na svoju pivarsku tradiciju. Danas rade dvije velike pivovare: Laško i Union. Bogata tradicija proizvodnje piva seže stoljećima. Osim ovih postoji i niz vrlo uspješnih malih ili craft pivovara koje proizvode izvrsno pivo. U Žalcu je izgrađena prva fontana piva koja je postala jedna od turističkih aktivnosti. Fontana Zeleno zlato prva je pivska fontana na svijetu u kojoj se može isprobati šest različitih vrsta piva. Prilikom degustacije dobije se staklena krigla s mikročipom te je omogućeno ispijanje decilitra svake vrste piva, a posebno oduševljenje izaziva boja piva koja je zelena. Od druge polovice 19. stoljeća u Spodnjoj Savinjskoj dolini razvijeno je hmeljarstvo. Danas je Slovenija važan izvoznik hmelja.³⁷ Jedan od najpopularnijih stilova piva u Sloveniji je svijetli lager koji se kuha od visokokvalitetnog hmelja i ječma. Ljubljanski festival piva privlači ljubitelje piva iz cijelog svijeta.

Proizvodnja vina u zemlji dobiva priznanje za svoju visoku kvalitetu, a slovenska su vina Sve traženija na međunarodnom tržištu. Vinarstvo i pivarstvo sastavni su dijelovi slovenske kulture i povijesti s dugom tradicijom proizvodnje visokokvalitetnih pića koja odražavaju identitet zemlje. Slovenija ima raznoliku ponudu vinograda i pivovara koje proizvode širok izbor vina i piva, od tradicionalnih stilova do eksperimentalnijih i modernih pristupa. Domaći vinari i pivari strastveno se bave svojim zanatom primjenjujući održive i ekološki prihvatljive prakse za proizvodnju prepoznatljivih pića s okusom.

³⁷Slovenia.info, https://www.slovenia.info/uploads/publikacije/taste_slovenia/okusiti-slovenijo.pdf (2.5.2023.)

4. Strateški pristup razvoju brenda enogastronomije u Sloveniji

Kulinarstvo i gastronomija Slovenije na prijelazu iz 20. u 21. stoljeće još je bila relativno nepoznata. 2006. godine bila je izdana Strategija razvoja gastronomije Slovenije koji je postala temeljni dokument i vodič za razvoj gastronomije Slovenije. Sve veći interes za to područje povećao je broj izdanja kulinarske literature te sve veći broj kulinarskih događaja što je postao važan sadržaj turističke ponude. Važnost gastronomije je iznimna jer igra važnu ulogu u promociji zemlje, na korporativnoj, lokalnoj, regionalnoj te međunarodnoj razini. Uža namjena strategije je sveobuhvatna u zajedničkom dizajnu priznanja Slovenije kao zelene, zdrave i aktivne turističke zemlje. Mjere potrebne za razvoj gastronomije uključuje područja gospodarstva, kulture, obrazovanja itd.

4.1. Brendiranje turističke destinacije- Slovenija

Slovensko brendiranje uveliko se razvilo u posljednjih nekoliko desetljeća. Početkom 1990.-ih nakon osamostaljenja zemlje od Jugoslavije, brendiranje Slovenije bilo je usredotočeno na njene prirodne ljepote i aktivnost na otvorenom. Slovenija je napravila izvrstan posao promovirajući se kao destinacija koja nudi i avanturu i opuštanje za turiste svih dobi i interesa. Jedan od ključnih elemenata brenda Slovenije je naglasak na održivom razvoju. Slovenija je uložila zajedničke napore u promicanju ekoturizma, ističući svoja netaknuta prirodna područja poput Bledskog jezera i Julijskih Alpa te naglašavajući važnost očuvanja okoliša za buduće generacije. Još jedan važan aspekt brendiranja Slovenije je usmjerenost na kulturu i tradiciju. Slovenija ima dugu i fascinantnu povijest, a njezini stanovnici su ponosni na svoju baštinu te je žele podijeliti s posjetiteljima. Od tradicionalne narodne glazbe i plesa do ukusne lokalne kuhinje. Slovenija nudi doista autentično iskustvo putovanja. Također, Slovenija se pozicionirala kao središte inovacija i kreativnosti. Glavni grad Ljubljana ima uspješnu start-up scenu i dom je kulturnim institucijama svjetske klase

kao što su Muzej moderne umjetnosti i Narodno kazalište. Brendiranje Slovenije je dokaz njezine raznolikosti, prirodne ljepote i kulturnog bogatstva.

Slogan Slovenije bio je “Slovenija-zeleni komad Europe” naglašavajući njene goleme goleme šume i slikovite krajolike. Međutim, posljednjih se godina brendiranje Slovenije pomaknulo prema sofisticiranijem i modernijem imidžu. Novo brendiranje zemlje usredotočeno je na inovacije, kreativnost i održivost. Jedna od najzapaženijih inicijativa za brendiranje posljednjih godina je kreiranje kampanje “I feel Slovenia”. Ova kampanja nastoji izazvati emocije i stvoriti osjećaj ponosa i pripadnosti među Slovincima i posjetiteljima. Kampanja je bila uspješna u promicanju Slovenije kao prijateljske, gostoljubive i inkluzivne destinacije. Brendiranje Slovenije bilo je uspješno u stvaranju jasnog i privlačnog imidža zemlje. Slovenija se pozicionirala kao jedinstvena i atraktivna destinacija za turiste i investitore ističući svoje prirodne ljepote, kulturnu baštinu i inovativni duh. Predstavljanje zapanjujućih prirodnih krajolika Slovenije koji uključuju veličanstvene Julijske Alpe, kristalno čisto Jadransko more i slikovita obala Bledskog jezera učinila je da Slovenija bude prepoznata kao država koji radi na očuvanju okoliša. Slovenija je država koja aktivno radi na brendiranju kako bi povećala mogućnosti turizma i ulaganja. Kuhinja Slovenije je također glavna atrakcija s tradicionalnim jelima poput potica i štrukla koja su stekla međunarodno priznanje. Brendiranje Slovenije rezultat je suradnje Slovenske turističke zajednice, Ministarstva za gospodarski razvoj i tehnologiju i drugih suradnika. Strategija brendiranja uključuje niz marketinških aktivnosti, uključujući reklamne kampanje, marketing na društvenim mrežama i događaje.³⁸

“I Feel Slovenia” je slogan koji je među 20 najupečatljivijih turističkih slogana.

³⁸Slovenia.info, <https://www.slovenia.info/en> (2.5..2023.)



Slika 4. Slogan Slovenije

Izvor: Slovenia.info, <https://www.slovenia.info/sl/novinarsko-sredisce/novice/789-i-feel-slovenia-med-20-najbolj-zapomljivimi-turisticnimi-slogani>

Slovenija je razvila snažan i osebujan brend koji odražava jedinstvenu kulturu, prirodne ljepote i bogatu povijest zemlje. Brend zemlje izgrađen je na nizu čimbenika, koji uključuju održivi turizam, raznoliku gastronomiju i izvrsnu proizvodnju vina i piva. Zadivljujući prirodni krajolici Slovenije od visokih vrhova Julijskih Alpa do čistih voda Jadranskog mora također su ključan element kao i bogata kulturna baština. Brend zemlje je sve više prepoznatljiv te se Slovenija redovito svrstava među top destinacije za održivi turizam i kvalitetu života. Brendiranje Slovenije je dokaz snage i vrijednosti zemlje.

4.2. Promocijske aktivnosti i materijali

Nacionalnim brendom “I feel Slovenia” predstavlja se Slovenija domaćoj i stranoj javnosti. Središnja državna agencija za promicanje turizma je Slovenska turistička organizacija. Aktivnosti Slovenske turističke organizacije usmjerene su na povećanje vidljivosti Slovenije kao zelene boutique destinacije za iskustva s 5 zvjezdica. Posljednjih godina je povećana vidljivost Slovenije, a tome su pridonijele i brojne priznate međunarodne nagrade poput nagrade Virtuoso, vodeće svjetske udruge na području industrije luksuznih i boutique putovanja za najtopliju destinaciju, nagrade za održivu destinaciju u kategoriji “najbolji na

planeti-najbolji u Europi”, nagradu National Geographica za održivi menadžment destinacije te mnoge druge.³⁹

Uz pomoć promidžbenog materijala širi se prepoznatljivost Slovenije u inozemnoj javnosti i brine se o jačanju nacionalnog brenda “I feel Slovenia”. Promidžbeni materijal se sastoji od simbola Slovenije, publikacije na engleskom jeziku u kojoj se opisuje Slovenija sa svim svojim posebnostima, načinom života, stanovnicima, vrhunskim sportašima ali i političkim sustavom te informativni list o Sloveniji koji je u obliku kratke prezentacije na više jezika.⁴⁰

Promotivni časopis Sinfo je promotivni magazin na engleskom jeziku koji donosi izbor zanimljivih priloga iz područja gospodarstva, kulture, znanosti, sporta i turizma.⁴¹

Promovirajući Sloveniju na Twitteru u suradnji s Condé Nast Travellerom, Slovenska turistička organizacija ostvarila je više od 12 milijuna pregleda video oglasa te je tako potvrdila da je jedna od najpoželjnijih održivih destinacija na svijetu. Slovenija se nalazi na društvenim mrežama, a jedna od najzanimljivijih je Instagram, gdje se pod opcijom Instagram Stories mogu pronaći razne slike predivne prirodne ljepote Slovenije, tradicionalna jela, razne aktivnosti te tako potaknuti na dolazak turista.⁴²

Slovenija je napravila velike korake u promoviranju sebe kao vrhunske destinacije za turizam, ulaganja i trgovinu. Napori zemlje da promiče svoju jedinstvenu kulturu, povijest i prirodne ljepote bili su vrlo uspješni, a Slovenija je sve više prepoznata i poštovana na globalnoj sceni.

³⁹Gov.si, <https://www.gov.si/teme/promocija-slovenije/> (6.5.2023.)

⁴⁰Gov.si, <https://www.gov.si/drzavni-organi/vladne-sluzbe/urad-vlade-za-komuniciranje/o-uradu/sektor-za-promocijo-slovenije/promocijsko-gradivo/> (6.5.2023.)

⁴¹Gov.si, <https://www.gov.si/drzavni-organi/vladne-sluzbe/urad-vlade-za-komuniciranje/o-uradu/sektor-za-promocijo-slovenije/sinfo-promocijska-revija/> (7.5.2023.)

⁴²Slovenia.info, <https://www.slovenia.info/sl> (10.5.2023.)

4.3. Unapređenje hrvatske enogastronomije kroz turizam po uzoru na Sloveniju

Iako i Slovenija i Hrvatska imaju puno prirodnih ljepota i kulturnih atrakcija postoji nekoliko razlika između ove dvije zemlje kada je riječ o turizmu. Jedna od glavnih razlika je vrsta terena i krajolika. Hrvatska ima dugu obalu duž Jadranskog mora, s brojnim plažama, otocima i primorskim mjestima koja su popularna među turistima. Slovenija je prvenstveno popularna po svojim planinama, šumama i prirodnim parkovima koji nude izvrsne mogućnosti za planinarenje, skijanje i druge aktivnosti na otvorenom.

Što se tiče kulture, Hrvatska ima bogatu povijest i mnoge dobro očuvane povijesne znamenitosti, uključujući drevne rimske ruševine, srednjovjekovne dvorce i utvrđene gradove. S druge strane, Slovenija je kompaktnija država s jakim fokusom na održivi turizam i nudi niz kulturnih iskustava poput kušanja lokalne kuhinje ili posjeta tradicionalnim selima.

Slovenija iako mala država ima jako velike mogućnosti biti u rangu sa vodećim turističkim zemljama. Slovenija je vodeći lider kada je u pitanju održivi turizam, a glavni grad Ljubljana je imala titulu najzelenijeg glavnog grada Europe. Hrvatska se previše oslanja na sunce i more, dok Slovenija na pametan način iskorištava svoja prirodna bogatstva i fokusira se na održivi razvoj, ekoturizam.

Slovenija ima mnogo smještajnih kapaciteta koji posebnu pažnju pridaju očuvanju okoliša te minimaliziraju svoju utjecaj na isti.

Hrvatska bi mogla razviti neke nove turističke proizvode poput turističkih tura koje na poseban način ističu bogatu hrvatsku povijest, baštinu te gastronomiju. Isto tako, Hrvatska bi mogla uložiti u marketinšku i digitalnu strategiju kako bi privukla još više turista u zemlju. Ono u čemu bi se Hrvatska najviše mogla na Sloveniju je izgradnja što većeg broja hotela s ekološkom sviješću te bolji idrživi razvoj.

Zaključak

Slovenija je u posljednjih nekoliko desetljeća doživjela značajan rast u svojoj turističkoj industriji. Prirodne ljepote zemlje, raznolika kultura te bogatstvo gastronomske ponude privlače sve veći broj posjetitelja. Kao rezultat rasta turizma, Slovenija je doživjela poticaj u svom gospodarstvu s povećanjem mogućnosti zapošljavanja, boljim stvaranjem prihoda i poboljšanoj kvaliteti života ljudi koji rade u turističkom sektoru, ali i ostalih. Slovensko gospodarstvo ima puno mjesta za napredak kao i turizam.

Slovenija je također stekla priznanje kao destinacija održivog turizma, zahvaljujući prednosti očuvanju prirodne i kulturne baštine. Turistička industrija zemlje imala je koristi od ulaganja u infrastrukturu, marketing i razvoj jedinstvene turističke ponude. Slovenska turistička industrija prešla je dug put i dobro je pozicionirana za nastavak uspjeha u narednim godinama.

Jedna od jedinstvenih značajki turizma u Sloveniji je prednost zemlje održivosti i ekoturizmu. Mnogi smještajni kapaciteti i aktivnosti osmišljeni su tako da minimaliziraju svoj utjecaj na okoliš, a posjetitelje se potiče da istražuju zemlju na odgovoran i održiv način.

Gastronomija i njezini trendovi postaju jedan od najznačajnijih čimbenika u turističkoj ponudi. Enogastronomski turizam smatra se jednom podvrstom kulturnog turizma i predstavlja kombinaciju vinskog i gastronomskog turizma odnosno kulinarskog turizma. Veza između turističke i vinske industrije postaje nezaobilazna.

Sam razvoj gastronomije kroz povijest Slovenije pokazuje kako je slovincima važno da jela budu pripremljena od domaćih, lokalno uzgojenih namirnica. Na poseban način se ističe med koji prave autohtone pčele. Slovenija ima 24 gastronomske regije u kojima postoje preko 170 prepoznatljivih i karakterističnih jela. Slovenija je bogata tradicionalnim jelima i iznimno kvalitetnim vinima domaćih proizvođača. Dokaz da Slovenija njeguje svoju enološku ponudu je da se u Mariboru nalazi stara više od 450 godina vinova loza koja je dokazano najstarija vinova loza na svijetu. Slovenija se ponosi i svojom pivarskom tradicijom. Najpoznatije slovenske pivovare su Laško i Union. Uz njih postoji još i niz malih ali vrlo uspješnih pivovara te craft pivovara. Slovenija je važan izvoznik hmelja.

Svojim brendiranjem, Slovenija je uspjela stvoriti privlačan imidž zemlje. Ujedno je i

svoju usmjerenost stavila na kulturu i tradiciju na koju su slovinci iznimno ponosni. Stvarno je nevjerojatno da se tako mala država svakim danom sve više podiže na ljestvici popularnosti. Iako još ima dosta mjesta za napredak sigurno će doći do svog cilja. Slovenija aktivno radi na brendiranju s ciljem da poveća mogućnost ulaganja i poboljšanja turizma.

Slovenija i Hrvatska imaju zajedničkih točaka poput prirodnih ljepota i bogate kulturne baštine. Hrvatska se ponosi svojim divnim plažama, dok se Slovenija ponosi svojim planinama, šumama i prirodnim parkovima te je više fokusirana na održivi turizam.

Bibliografija

Knjige:

1. Geić, S.: Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, 2011.
2. Getz, D.: Explore Wine Tourism: Management, Development & Destination, Cognizant Communication Corporation, New York, USA, 2000.
3. Hall, C.M. et al: Wine tourism around the world: development, management and markets, Elsevier, 2002.

Članci:

1. Razović, M.: Vinski turizam kao poseban oblik turističke ponude Dalmacije, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, No.3-4, str. 51-67, 2015.
2. Tomljenović, R.: Wine tourism destination life-cycle, Conference paper: Perspective of the rural tourism in the New Europe, GEOTOUR, Košice, 2006.

Internet izvori:

1. Gurman, <https://www.gurman.eu/recepti/matevz-2429> (pristupljeno 28.4.2023.)
2. Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=56693>, (pristupljeno 21.4.2023.)
3. Htz.hr, https://www.htz.hr/sites/default/files/2022-02/Slovenija_profil_2022.pdf (pristupljeno 27.4.2023.)
4. Journal, <https://www.journal.hr/lifestyle/grad-celje-slovenija/> (pristupljeno 25.4.2023.)
5. Lepo je živeti, <http://lepojeziveti.com/stokholm-sta-treba-videti/stockholm-maj68/> (pristupljeno 27.4.2023.)
6. Putni kofer, <https://putnikofer.hr/mjesta/slovenija/> (pristupljeno 27.4.2023.)
7. Proleksis enciklopedija, <https://proleksis.lzmk.hr/46209/> (pristupljeno 21.4.2023.)
8. Putovanja.nomago.hr, <https://putovanja.nomago.hr/sve-o-putovanjima/top-10-mjesta-u-sloveniji-koja-mozes-posjetiti-za-vikend/> (pristupljeno 22.4.2023.)
9. Plantea.com.hr, <https://www.plantea.com.hr/priroda/postojnska-jama/> (pristupljeno 23.4.2023.)

10. Putovnica.net, <https://www.putovnica.net/odredista/slovenija/ljubljana> (pristupljeno 22.4.2023.)
11. Putovanje za svakoga, <http://www.putovanjazasvakoga.com/2016/08/vodic-kroz-piran-slovenija-sta-posjetiti.html> (pristupljeno 23.4.2023.)
12. Visit Koper, <https://visitkoper.si/hr/o-kopru/predstavljanje-kopra/> (pristupljeno 23.4.2023.)
13. Putovnica.net, <https://www.putovnica.net/odredista/slovenija/bled> (22.4.2023.)
14. Slovenia info, <https://www.slovenia.info/sl> (pristupljeno 24.4.2023.)
15. Stat.si, <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Data/-/0380845S.px> (25.4.2023.)
16. Travel Advisor, <https://travel-advisor.eu/lider-u-odrzivom-turizmu-u-europi/> (pristupljeno 26.4.2023.)
17. Tourism: An International Interdisciplinary Journal, Vol 57 No.4, 2009.
<https://hrcak.srce.hr/52996> (pristupljeno 24.4.2023.)
18. The importance of diverse stakeholders in place branding: The case of “I feel Slovenia”, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2011.653631> (pristupljeno 25.4.2023.)
19. Wine Tourism as an Opportunity for Tourism Development: Examples of Good Practice in Slovenia,
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08974438.2014.940122> (pristupljeno 27.4.2023.)
20. Wish.hr, <https://www.wish.hr/slovenija-mala-zemlja-za-raznovrstan-i-okrepljujuci-odmor/> (pristupljeno 24.4.2023.)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1. Turistička noćenja po državama u 2022. Godini	14
--	----

Grafikoni

Grafikon 1. Noćenje turista po općinama	14
Grafikon 2. Noćenje turista prema vrstama smještajnih objekata	15
Grafikon 3. Broj zaposlenih u turizmu	16

Slike

Slika 1. Prleška tünka.....	29
Slika 2. Matevž	29
Slika 3. Belokranjska povitica	Error! Bookmark not defined.
Slika 4. Slogan Slovenije	36