

Hrvatski i francuski povijesni gradovi kao turistička destinacija

Grbavac, Inga

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:191:747871>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**



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
Sveučilišni prijediplomski studij**

INGA GRBAVAC

Hrvatski i francuski povijesni gradovi kao turističke destinacije

Historical cities of france and croatia as tourist destination

Završni rad

Zabok, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u hotelijerstvu

Hrvatski i francuski povijesni gradovi kao turističke destinacije

Historical cities of france and croatia as tourist destination

Završni rad

Kolegij:	Patrimone culturel croate	Student:	Inga GRBAVAC
Mentor:	Prof. dr. sc. Alenka Šuljić Petre	Matični broj:	23608/16

Zabok, rujan 2023.



IZJAVA STUDENTA - AUTORA
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG
ZAVRŠNOG/DIPLOMSKOG/DOKTORSKOG RADA

Inga Grbavac
(ime i prezime studenta)

23608
(Matični broj studenta)

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 / diplomskim / doktorskim* 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/>.

Opatija, 11.4.2023.

Student - autor:

Inga Grbavac

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Problem, predmet istraživanja	1
1.2. Radna hipoteza.....	1
1.3. Svrha i ciljevi istraživanja.....	1
1.4. Znanstvene metode	1
2. Obilježja turizma i turističkog tržišta	2
2.1. Definiranje pojma turizam i turist.....	2
2.2. Pokretački faktori razvoja turizma.....	5
2.3. Značajke turističkog tržišta	8
2.4. Pojam turističke destinacije	11
2.5. Elementi turističke destinacije	12
2.6. Životni ciklus destinacije	12
3. Teorijske odrednice kulturnog turizma	14
3.1. Pojmovno određenje kulturne baštine.....	14
3.2. Klasifikacija kulturne baštine	16
3.3. Upravljanje kulturnom baštinom - kulturni turizam	18
4. Hrvatski povijesni gradovi kao turističke destinacije	20
4.1. Pregled najznačajnijih povijesnih gradova u Republici Hrvatskoj.....	20
4.2. Analiza odabranih povijesnih gradova u Hrvatskoj- Zagreb	22
4.2.1. Trg bana Jelačića	25
4.2.2. Crkva sv. Marka	26
4.2.3. Zagrebačka katedrala.....	26
4.2.4. Uspinjača.....	27

4.2.5. HNK	27
4.2.6. Kamenita vrata	28
4.2.7. Tunel Grič	29
4.3. Ozalj.....	29
4.2.1. Stari grad	34
4.2.2. Munjara	35
4.2.3. Etno selo.....	35
4.4. Motovun.....	35
4.4.1. Gradiziol.....	36
4.4.2. Gradske zidine.....	36
4.4.3. Komunalna palača	36
4.4.4. Lapidarij	37
4.4.5. Povijesna mjesta grada Motovuna.....	37
5. Francuski povijesni gradovi kao turističke destinacije.....	38
5.1. Pregled najznačajnijih povijesnih gradova u Francuskoj.....	38
5.2. Analiza odabranih povijesnih gradova u Francuskoj - Paris	40
5.2.1. Eiffelov toranj	42
5.2.2. Muzej Louvre	43
5.2.3. Katedrala Notre Dame.....	44
5.2.4. Slavoluk pobjede	45
5.2.5. Latinska četvrt u Parizu.....	45
5.2.6. Panteon	46
5.2.7. Champs-Élysées	46
5.2.8. Palača Versailles	47
5.2.9. Turisti	48
5.3. Bordeaux.....	48

5.3.1. Vrata Cailhaua.....	49
5.3.2. Place de la Bourse.....	50
5.3.3. Kameni most	50
5.3.4. Château de Bordeaux	50
5.3.5. Place de la Comédie	51
5.4. Avignon	51
5.4.1. Palais de Papes	51
5.4.2. Pont Saint-Bénézet	52
5.4.3. Pettit palace	53
5.4.4. Basilique Métropolitaine Notre-Dame des Doms	53
Zaključak.....	54
Popis literature.....	56

1. UVOD

1.1. PROBLEM, PREDMET ISTRAŽIVANJA

Predmet ovoga rada je analiza same terminologije povijesnih gradova te analiza odabranih francuskih i hrvatskih povijesnih gradova.

U proučenoj literaturi koja se bavi terminom povijesnih gradova nema jasne definicije što su to zapravo povijesni gradovi. Svaki grad ima svoju povijesnu priču, dužu ili kraću, bogatiju ili siromašniju, ali svakako su bogati kulturom, baštinom i tradicijom koje mu pružaju autentičnost i izvornost.

1.2. RADNA HIPOTEZA

Temeljem saznanja o karakteristikama povijesnih gradova, moguće je dokazati da su Hrvatska i Francuska bogate povijesnim sadržajima i atrakcijama na temeljem kojih su sposobne razviti zavidnu turističku ponudu. Iako francuska obara sve rekorde u turizmu na svjetskoj razini, hrvatska svake godine razvija i ulaže u svoj turizam te nastoji konkurirati u turizmu zemljama poput francuske.

1.3. SVRHA I CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Svrha i cilj istraživanja je predočiti najvažnije značajke o kulturnom turizmu, povijesnim gradovima te analizirati francuske i hrvatske povijesne gradove.

1.4. ZNANSTVENE METODE

Prilikom istraživanja korištene su slijedeće **znanstvene metode**: analize, sinteze i klasifikacije, deskripcije, generalizacije i metoda kompilacije.

2. OBILJEŽJA TURIZMA I TURISTIČKOG TRŽIŠTA

2.1. Definiranje pojma turizam i turist

Turizam se u svijetu masovnije pojavljuje u 19. stoljeću, te se definira kao djelatnost na poslovima vezanima za putovanja i boravak ljudi izvan svog prebivališta, a u svrhu odmora, razonode ili liječenja)¹. Turizam je bitan za gospodarstvo svake zemlje, pa tako i za Hrvatsku. Kroz ovo poglavlje će se objasniti što je turizam, te kakav je on fenomen.

Turizam se u najširem smislu može definirati kao skup raznolikih individualnih iskustava o odnosima koji nastaju povodom zadovoljavanja čovjekovih potreba, a koje se uobičajeno nazivaju turističkim potrebama. Navedeni odnosi i veze su ekonomsko socijalnog karaktera koji nastaju između turista, koji se poima kao potrošač, te ostalih sudionika odnosno subjekata na turističkom tržištu.²

Organizacija koja se bavi svim pitanjima vezanim uz turizam je svjetska turistička organizacija iz Ujedinjenih naroda, sa stožerom u Madridu. To je globalno tijelo koje se bavi sakupljanjem i usporedbom statističkih podataka vezanih za međunarodni turizam. Publikacijom podataka omogućuju usporedbe tijekom i rasta turizma na globalnoj razini. Od 2005. godine, u organizaciji je 145 država, sedam teritorija i oko 350 pridruženih članica, koje predstavljaju privatni sektor, obrazovne ustanove, turistička udruženja i lokalne turističke vlast. Definicija turizma prema UNWTO jest da turizam uključuje aktivnosti proizašle iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne dulje od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga koji nisu vezani

¹ Hunziker, W.; Krapf, K. (1942). Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich, Polygraphische Verlag.

² Petrić, L. (2003). Osnove turizma. Split, Ekonomski fakultet.

uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju. Pritom se iz ove definicije može izvući pet osnovnih obilježja turizma:³

- turizma nema bez putovanja i boravka turista u odabranim turističkim destinacijama;
- putovanje te boravak moraju biti izvan uobičajene sredine u kojoj osoba živi i radi;
- turizam se zasniva na dvosmjernom putovanju te ima definirani vremenski interval u kojem se događa;
- svrha turističkog putovanja nije stalni boravak te zapošljavanje u odabranoj turističkoj destinaciji;
- u turističkoj destinaciji turisti troše sredstva stečena izvan mjesta turističke destinacije, ali ne privređuju.

Nadalje, turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.⁴

Zajednička radna definicija turizma je:⁵

- putovanje radi zadovoljstva;
- ukupnost ljudskih aktivnosti za ostvarenje takve vrste putovanja;
- svaka aktivnost koja sudjeluje u zadovoljavanju potreba turista.

Monotonija, rutina, uredski prostor, nemogućnosti ostvarivanja bližih odnosa, nedostataka suvremenog života, dovodi do toga da se moderni čovjek osjeća kao da je

³ Čavlek, N. i suradnici (2011). Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb, školska knjiga.

⁴ Hunziker, W.; Krapf, K. (1942). Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich, Polygraphische Verlag.

⁵ Antunac, I. (2001). «Turizam, teorijsko – znanstvene rasprave», Zagreb, Institut za turizam

njegov cjelokupni život sveden isključivo na egzistenciju. To sve dovodi do stresa, fizičke i psihičke iscrpljenosti, ali i osjećaja ispraznosti, dosade. Da bi ljudi pronašli ono što su propustili ili što im nedostaje u svakodnevnom životu, postavljaju si neke nove zahtjeve za srećom. Upravo iz tog razloga razvio se turizam. Turizam kao fenomen povezan je ne samo sa zajednicom u kojoj se ostvaraje, već i s zajednicom iz koje proizlazi. Putne potrebe modernog doba u velikoj mjeri proizlaze iz društvenih odnosa i ostvaruju se u skladu sa svakodnevnim životom. Ljudi bježe od pritiska okoline da bi negdje drugdje bili sretniji, odlaze u potragu za privremenim utočištem daleko od tereta svakodnevnoga posla, obiteljskih obaveza i rutine.

Turizam u brojnim državama ima iznimno važnu ulogu u gospodarstvu. Postojeća statistika turizma, međutim, ne može sagledati njegovu punu ekonomsku važnost i utjecaje. Nedostatak odgovarajućeg ekonomskog mjerenja turizma često vodi i podcjenjivanju koristi od turizma, posebice u usporedbi s ostalim gospodarskim sektorima. Teškoće u mjerenju turizma, kao skupa aktivnosti kojeg određuje potražnja, u velikoj mjeri odraz su toga što se turizam u nacionalnim računima ne iskazuje kao zaseban sektor. Turizam se, naime, ne može svesti na jednu gospodarsku djelatnost. Turizam je potrebno promatrati kao skup različitih djelatnosti čija potražnja nije vezana samo uz turističku potražnju. Dodatna teškoća u mjerenju turizma proizlazi iz obilježja turističkih proizvoda koji su dijelom neopipljivi i nije ih lako mjeriti ni fizičkim niti financijskim pokazateljima.

Turist je prvenstveno putnik, ali i prijenosnik duhovnih dobara, navika, vjeroispovijesti i sl. Dakle, turist nije samo osoba koja troši novac na hranu, smještaj i prijevoz dok je izvan svog doma. Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju.⁶

Turisti se dijele u tri velike skupine svrha posjeta. Te podijele temelje se na motivima koji potiču turiste na putovanja. Tako se u prvoj skupini nalaze oni koji putuju, odnosno

⁶ Pirjevec B., Turizam – jučer, danas,..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str. 12

napuštaju vlastiti doma prvenstveno iz osobnog zadovoljstva. U drugoj se skupini nalaze oni koji putuju dijelom kao turistički posjetitelji, a dijelom kao profesionalni posjetitelji. U trećoj skupini su svi oni koji putuju a da pritom to nije potaknuto zadovoljstvom ili poslovnim potrebama.

Turist je osoba koja napušta dom i boravi u nekom mjestu najmanje 24 sata.

2.2. Pokretački faktori razvoja turizma

Glavni pokretački faktori turizma su turističke potrebe, turistički motivi i rekreacija.

Turističke potrebe prvi su značaja faktor turizma. Općenito potrebe su osnova za motivirano ponašanje čovjeka. Temeljna podjela potreba je na primarne ili egzistencijalne i sekundarne. Upravo u skupini sekundarnih potreba, u koje se ubrajaju sve one koje nisu egzistencijalne, javljaju se turističke potrebe. To je potreba za napuštanjem mjesta stalnog boravka isključivo radi bijega od „svega što nas okružuje“. Aktivnosti u turističkoj destinaciji usmjerene su ka zadovoljenju turističkih potreba.

Maslow je ljudske potrebe podijelio u 7 kategorija:

- Fiziološke potrebe
- Potrebe za sigurnošću
- Potrebe za pripadnošću
- Potrebe za poštovanjem
- Potrebe za samoostvarenjem
- Potrebe za znanjem i razumijevanjem
- Potrebe za estetikom

Tablica 1. Potrebe i motivi navedeni u turističkoj literaturi prema Maslowu

Potrebe	Motivi	Navodi u turističkoj literaturi
Fiziološke	Relaksacija	Bijeg
		Opuštanje
		Ublaženje napetosti
		Zudnja za suncem
Sigurnost	Osiguranje	Mentalno opuštanje napetosti
		Zdravlje
		Rекреacija
		Održati aktivnim i zdravim za budućnost
Pripadnost	Ljubav	Obiteljsko zajedništvo
		Pojačanje srodstvenih odnosa
		Društvenost
		Olakšati društvene odnose
		Održavanje osobnih veza
		Međuljudski odnosi
		Korijeni
		Etnički
		Privrženost članovima obitelji
Održavanje socijalnih kontakata		
Poštovanje	Ostvarenje	Uvjerenje o nečijem postignuću
		Pokazati nečiju važnost drugima
		Status i prestiž
		Društvena prepoznatljivost
		Pojačanje vlastitog „ja“
		Profesionalnost/posao
Samoostvarenje	Istina prema vlastitoj prirodi	Osobni razvitak
		Istraživanje i osobna ocjena
		Vlastito upoznavanje
Znati i razumjeti	Znanje	Zadovoljavanje vlastitih želja
		Kultura
		Obrazovanje
		Zelja za lutanjem
Estetske	Uvažavanje ljepota	Zanimanje za druga područja
		Okoline
		Pejzaž

Izvor: Pirjevec B., Turizam – jučer, danas,..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str. 25

Motivi su unutarnji poticaji koji potiču na aktivnosti. Turistički motivi su unutrašnji poticaji čovjeku da se uključi u turističke tokove, iz čega slijedi da je turistička motivacija ponašanje čovjeka koji je potaknut tim unutrašnjim pobudama za uključenjem u turističku aktivnost, s konačnim ciljem da se zadovolji neka turistička potreba.

Suvremeni tempo života i niz obveza kojima su ljudi svakodnevno opterećeni dovodi do glavnog motiva za uključivanje ljudi u turistička putovanja, a to je odmor. Kao motivi se javljaju i lov, hrana, kongres, glazbeni događaj i sl.

Upravo se sukladno motivima, određuju i specifične vrste turizma koje služe njihovom zadovoljenju. Ipak, za donošenje odluke o putovanju važan je splet motiva, a ne samo jedan motiv. Unutar spleta motiva nalaze se biološki, društveni i osobni. Tako kategorija bioloških motiva proizlazi iz primarnih potreba koje turist mora zadovoljiti u turističkoj destinaciji.

Društveni motivi proizlaze iz potreba za društvenim odnosima i kontaktima s drugima. Tek osobni motivi odnose se na samog turista i zadovoljavanje njegove potrebe za samodokazivanjem, upoznavanjem novih sredina, običaja i ljudi. Promotivši različite motive, dolazi se do zaključka da se svi oni svode na potrebu za rekreacijom. Rekreacija je obnavljanje psihičkih i fizičkih sposobnosti čovjeka.

U kontekstu turizma, to je temelj turizma, jer ljudi napuštaju mjesto boravka upravo da bi se rekreirali i napunili energijom za povratak u svakodnevicu. Rekreacija može biti statička i dinamička. Statička je ona rekreacija koja se odvija u mjestu boravka i osoba koja se rekreira može biti aktivni ili pasivni sudionik. Ukoliko se zbog rekreacije napušta mjesto boravka, tada je riječ o dinamičkoj rekreaciji.

2.3. Značajke turističkog tržišta

Tržište je mehanizam kojim se reguliraju odnosi u društvu. Njime se usklađuju odnosi između proizvodnje i potrošnje, to jest odnosi između ponude i potražnje.⁷

Ekonomisti tržište promatraju s gledišta odnosa koji se na njemu uspostavljaju i tada se najčešće poimanje tržišta susreće kao sveukupnost odnosa ponude i potražnje koji na određenom mjestu i u određeno vrijeme utječu na prodaju pojedinih proizvoda i skup svih ustanova, područja i uređaja koji omogućavaju organizirati i stalni kontakt između potrošača i prodavača.⁸

Turističko tržište je skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služe za podmirenje turističkih potreba na određenom području. To je skup odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja.⁹ Turističko se tržište razlikuje od bilo koje vrste tržišta roba ili usluga. Predmet turističke potražnje su prostorno i vremenski određene usluge. Turističko tržište sastoji se od 3 grupe elemenata koji ulaze u sustav ponude i potražnje, a to su:¹⁰

- Atraktivni elementi – motivi
- Usluge
- Cijene

Ono što razlikuje turističku ponudu od ostalih, je prvenstveno činjenica da su turistička ponuda i potražnja prostorno razgraničene. Dakle, kupac mora doći na mjesto gdje se je turistička ponuda locirala.

⁷ Grbac, 2005, p.3

⁸ Dragičević, 1983., p. 645

⁹ Baban, D. (2019). *ANALIZA EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA* (Završni rad). Split: Sveučilište u Splitu, Sveučilišni odjel za stručne studije.

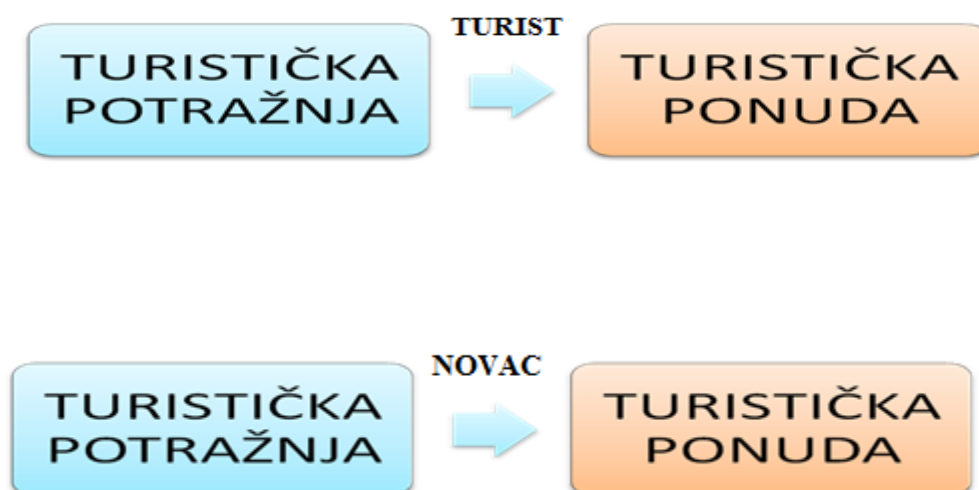
¹⁰ Jovinčić Ž i dr. (2005.), *Osnove turizma, Plana tours*, Beograd,., str 175

Nadalje da bi turistička ponuda komunicirala sa svojim kupcima, postoje točno određeni kanali kojima se to odvija, najčešće putem turističkih posrednika koji su razmješteni na atraktivnim lokacijama u kojima cirkulira veliki broj potencijalnih kupaca. Dakle, jedna od specifičnosti je upravo kretanje turističke potražnje prema turističkoj ponudi, što nije uobičajeno na drugim tržištima. Jer da bi turističko tržište počelo djelovati kupac mora doputovati do mjesta gdje se nalazi ponuda.

Osim dolaska turista, tj. kupca, na tržištu dolazi i do razmjene novčanih sredstava. Prilikom takve razmjene opet se uočava razlika u odnosu na ostala tržišta. Kod opipljivih, fizičkih proizvoda proces proizvodnje prethodi prodaji i potrošnji. Usluge karakterizira istovremenost proizvodnje i potrošnje, odnosno pružanja i korištenja.

Dakle, turistička usluga čeka kupca koji u destinaciju dolazi sa novčanim sredstvima. Na slijedećoj slici su prikazane specifičnosti turističkog tržišta.

Shema 1. Specifičnosti turističkog tržišta



Izvor: izrada autora

Usluge obiluju svojstvima doživljaja. Iskustvo, zadovoljstvo, povjerenje, pružena pažnja, sve su to elementi o kojima se može govoriti tek nakon korištenja uslugom. Doživljaji su subjektivni, očekivanja korisnika također, pa tako u potražnji, a posebice u njezinu

poticanju od onih koji pružaju uslugu, veliku ulogu imaju brojne varijable psihološkog tipa.

Turističku uslugu isto tako nije moguće prezentirati potencijalnim korisnicima u njihovom mjestu boravka. Korisnici promatraju različite ponude i tek tada odlučuju o odabiru destinacije. Kao jedini način komunikacije sa potencijalnim korisnicima javlja se promocija uz različita sredstva i tehnike.

Svaka destinacija zapravo integrira smještaj, infrastrukturu, atrakcije i sve one sadržaje koji će pomoći posjetitelju da zadovolji svoje potrebe. Vrijeme u kojemu se susreću ponuda i potražnja na turističkom tržištu odnosi se na sezonu. Razlikuje se zimska i ljetna sezona i to je ujedno period u kojemu se odvija najveći turistički promet. Ipak, putovanja se odvijaju i u drugim dijelovima godine. Putnici zapravo, iz različitih razloga putuju neprestano i vrlo su nepredvidljivi u svojim putovanjima.

Vrijeme u kojemu se ostvaruje najveći turistički promet je sezona, ali ne treba zanemariti i ostala izvansezonska putovanja turista. Na turističkom tržištu djeluje niz subjekata. Na samu ponudu i potražnju djeluju dvije skupine čimbenika, a to su vanjski čimbenici i ključne tržišne snage.

Ranije su spomenuti posrednici na turističkom tržištu, smješteni na atraktivnim lokacijama gdje cirkulira turistička potražnja. Oni posreduju između turističke ponude i potražnje, odnosno povezuju dislocirane sudionike turističkog tržišta. Kada je riječ o turističkim posrednicima to su najčešće, putničke agencije. Putnička agencija organizator putovanja je agencija koja organizira turistički pakete aranžman i koja ga neposredno prodaje ili nudi na prodaju putem posrednika. Putnička agencija posrednik je putnička agencija koja prodaje ili nudi za kupnju paket aranžman koji je sastavio organizator putovanja, ili koja pruža druge uobičajene usluge putničke agencije.¹¹

¹¹ Galičić V., (1999.), Rječnik ugostiteljsko – turističkih pojmova, Fintrade & Tours, Rijeka, str. 190

2.4. Pojam turističke destinacije

Riječ destinacija (lat. *destinatio* – odredište) rabi se u svim odgovarajućim oblicima romanskih jezika, no vrlo je raširena i u anglosaksonskim zemljama. U svom izvornom značenju sinonim je za odredište, pa i cilj, krajnji ili usputni. Smatra se kako je u turizam ušla posredstvom zračnog prometa.¹²

Turistička destinacija je optimalna kombinacija fiksnih i varijabilnih čimbenika te mogućnosti turističkog djelovanja u skladu s preferencijama tržišta, neovisno o administrativnim granicama.¹³

Određenje definicije turističke destinacije Pojam destinacije u izvornom značenju sinonim je za odredište, cilj. U turizam je ušao posredstvom zračnog prometa, a postupno postaje istoznačnicom za turističko mjesto, lokalitet, zonu, regiju, zemlju, skupinu zemalja, čak kontinent, ovisno o tome kako ga percipira potražnja. Razrada pojma destinacija kod većine autora podloga je za oblikovanje i funkcionalan raspored prostora u rekreacijskim područjima s naglaskom na istraživanju privlačnih elemenata (resursa), odnosno turističkih proizvoda.¹⁴

Turistička destinacija (engl. *tourism destination*, njem. *touristische(s) Reiseziel*) u najširem smislu riječi svako odredište turističkog putovanja, od samostalnog turističkog objekta, aerodroma ili luke, do turističkog mjesta, regije, i turističke zemlje. U kontekstu modernog teorijskog shvaćanja pod turističkom destinacijom razumije se širi, integrirani prostor, koji svoj turistički identitet gradi na koncepciji kumulativnih atrakcija, koje su zbog doživljaja što ga omogućuju i s dodatnom turističkom infrastrukturom prostor intenzivnog okupljanja turista. Turistička destinacija dominantno je uvjetovana

¹² Dobre R., (2004.) i dr, Menadžment turističke destinacije, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, , str. 7

¹³ Magaš D., (1997.), Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet, Opatija, str. 18

¹⁴ Dobre R. i dr, (2004.), Menadžment turističke destinacije, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, , str 8

predodređenošću posjetitelja, odnosno njegovim željama, sklonostima, interesima, ukusom i sl.¹⁵

2.5. Elementi turističke destinacije

Destinacija predstavlja razlog putovanja, a turističke robe u njoj izazivaju posjete. Destinacije su vrlo promjenjive, ne samo zato jer se mijenjaju uslijed pritiska turizma, nego i zbog zastarjelosti ponude. Osnovni ciljevi turističke destinacije su osigurati gostima kvalitetu, te dugoročnu egzistenciju domicilnog stanovništva. Destinacije nisu statične, one se razvijaju u skladu sa preferencijama gostiju.

Elementi turističke destinacije:

1. Atrakcije
2. Usluge
3. Ljudski resursi
4. Imidž
5. Pristupačnost
6. Cijena

2.6. Životni ciklus destinacije

Turistička destinacija prelazi od jedne točke promatranja, različita eksploatacijska stanja razvoja. Ta pojava nastaje zbog utjecaja izravnih ili neizravnih čimbenika nestabilnosti bez obzira utječu li ti čimbenici iz okruženja ili iz same destinacije. Označavanjem tih stanja pomoću pokazatelja rasta koji su u pravilu količinsko ekonomski, dobiva se u

¹⁵ Dobre R. i dr, (2004.), Menadžment turističke destinacije, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik, str 9

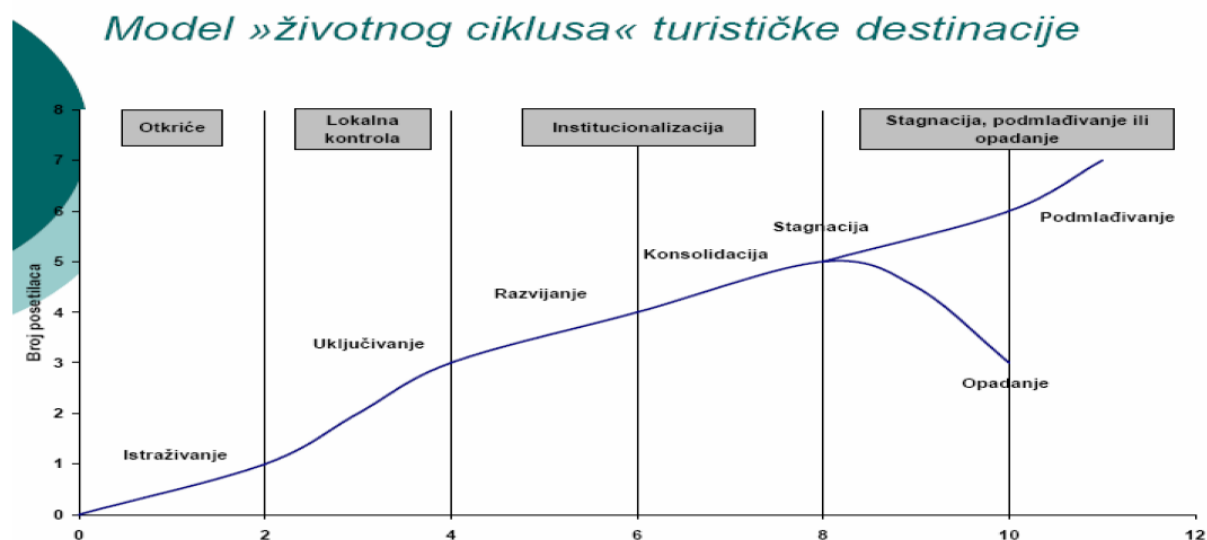
odnosu na vrijeme životni ciklus turističke destinacije. Evolucija je turizma bila čvrsto povezana s razvojem destinacije, a posebno s pojedinim lokalitetima koji su se značajnije razvijali razvojem komunikativnih čimbenika.

Usporedno se razvilo i tržište koje se mijenja, a pojedini su lokaliteti na to morali odgovoriti u smislu novog proizvoda.

Drugim riječima, destinacije prolaze kroz ciklus evolucije koji je sličan životnom ciklusu svakog drugog proizvoda gdje prodaja raste kako se proizvod razvija:¹⁶ plasman, razvoj, zrelost i opadanje.

Navedena krivulja će varirati, ali će za svaku destinaciju ovisiti o čimbenicima kao što su:¹⁷ stupanj razvoja, vladina politika, tržišni trendovi, konkurentnost destinacije, čimbenici ponude, sposobnosti podnošenja kapaciteta, utjecaj turista, planiranje.

Drugim riječima, turističke su destinacije dinamične s promjenjivom ponudom i ovise o tržištu koje se razvija u kvantitativnom i kvalitativnom smislu. Njegovim oscilacijama doprinose tipovi turista s jasnim preferencijama, motivima i željama.



¹⁶ Magaš D., (1997.) Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet, Opatija, , str. 21

¹⁷ Magaš D., (1997.), Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet, Opatija, , str. 22

Izvor: R.W. Butler, Životni ciklus turističke destinacije, (1980.)

3. TEORIJSKE ODREDNICE KULTURNOG TURIZMA

Kulturni turizam koji se bazira na posjetima određenom mjestu zbog iznimne kulturne baštine koja je zanimljiva turistima ili u cilju upoznavanja načina življenja ljudi na tom području. Kulturna je baština od iznimne važnosti za svaki narod i kao takva može biti okosnica turističke ponude i motiv dolaska turista u destinaciju. S toga baštinom treba upravljati i prezentirati ju potencijalnim posjetiteljima

U želji da se kulturna baština prezentira kao visokokvalitetan i poželjan resurs, te da se na neki način prezentira povijesno nasljeđe destinacije, razvija se kulturni turizam.

3.1. Pojmovno određenje kulturne baštine

Riječ kultura potječe iz latinskog jezika (lat. colo, 3. = obrađivati zemlju, njegovati, skrbiti, štovati, častiti, obavljati; cultus 3 = obrađen, zasađen, urešen, ukrašen, obrazovan, uglađen; cultura, ae, f. = obrađivanje, poljodjelstvo, obrazovanje, naobraženje, oplemenjivanje, štovanje). U današnjoj svakodnevici i jezičnoj praksi ima više različitih značenja. U rječnicima ćemo najčešće naći sljedeća tumačenja:¹⁸

1. u širokom smislu sve što je stvorilo ljudsko društvo i što postoji po tjelesnom i umnom radu ljudi za razliku od prirodnih pojava:
 - materijalna kultura - skup sredstava za proizvodnju i drugih materijalnih vrijednosti društva na svakom stupnju povijesnog razvitka

¹⁸ Klaić B. , (1984.), Rječnik stranih riječi, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. 129

- duhovna kultura - skup postignuća društva u znanosti, umjetnosti, u organizaciji društvenog i državnog života
 - nacionalna kultura - povijesne tradicije, moral i običaji, jezik, književnost i umjetnost svakog naroda
2. stupanj savršenstva postignut u vladanju ovom ili onom granom znanja ili djelovanja (kultura rada, kultura govora, fiskultura)
 3. obrazovanost uopće, prosvjećenost, stupanj društvenog i duhovnog razvitka, načitanost, pristojnost, lijepo ponašanje
 4. Ukupnost duhovne, moralne, društvene i proizvodne djelatnosti društva (mikenska kultura)
 5. Tip ili opseg duhovnog razvitka pojedinca u zajednici s potrebnim odlikama u odnosu prema drugome (opća kultura)

Ljudska kultura je jedinstvena jer se najveći njezin dio prenosi s generacije na generaciju složenim i profinjenim sustavom komunikacija. Ljudi su jedina stvorenja koja se svojom kulturom koriste u prilagođavanju okolišu, kod ostalih to čini priroda. Samo ljudi imaju kulturu tj. sustav navika i običaja koje usvajaju i predaju dalje kao sebi svojstven način prilagodbe okolišu. Kultura je dakle sustav prilagodbi čovjeka okolišu i drugim ljudskim društvima. Kultura je prihvaćen način ponašanja za pripadnike posebnog društva. Ljudsko ponašanje je determinirano kulturom, a socijalizacija je proces u kojem pojedinci uče kulturu svoga društva. Kultura je ukupnost predmetnih i duhovnih dobara što ih je stvorio čovjek u svojoj društvenoj zajednici. To je sustav vrijednosnih tvorbi koje oblikuju nadanimalnu razinu čovjekova života.

Proteklih desetljeća promicatelji kulture trudili su se istraživati, i u konačnici dokazati, kako je ulaganje u kulturu i njeno promicanje dugoročno vrlo isplativo, a njeno očuvanje znak zrelosti pojedinog naroda. Kultura omogućuje ljudima da razviju svoj identitet; društvima da razviju građanstvo. Kultura je stup demokracije i ljudskih prava. Gradeći poveznice između ljudi, promovirajući razumijevanje i toleranciju, kultura je poput ljepljive tvari koja na okupu drži narode i društva (Salsa, 2013:1). Salsa smatra da

je upravo kultura veza između prošlosti, sadašnjosti i budućnosti; bez razumijevanja prošlosti nema napretka.

Kultura je cjelokupno društveno naslijeđe neke grupe ljudi, to jest naučeni obrasci mišljenja, osjećanja i djelovanja neke grupe, zajednice ili društva, kao i izrazi tih obrazaca u materijalnim objektima. Riječ kultura potječe od latinske riječi colere, što znači nastanjivati, uzgajati, štititi, štovati. U svakodnevnom životu, kultura se može shvatiti kao sve ono što je čovjek ostvario i prihvatio kao vrijednosti, a to mogu biti zakoni, moral, religija, književnost i običaji.

3.2. Klasifikacija kulturne baštine

Problematikom definiranja kulture bavili su se mnogi izdavači, ulaskom u pojedinosti njenog definiranja otvara se niz drugih tema. Kultura vezana uz turizam ne može označavati samo obilazak materijalnih oblika kulture, već uključuje upoznavanje načina života populacije u određenoj destinaciji. Pojam kulturne baštine također je vezan uz pojam kulturnog turizma, kao jedan od njegovih najsnažnijih resursa. UNESCO, kao međunarodna organizacija s relativnim kurikulumom u sustavnom proučavanju baštine i organiziranju aktivnosti vezanih uz nju, nudi definiciju kulturne baštine u Konvenciji za zaštitu svjetske kulture i prirodne baštine iz 1972.godine: Kulturna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokalitete koji imaju povijesnu, estetsku, arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku vrijednost.

U nedostatku ove definicije, odnosno činjenici da se ona odnosi samo na materijalnu kulturu, postavljena je nova definicija.

Kulturna dobra, odnosno baština, klasificiraju se na:¹⁹

¹⁹ Zakon o očuvanju i zaštiti kulturnih dobara, NN (136/12)

1. Pokretne i nepokretne stvari od umjetničkoga, povijesnoga, paleontološkoga, arheološkoga, antropološkog i znanstvenog značenja.
2. Arheološka nalazišta i arheološke zone, krajolici i njihovi dijelovi koji svjedoče o čovjekovoj prisutnosti u prostoru, a imaju umjetničku, povijesnu i antropološku vrijednost.
3. Nematerijalni oblici i pojave čovjekova duhovnog stvaralaštva u prošlosti kao i dokumentacija i bibliografska baština.
4. Zgrade, odnosno prostori u kojima se trajno čuvaju ili izlažu kulturna dobra i dokumentacija o njima.

Nepokretnu kulturnu baštinu s utvrđenim svojstvom kulturnog dobra čine pojedinačne građevine i/ili kompleksi građevina, kulturno-povijesne cjeline te krajolici. Kolokvijalnim nazivom nepokretna kulturna dobra predstavljaju graditeljsku baštinu od pojedinačne građevine prema cjelini (skupina građevina) odnosno područje (krajolik).

Nepokretna kulturna dobra mogu biti:²⁰

1. grad, selo, naselje ili njegov dio,
2. građevina ili njezini dijelovi, te građevina s okolišem,
3. elementi povijesne opreme naselja,
4. područje, mjesto, spomenik i obilježje u svezi s povijesnim događajima i osobama,
5. arheološko nalazište i arheološka zona, uključujući i podvodna nalazišta i zone,
6. područje i mjesto s etnološkim i toponimskim sadržajima,
7. krajolik ili njegov dio koji sadrži povijesno karakteristične strukture, koje svjedoče o čovjekovoj nazočnosti u prostoru,
8. vrtovi, perivoji i parkovi,
9. tehnički objekti s uređajima i drugi slični objekti.

²⁰ Ibidem.

Nematerijalna kulturna dobra odnose se na očuvanje raznorodnih oblika duhovnog stvaralaštva što se prenose predajom: jezik, dijalekt, folklorno stvaralaštvo iz područja glazbe, plesa, obreda i narodnih običaja

3.3. Upravljanje kulturnom baštinom - kulturni turizam

Kulturni turizam označava kretanje ljudi uzrokovano kulturnim atrakcijama izvan njihova mjesta stanovanja s namjerom prikupljanja novih informacija i iskustava kako bi zadovoljili svoje kulturne potrebe.²¹

Kada je riječ o materijalnoj baštini važnu ulogu u prezentaciji iste imaju muzeji. Muzeji su u globalnom konkurentskom okruženju magnet za privlačenje posjetitelja. Oni čuvaju kulturnu baštinu i time tvore i promoviraju identitet destinacije, regije i zemlje. U tom djelovanju trebaju potporu kako bi sačuvali vrijednost svojih zbirki za buduće naraštaje i učinili ih dostupnima sadašnjim i budućim posjetiteljima. U upravljanju baštinom treba pronaći sklad između zadaća muzeja i složenosti turističkog okruženja.²²

Kulturna baština ima umjetničku, povijesnu, znanstvenu, dokumentarnu i duhovnu vrijednost, ali i edukativno i turističko značenje

U procesu upravljanja kulturnom baštinom, važnu ulogu imaju sljedeći subjekti:²³

1. Ministarstvo turizma
2. Hrvatska turistička zajednica
3. Turistički subjekti

Ministarstvo turizma pokreće Program poticanja zaštite i uključivanja u turizam baštine u turistički nerazvijenim područjima: baština u turizmu te je dalo izraditi Strategiju

²¹ Jelinčić A., D., (2008.), Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb str. 43

²² Parac – Osterman, Đ., (2011.), Muzeji i turizam, Muzej suvremenih umjetnosti, Zagreb, str. 4

²³ Ibidem., , str. 13

razvoja kulturnog turizma: Od kulture i turizma do kulturnog turizma. U programu mogu sudjelovati, kako pravne, tako i fizičke osobe, jedino je bitno što bolje realizirati projekt kako bi ostvarili pravo na bespovratna sredstva državne potpore koja se mogu iskoristiti isključivo za: ulaganja u obnovu graditeljske baštine, kulturno-turističke projekte te projekte ulaganja u uređenje i zaštitu prirodne baštine u zaštićenim područjima.

Hrvatska turistička zajednica je nacionalna turistička organizacija, a osnovana je radi stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske.²⁴

Strategija razvoja kulturnog turizma osmišljavala se od 2002. godine, a prihvaćena je u prosincu 2003. godine. U srpnju 2004. godine, u Dubrovniku, osnovan je Ured za kulturni turizam, pri Hrvatskoj turističkoj zajednici, koji je zadužen za realizaciju postavljenih zadataka.

Pri kreiranju turističkih proizvoda partneri su baštinskim institucijama posrednici u putovanjima: turoperator, turističke agencije te specijalizirane agencije poznate kao DMC-ovi, PCO i EMC – agencije koje imaju veliko značenje za muzeje kada je njihovo područje djelovanja dovođenje gostiju u zemlju.²⁵

Kulturna raznolikost, kao prepoznatljivi činitelj atraktivnosti, čini osnovicu razvoja kulturnog turizma. Ta raznolikost ujedno predstavlja zajedničku baštinu čovječanstva, inspiraciju i motiv za putovanja. Današnji suvremeni putnik često obilazi svijet s ciljem da sazna što više o različitim kulturama i narodima, a nova znanja omogućuju mu i nove usporedbe, razvijaju njegovu moć zapažanja i potiču ga da stečeno znanje dalje kontekstualizira. Upravo tematske rute pružaju mogućnost stvaranja novih poveznica na

²⁴ Statut Hrvatske turističke zajednice: NN 34/12 i NN 59/12

²⁵ Parac – Osterman, Đ., op.cit., str. 16

različitim razinama. Odabir teme, konkretnih destinacija i način njihovog umrežavanja odredit će kvalitetu tematske rute.²⁶

4. HRVATSKI POVIJESNI GRADOVI KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

4.1. Pregled najznačajnijih povijesnih gradova u Republici Hrvatskoj

Neki od povijesnih gradova su: Zagreb, Dubrovnik, Ilok, Karlovac, Kaštela, Korčula, Mali Lošinj, Nin, Klis, Novigrad (Dalmacija), Pag, Pula, Rovinj, Sisak, Solin, Split, Šibenik, Trogir, Varaždin, Vukovar i Zadar.

Povijesni gradovi imaju svoje specifične potrebe kao što su: očuvanje kulturne i prirodne baštine, tradicijske kulture, problem zadovoljenja potreba stanovnika povijesnih gradova i odnosa građana prema kulturnoj baštini, prepoznavanje važnosti i vrijednosti hrvatskog kulturnog naslijeđa te način upravljanja i korištenja istog.

Zagreb je glavni grad Republike Hrvatske, ali i grad sa najvećim brojem stanovnika. Nastao je iz dva naselja na susjednim brdima, a to su bili Gradec i Kaptol, koji danas čine povijesnu jezgru samoga grada. Danas Zagreb predstavlja upravno, gospodarsko, kulturno, prometno i znanstveno središte Hrvatske. Prema položaju i kulturnim karakteristikama ubraja se u Srednje Europe.

Dubrovnik je grad na jugu Hrvatske, administrativno središte Dubrovačko-neretvanske županije i jedno od najvažnijih povijesno-turističkih središta Hrvatske.

Za početak modernog turizma u Dubrovniku važna je godina 1897. kad je u gradu otvoren Grand Imperial hotel - moderno opremljen, s tekućom toplom vodom i dizalom, koji posluje i danas, kao dio lanac Hilton. U gradu Dubrovniku devet je hotela najviše

²⁶ Smjernice za upravljanje muzejskim posjetiteljima s posebnim naglaskom na kulturne rute, Upravljanje turističkim posjetima na tematskim kulturnim rutama, Ministarstvo turizma RH, Zagreb, 2012., www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_s_ISBN_3_b.pdf

kategorije - 5* , što je najviši broj među najvećim kategorijama u jednom turističkom odredištu u cijeloj Hrvatskoj. Iznimno kvalitetna obnova hotelskih objekata i visoka razine ponude odlika su i sedam hotela s četiri zvjezdice i njih dvadeset i pet koji su kategorizirani s tri zvjezdice.²⁷

Jedan od najljepših mediteranskih gradova, ali i vodeće hrvatsko kongresno središte, Dubrovnik je svake godine domaćin niza međunarodnih i domaćih stručnih skupova. Uz izuzetne prirodne ljepote i očuvanost baštine, Dubrovnik je grad iznimno bogate turističke ponude. Dubrovnik je pretežito avio - destinacija, te najveći dio naših turista dolazi zrakoplovima, od ožujka do studenog izravno iz gotovo pedeset europskih gradova, dok se zimi zračni promet odvija preko glavnog grada Zagreba. U strukturi posjetitelja u Dubrovniku su na prvom mjestu gosti iz Velike Britanije, slijede Francuzi, Hrvatski, Španjolci, Nijemci, a bilježi se i rast interesa s tržišta Grčke, Turske, Skandinavije.²⁸ Značajan dio turističke ponude je i žičara. Žičara Povezuje Srđ i Ploče s dvije kabine kapaciteta po 30 putnika (500 putnika na sat) Otvorena 1969. i porušena tijekom ratnih zbivanja, te obnovljena i ponovno otvorena 2010. godine.²⁹ Na području Županije nalaze se samo 3 plaže s plavom zastavom (Hotel Valamar President Dubrovnik, Hotel Croatia Cavtat i hotel Osmine Slano) te 2 marine s plavom zastavom (ACI Korčula i ACI Dubrovnik)

Kraljica hrvatskoga turizma, svima poznata kao Opatija, već tradicionalno slovi kao omiljena destinacija bogatih i slavni ljudi iz cijeloga svijeta. Kao mjesto, ubraja se među ona mjesta sa najdužom turističkom tradicijom na istočnoj obali Jadrana. Kroz povijest, na području Opatije su se nizale brojne građevine, spomenici, parkovi i slične znamenitosti, koje se danas ubrajaju u atrakcije Opatije. Opatija je ime dobila prema benediktinskoj opatiji sv. Jakova, koju vezujemo uz crkvu sv. Jakova, nastalu 1420-ih godina. Za razvoj turizma, presudan je završetak ceste prema Rijeci 1843.god. te izgradnja vile Angioline koju je 1844. god. Podigao veletrgovac Higinio von Scarpa. U

²⁷ Turistički Dubrovnik.

http://experience.dubrovnik.hr/mediji_novost.php?id=3805&id_main=3805#.VP3usGd0zIU

²⁸ Turistički Dubrovnik.

http://experience.dubrovnik.hr/mediji_novost.php?id=3805&id_main=3805#.VP3usGd0zIU

²⁹ http://edubrovnik.org/02_SRTDNZ_IZVJESTAJ_SITUACIJE_TRZISTE_partnersko_vijece.pdf

sklopu vile, nalazi se i prelijepi park. Samo neki od uvaženih posjetitelja vile bili su ban Josip Jelačić i carica Maria-Ana. Ubrzo su se počele nizati vile, ljetnikovci, hoteli, šetališta i parkovi. Društvo južnih željezničara 1844. god. podiže hotel Kvarner. Nakon njega izgrađeni su hotel Imperial, hotel Opatija i vila Amalia. Svi su oni privlačili elitne goste i bili osnova za stvaranje elitnog turizma. Nakon drugog svjetskog rata izgrađeni su hotel Ambassador 1966.god, hotel Pariz 1967.god. Adriatic 1 ,1968.god. Adriatic 2 1971.god. i hotel Admiral 1979.god.

Iako je svaka znamenitost od iznimne važnosti i osobita na svoj način, u nastavku ćemo izdvojiti one najznačajnije za grad Opatiju, a to su: crkva sv. Jakova, umjetnički paviljon „Juraj Matija Šporer“ te hotel Kvarner.

4.2. Analiza odabranih povijesnih gradova u Hrvatskoj- Zagreb

Grad Zagreb je posebna jedinstvena, teritorijalna, upravna i samoupravna jedinica koja ima položaj županije.³⁰ Zagreb se nalazi u kontinentalnoj središnjoj Hrvatskoj, na južnim obroncima Medvednice te na obalama rijeke Save. Nalazi se na nadmorskoj visini od 122 metara (Zrinjevac).³¹ Povoljan zemljopisni smještaj na jugozapadnom kutu Panonske nizine, između alpske, dinarske, jadranske i panonske regije, uzrok je činjenici da se Zagreb nalazi na prometno čvorištu puteva između Srednje i Jugoistočne Europe te Jadranskog mora. Klima u Zagrebu je umjerena kontinentalna. Ljeta su vruća i suha s prosječnim temperaturama od 20° C, dok su zime hladne s prosječnim temperaturama od 1° C.³²

Kvalitetno zemljište, pogodan prometni položaj i ukupna komunalna infrastruktura, stručna radna snaga, znanstvene, stručne, obrazovne, zdravstvene, financijske, bankarske i druge institucije, zatim tradicija u obavljanju određenih djelatnosti, te veličina i kvaliteta gospodarstva, bitni su potencijali u razvojnoj strategiji

³⁰ Zagreb, Dostupno na: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Zagreb#Stanovni.C5.A1tvo>,

³¹ Ibidem.

³² Ibidem.

Zagreba.³³ Najvažnije grane gospodarstva u Zagrebu su:³⁴ proizvodnja električnih aparata, kemijska, farmaceutska i tekstilna industrija, te industrija hrane. Zagreb je međunarodno trgovinsko i poslovno središte, te prometno raskrižje između Srednje i Istočne Europe. Grad Zagreb ima najveći nominalni bruto domaći proizvod po glavi stanovnika u Hrvatskoj. 34% tvrtki u Hrvatskoj ima sjedište u Zagrebu, a 38.4% hrvatske radne snage radi zaposleno je u Zagrebu, uključujući gotovo sve banke, uslužne tvrtke i javni prijevoz.³⁵ U Zagrebu je razvijen i turizam. Ponuda turističkog smještaja je raznolika. Hoteli su u rasponu od velikih, vrhunskih, koji posluju u sastavu poznatih lanaca, do malih prenoćišta u privatnom smještaju.

Današnji Zagreb izrastao je iz dvaju srednjovjekovnih naselja koja su se stoljećima razvijala na dvama susjednim brežuljcima. Prvi pisani spomen Zagreba datira iz 1094. godine kada je na Kaptolu osnovana biskupija, dok susjedni Gradec 1242. godine biva proglašen slobodnim kraljevskim gradom. Oba ta naselja bila su okružena čvrstim bedemima i kulama, ostaci kojih su očuvani sve do danas.³⁶ Od 14 do 18 stoljeća grad je značajna pogranična utvrda. Kroz 17 i 18. stoljeće, razdoblje baroka daje novi oblik gradu te započinje gradnja raskošnih građevina, a grad se razvija zahvaljujući nizu sajмова i društvenih događanja. Grad naseljavaju plemićke obitelji, bogati trgovci i ostali imućni ljudi, razvoja je sva snažniji.

Grad prerasta svoje srednjovjekovne granice i širi se prostranom ravnicom. Podižu se prvi perivoji i ladanjska imanja. Zagreb se potvrđuje kao upravno, gospodarsko i kulturno središte Hrvatske.

Gosti shvaćaju destinaciju kao skup proizvoda i usluga važnih za njihov odmor, od atrakcija i turističkih resursa do pratećih službi i svekolike ponude. Kad se govori o izboru mjesta odmora i privlačenja potencijalnih gostiju, više je relevantnih čimbenika koji su važni u borbi za gosta, a tiču se ne samo atraktivnosti, razvoja, imidža i kvalitete

³³ O Zagrebu, Dostupno na: <http://www.Zagreb.hr/default.aspx?id=1081>

³⁴ Zagreb, Dostupno na: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Zagreb#Stanovni.C5.A1tvo>

³⁵ Ibidem.

³⁶ <https://www.infozagreb.hr/o-zagrebu/zagreb-kroz-stoljeca>

destinacije, već cjelokupnog promišljanja sadržaja i upravljanja turističkom destinacijom. „U osnovi marketinškog razmišljanja, cilj svake turističke destinacije jest kako privući što veći broj potencijalnih gostiju u destinaciju, odnosno, kako uspješno prodati svoj turistički proizvod“³⁷ Turističke se destinacije nastoje diferencirati od konkurenata od konkurenata, povećati prepoznatljivost i svijest o destinaciji među ciljanim skupinama kupaca te izgraditi pozitivan imidž. Sam imidž destinacije uglavnom ne nastaje kroz marketinšku komunikaciju. Destinacijski brend se ne provodi poput brendova robe široke potrošnje, on nasljeđuje svoj osnovni sadržaj: krajolik, ljude, kulturu.

Destinacije stoga moraju proniknuti u srž vlastitog identiteta i onoga što ih čini atraktivnim posjetiteljima te konzistentno prenositi tu srž u samu vrijednost branda, kroz svu marketinšku komunikaciju i svoje ukupno ponašanje. Destinacije se svakako mogu i rebrandirati ukazujući na neke prethodno ne naglašavanje elemente vlastitog identiteta grada kao proizvoda koji će izazvati interes među novim ciljanim skupinama posjetitelja.

Razvoj atrakcija i usluga zahtijeva velike količine novca. Turizam nije samo industrija, to je aktivnost organizirana od strane ljudi koji putuju.³⁸ Turističke destinacije nastoje se pozicionirati na tržištu kao atraktivna mjesta sa vlastitim identitetom i zanimljivim proizvodima.³⁹ Turističke atrakcije razlog su posjeta i odabira određene destinacije, u središtu su interesa turista. Podrazumijevaju sve prirodne i društvene elemente koji svojom privlačnošću motiviraju potencijalne turiste da dožive, iskuse ili jednostavno vide „nešto novo“ izvan svoje svakodnevnne okoline. Pokretač su čitavog turističkog sustava kao mehanizma, jer grubo rečeno, da nema atrakcija, ne bi bilo ni turizma. „Turističke atrakcije, potencijalne i realne, turistički su resursi koji mogu privući ili već privlače

³⁷ Jakovljević, M., (2011.),: „*Odnosi s javnošću – vodeća taktika u promociji turističkih regija*“, Acta Turistica Nova, str. 122

³⁸ Mill, R. C., (1990.), *Tourism : the international business*, Englewood Cliffs (New Jersey) , Prentice-Hall, str. 4

³⁹ Weber S., Tomljenović R., *Reinventing a tourism destination : facing the challenge.*, Institute for Tourism, Zagreb, 2004., str. 4

turiste da posjete turističku destinaciju u kojoj se one nalaze“.⁴⁰ Realne turističke atrakcije su one koje su već tržišno valorizirane i potencijalne koje tek treba učiniti dostupnima turistima. Turističke atrakcije se obično generalno dijele na prirodne i društvene.

4.2.1. Trg bana Jelačića

Trg je nastao u podnožju dvaju naselja, Kaptola i Gradeca, uz izvor Manduševac. Gradske vlasti su 1641. godine odredile da će se tu održavati sajmovi.⁴¹ U više navrata trg je mijenjao svoje ime. S obzirom da se je na njemu najprije trgovalo nazvan je Harmica prema mađarskoj riječi za tridesetnicu, carinu koja se ubirala na robu. 1848. godine, još za života bana Jelačića, trg se naziva po njemu. Nakon Drugoga svjetskog rata trg se zove Trg Republike. Staro ime vraćeno mu je 1990. godine.⁴²

Trg bana Josipa Jelačića središnje je mjesto za održavanje društvenih događanja. Spomenik banu Josipu Jelačiću rad je austrijskog kipara Antona Fernkorna. Postavljen je 1866. godine te uklonjen 1947. godine. Nakon peticije građana spomenik se vraća 1990. godine na banov rođendan 16. listopada. Od tada je spomenik orijentiran prema jugu, a ne više prema sjeveru i Mađarskoj kao u originalnom postavu iz 19. stoljeća.⁴³ Fontana Manduševac leži na izvor koji je Zagreb opskrbljivao vodom do kraja 19.st. Naime, jednoga sunčanog dana stari, drevni ban, umoran i žedan, na povratku iz bitke reče lijepoj djevojci Mandi da mu zagrabi vode s izvora. Tako je izvor dobio ime Manduševac, a grad ime Zagreb. U vrijeme dok je voda iz zdenca bila pitka, govorilo se da će se onaj tko se ondje napije vode uvijek vraćati u Zagreb. Danas živi predaja o Manduševcu kao zdencu sreće koji ispunjava želju za novčić.⁴⁴

⁴⁰ Kušen, E, 2002.), *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb, str. 23.

⁴¹ <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/trgovi/trg-bana-josipa-jelacica-54a11ce4b307b>

⁴² <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/trgovi/trg-bana-josipa-jelacica-54a11ce4b307b>

⁴³ <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/trgovi/trg-bana-josipa-jelacica-54a11ce4b307b>

⁴⁴ <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/trgovi/trg-bana-josipa-jelacica-54a11ce4b307b>

4.2.2. Crkva sv. Marka

Kulturna baština odnosi se na spomenike, skupine građevina i lokalitete koji imaju povijesnu, estetsku, arheološku, znanstvenu, etnološku ili antropološku vrijednost.⁴⁵

Crkva Sv. Marka je jedan od najstarijih arhitekturnih spomenika grada Zagreba, a istovremeno je i najstarija župna crkva u gradu. Nalazi se u Gornjem Gradu, na Markovom Trgu. Prvi put u povijesti spominje se tek 1256. godine, no osnovna građa ukazuje na romaničko doba. Današnja crkva Sv. Marka potiče iz 14. i 15. stoljeća, a obnovljena je u 19. stoljeću (Schmidtova obnova), čime Crkva dobiva današnji unutarnji izgled.⁴⁶ Broj oltara mijenjao se je kroz povijest, s obzirom na razdoblje obnove. Crkva je trobrodna, a svaki brod završava apsidom. Dužina crkve je 36 m, a širina 15.5 m.

4.2.3. Zagrebačka katedrala

Oko 1094.godine, nakon osnutka biskupije u zagrebu započeta je gradnja stolne crkve u prelaznom romaničko-gotičkom stilu. Gradnja je trajala prilično dugo i crkva je dovršena tek 1217.godine. Uslijedile su godine u kojima je crkva pretrpjela značajnije štete, no uvijek je obnovljena. Nakon prodora Tatara 1242.godine oštećena je, ali je pod biskupom Timotejem obnovljena u gotskom stilu. Obnova je nastavljena u 14. i 15. stoljeću. U 16. stoljeću katedrala je utvrđena zidinama i kulama, a u 17. stoljeću dobiva svoj masivni renesansni toranj.⁴⁷ Iako su ratna zbivanja i prilike utjecale na oštećenje crkve, najveći udaraca crkva je dobila 1880 godine kada je stradala u potresu. Tada je započeta obnova katedrale u neogotičkom stilu po nacrtima graditelja F. Schmidta i pod vodstvom Hermanna Bolléa.⁴⁸ U ovoj obnovi katedrala dobiva današnji oblika dva tornja,

⁴⁵ Jelinčić A., D., (2008.), Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb, str. 31

⁴⁶ <http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/zagrebacke-posebnosti/crkva-sv-marka/>

⁴⁷ <https://www.zg-nadbiskupija.hr/katedrala/povijest>

⁴⁸ <https://www.zg-nadbiskupija.hr/katedrala/povijest>

visokim krovijem, novim stupovima u svetištu i oltarima koji su zamijenili one barokne iz 18. stoljeća. Umjesto starih grobnica biskupa i velikaša sagrađena je nova grobnica za zagrebačke nadbiskupe iza glavnog oltara. Uz druge velikane, tu počivaju i hrvatski mučenici Petar Zrinski i Fran Krsto Frankopan kojih su kosti ovamo prenesene 1919. godine iz Bečkog Novog Mjesta (Wiener Neu Stadt), Ivan Antun Zrinski, Eugen Kvaternik itd. U njoj su sahranjena i posljednja tri zagrebačka nadbiskupa: stožernici blaženi Alojzije Stepinac, Franjo Šeper i Franjo Kuharić.⁴⁹

22.3.2020. godine grad Zagreb je pogodio snažan potres te je katedrala pretrpjela vrlo značajna oštećenja, temeljem kojih je donesena odluka o nužnosti uklanjanja dijela sjevernog zvonika s obzirom da prijete njegovo urušavanje na stranu katedrale.

4.2.4. Uspinjača

Uspinjača za Gornji grad najstarije je prijevozno sredstvo organiziranoga javnog prijevoza putnika u Zagrebu. Donji grad sa Gornjim Uspinjača povezuje svaki dan od 6.30 do 21.50 sati. Polazak je svakih deset minuta, a cijena jedne vožnje je 5 kuna. U slučaju potrebe putnici mogu naručiti i hitnu vožnju koja košta 25 kuna.⁵⁰ Uspinjača ima dužinu pruge od 66 m i tim je najkraća željeznica na svijetu u funkcije javnog prometa. Gotovo je u cijelosti sačuvala izvorni oblik koji su joj dali graditelji i s toga se smatra zaštićenim spomenikom kulture. Vožnja traje 64 sekunde, a u kabinu se može smjestiti 28 putnika.

4.2.5. HNK

Zgrada hrvatskog narodnog kazališta nalazi se na današnjem Trgu Republike Hrvatske te je okružena brojnim zgradama visoke spomeničke vrijednosti s kraja 19. i početka 20. stoljeća. U jesen 1893. bečka arhitektonska tvrtka Helmer i Fellner poslala je

⁴⁹ <https://www.zg-nadbiskupija.hr/katedrala/povijest>

⁵⁰ <https://www.zet.hr/uspinjaca/detaljnije/403>

nov projekt, a 5. siječnja sklopljen je ugovor o izgradnji nove kazališne zgrade. S radovima se moralo započeti u proljeće 1894. i dovršiti ih do 1. listopada 1895.⁵¹ 1894 godine, u travnju raspisan je natječaj za izvedbene radove. Poslove su dobili pretežno zagrebački obrtnici i tvrtke, a 22.5.1984, započinje gradnja. Trebalo je 4 mjeseca da zgrada bude pod krovom i nakon toga se započinje s unutarnjim uređivanjem. Novo kazalište svečano je otvoreno 14. listopada 1895., kad je u dva sata poslijepodne car Franjo Josip I. na stupiću balkona, pred brojnim Zagrepčanima i gostiju iz svih hrvatskih krajeva, simbolično izveo zadnji udarac srebrnim čekićem što ga je za tu prigodu izradio kipar Robert Frangeš Mihanović.⁵²

4.2.6. Kamenita vrata

Stari Gradac bio je opasan zidinama. Jedna od 4 kule, odnosno vrata su i kamenita vrata. Smatra se da su kamenita vrata jedan od najbolje očuvanih spomenika staroga Zagreba, a njihov oblik datira iz 1760. godine. Kamenita vrata su ostatak utvrde kojom je nekada bio opasan stari grad i premda se spominju od 1429. godine pretpostavlja se da su podignuta još 1266. godine.

Veliki broj turista obilazi ovu lokaciju, jer se smatra jezgrom staroga grada, a ujedno je i dio najvećeg svetišta. Kamenita vrata su najpoznatija kao kapelica Majke Božje od Kamenitih vrata. Slika se časti još od starih vremena, a osobito je poznata od 1731. kada je Zagreb poharan požarom. Navodi se da je ova slika Majke Božje, koja je prije stajala iznad gradskih vrata, nađena čitava i neoštećena usred vatre i pepela – samo okvir je izgorio. Iste je godine, slika postavljena u barokni oltar u udubljenju prolaza Kamenitih vrata. Umjetničku, baroknu, željeznu ogradu oko oltara izradio je godine 1778. zagrebački majstor Ivan Korta⁵³

⁵¹ <https://www.hnk.hr/hr/o-nama/o-zgradi/povijest-zgrade/>

⁵² <https://www.hnk.hr/hr/o-nama/o-zgradi/povijest-zgrade/>

⁵³ <http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/zagrebacke-posebnosti/kamenita-vrata/>

4.2.7. Tunel Grič

Tunel izgrađen u vrijeme NDH (Nezavisne države Hrvatske) 1945. godine kada je služio za zaštitu od bombardiranja. Istu funkciju tunel je imao i za vrijeme domovinskog rata 1991.godine. Kasnije mu se funkcija poprilično izmijenila te je u istom održan prvi rave-party, te se potom sljedećih godina koristio za izložbe, prezentacije, skladištenje.⁵⁴ Dug je 350 m i spaja Radićevu i Mesničku ulicu, a ima 4 izlaza -na Mesničku, Radićevu, Ilicu i Tomićevu. Za turiste je otvoren 2016. godine.

4.3. Ozalj

Grad Ozalj smješten je u Karlovačkoj županiji u njenom sjeverozapadnom dijelu. Grad Ozalj na sjevernom dijelu graniči sa Slovenijom a na zapadu s gradom Karlovcem . Sami grad Ozalj nalazi se uz tok rijeke Kupe s desnim pritocima Dobre.⁵⁵ Područje Ozlja najvećim dijelom je vapnenačkog podrijetla, prekrasnih kraških uvala, špilja i ponora. Šumska vegetacija bogata je na ovom području što omogućava lov, a postoje je i lovačka društva.

Karakteristika ovoga područja je životopisan i raznolik krajolik koji mami turiste. Područje bogato različitim reljefom koje se odlikuje prekrasnim ograncima Žumberka odnosno njegovih planina, plodnom pokupskom ravnicom i jezerom Šljunčara. Stari grad Ozalj smješten je na stijeni iznad Kupe i ponos je i simbol grada Ozlja.⁵⁶

Kraj je također bogat i arheološkim nalazištima, koja također mame turiste. Spomenuta datiraju iz prapovijesti i srednjega vijeka. Neolitična nastamba Lendanske kulture nađena u podrumu starog grada, a sve karakteristike nastambe ostale su sačuvane. Pronađeni su

⁵⁴ <https://www.hotelraca.hr/dogadanje-zagreb/setnja-novouređenim-tunelom-gric>

⁵⁵ Grad Ozalj, Dostupno na: http://www.seoski-turizam.net/gradovi_hrvatske/Grad_Ozalj_seoski_turizam.htm

⁵⁶ Ibidem

ostaci podne obloge od zapečene gline, koštani alat, kuhinjsko suđe koji potječu iz 3000. godine prije Krista. Nađeni su arheološki nalazi iz rimskog doba iz 3. do 6. stoljeća. Pronađeni su novci Cara Valerijana, cara Klaudija, fragmenti rimske keramike Terra Sigillate, i metalna oprema ratnika.⁵⁷

Prethodno spomenuti krajolik i niz prirodnih ljepota, pogodne su za rekreaciju, vožnju biciklom, šetnje, pješačenje i ostale slične aktivnosti. Nad livadama, vinogradima, voćnjacima i šumama za ljubitelje planinarenja i otvorenih, širokih vidika uzdiže se brdo Vodenica, najviši vrh ozaljske općine. Za ugodan odmor Ozalj i okolica nude svježinu rijeka, toplinu sunca, kupanje na Dobri, Kupi ili Šljunčari. Najpoznatija su kupališta u Grdunu na Dobri i samome Ozlju, nasuprot Starome gradu. Na ozaljskom kupalištu može se iznajmiti kanu. Za ljude sportskog duha biti će izazov zaploviti iz Ozlja uzvodno ili nizvodno, otkrivajući izbliza čari Kupe i njezinih, čas strmih, čas pitomih obala.⁵⁸

Za razvoj turizma bilo kojeg oblika, važna je dobra prometna infrastruktura, odnosno povezanost. Karlovačka županija svojim zemljopisnim položajem (središnja Hrvatska, utjecaj kontinentalne i mediteranske klime) stvorena je za cjelogodišnji turizam. Sam prometni položaj županije predstavlja dodatnu prednost: na putu je - kamo kod se uputili!⁵⁹ Područje Grada Ozlja zaprema površinu od 179,37 km² i prostorno je najveća među srednje velikim jedinicama lokalne samouprave na području Karlovačke županije, gdje čini 4,95% sveukupne površine te županije. Ozalj ima osrednji prometni položaj, te mu je to jedna vrlo važna prednost za razvoj turizma. Blizina autoceste, olakšava pronalazak mjesta i sam dolazak u isto. Važno je istaknuti kako se grad nalazi na regionalnoj cestovnoj i željezničkoj prometnici koja povezuje Karlovac preko državne granice s Metlikom u susjednoj Sloveniji.⁶⁰ Područje Grada Ozlja, koje predstavlja znatno veći istočni dio bivše općine Ozalj, nalazi se na krajnjem

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ Aktivni odmor, Dostupno na: http://www.ozalj-tz.hr/aktivni_odmor.asp

⁵⁹ Karlovačka županija, Dostupno na: <http://www.kontinent-turizam.hr/regije.php?p=102>

⁶⁰ Karlovačka i Sisačko moslavačka županija, Dostupno na: http://www.skole.hr/veliki-odmor/sirom-svijeta?news_id=1693

sjeveru Karlovačke županije, unutar koje graniči s 4 jedinice lokalne samouprave i to na zapadu s općinama Žakanje i Ribnik, na jugozapadu s općinom Netretić i na jugoistoku s Gradom Karlovcem, zatim na sjeveroistoku s općinama Žumberak (Kostanjevac) i Krašić te s Gradom Jastrebarsko iz Zagrebačke županije, dok na krajnjem sjeveru i sjeverozapadu s Republikom Slovenijom, po čemu ima značenje pograničnog područja. Zato se u ovom području nalaze međunarodni granični prijelaz Jurovski Brod (izvan područja Grada Ozlja) na međunarodnoj magistralnoj cesti Karlovac - Metlika, državni granični prijelaz Krmačina na regionalnoj cesti Krašić - Vivodina - Metlika te pogranični prijelazi Brašljeвица, Ostriž, Liješće i Brezovica Žumberačka na lokalnim cestama na području Žumberka.⁶¹

Područje Grada Ozlja je nešto izoliranije u prostoru Republike Hrvatske. Nalazi se u pograničnom području i izvan glavnih prometnih tokova, na rubu Karlovačke županije i Središnje Hrvatske. Njega mimoilaze glavni magistralni međunarodni i državni transverzalni i longitudinalni prometni pravci, kao što su uski i spojni "hrvatski prometni koridor", koji povezuje sjeverni, kontinentalni, panonski i srednjoeuropski prostor hrvatske države s hrvatskim jadranskim proćeljem, kao i uski longitudinalni prometni koridor (dužine oko 45 km) kojim su preko Karlovačke regije međusobno povezane Bijela Krajina u Republici Sloveniji i Bosanska krajina u Bosni i Hercegovini. S njima se područje Grada Ozlja povezuje u važnom prometnom čvorištu grada Karlovca, najznačajnijem razvojnom središtu unutar ovog dijela Središnje Hrvatske.

Na području Grada Ozlja prevladavaju sabirne, spojne i priključne cestovne prometnice regionalno - županijskog i lokalnog znaćenja te služe u međusobnom povezivanju pojedinih njegovih dijelova s neposrednim okolnim prostorima ili gradskog središta Ozalj i drugih lokalnih središta s ostalim naseljima na području Grada Ozlja. Među njima su važnija na međunarodnom razvojnom pravcu Karlovac - Mahično - Gornje Pokupje - Mali Erjavec - Ozalj - Kamanje - Jurovski Brod - Metlika i Krašić - Vivodina - Kamanje - Metlika, na regionalnim razvojnim pravcima Ozalj - Vrhovac - Krašić i Mali Erjavec - Svetice - Svetičko Hrašće - Ribnik te na lokalnim razvojnim pravcima Zorkovac - Polje

⁶¹ Grad Ozalj, (2006.)- prostorni plan uređenja grada, ADF d.o.o., Karlovac,

Ozaljsko - Trg – Ozalj (Zaluka), Metlika - Brezovica Žumberačka - Radatovići u pravcu Sošica i dr.⁶²

Zahvaljujući svojem središnjem položaju tim prometnicama je gradsko središte Ozalj udaljeno od pojedinih naselja unutar Grada 1 - 20 km, dok je udaljenost od drugih okolnih važnijih lokalnih središta u njegovom gravitacijskom utjecaju 10 - 20 km (Krašić 9 km, Kostanjevac 18 km, Draganić 15 km, Žakanje 15 km, Ribnik 20 km i Netretić 20 km), odnosno prema gradskim središtima nadlokalnog značenja 18 – 65 km (Karlovac 18 km, Jastrebarsko 35 km i Zagreb 65 km), a prema onima u Republici Sloveniji 15 – 45 km (Metlika 15 km, Črnomelj 30 km i Novo Mesto 45 km).

Prirodne i kulturne vrijednosti Grada Ozlja gotovo nimalo nisu iskorištene u turističke svrhe. Tako je stari grad Ozalj, kao jedna od najznačajnijih destinacija (hotel) dugi niz godina izvan funkcije. Planinsko područje Žumberka (1100 m), dolina Kupe i Dobre, brojni kulturni spomenici, Vivodinsko vinogradarsko područje, reperi su turističke ponude. Blizina golf terena u susjednoj općini Krašić otvara nove perspektive – revitalizaciju Ozaljskog područja. Golf predstavlja značajan faktor za razvitak turizma. Golferima je potreban smještaj i vole odsjedati u hotelima u blizini kojih je više golf igrališta kako bi imali priliku okušati svoju vještinu na što većem broju različitih problema (staza). Nakon igre se okupljaju u Golf kući gdje se druže, razgovaraju i razmjenjuju iskustva.

Postoje različiti modeli investiranja u golf, ovisno o zamisli. Investitor može uložiti novac u smještajne objekte u blizini golf igrališta, u trgovine i druge uslužne djelatnosti ili u proizvodnju opreme za golf, no najčešća i najobimnija investicija je ona u golf igralište. Mjesto budućeg golf igrališta mora biti lako dostupno, mora biti smješteno u lijepom krajoliku, a mora imati i velik broj lijepih dana tijekom kojih može uspješno poslovati. Česte kiše ili duge zime mogu dovesti u stečaj vlasnike igrališta.⁶³

⁶² Ibidem.

⁶³ Petar, S., Razvoj turizma izgradnjom golf igrališta, Dostupno na: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=92121

Isplativost golf igrališta može biti zasnovana na blizini velikim središtima i na velikom broju članova u pripadajućem golf klubu, kao u slučaju kad se igrališta nalaze u blizini velikih gradova. U drugim područjima, gdje ne postoji svakodnevno velik broj igrača koje privlači blizina igrališta, potreban je drugi koncept. Tada investitor privlači ljude ili ponudom kuća i stanova u blizini golf igrališta (tzv. Golf & country club) ili na osnovi njihova boravka u hotelu tijekom njihova odmora. U protivnom, golf igralište neće imati dovoljno posjetilaca, a time niti dovoljno sredstava za poslovanje.⁶⁴

Samo golf igralište bez drugih sadržaja niskoprofitna je investicija. Ono je sredstvo prijenosa, ključ koji otvara vrata drugim investicijama (u graditeljstvu, turizmu, prometu, itd.), jer golf igralište bez okruženja zanimljivog prije i nakon igranja, mjesto je okupljanja samo onih najzagriženijih golfera, koji mašu palicama i dok spavaju. Kao i u svakom drugom sportu, i u golfu je više rekreativaca nego profesionalaca pa im morate ponuditi druge pogodnosti kojima će ispuniti svoje vrijeme prije i nakon partije golfa.⁶⁵

Golf je danas jedan od vodećih simbola zaštite okoliša, očuvanja prirode i povratka zdravom životu. Osim toga, golf igraju ljudi čije su financijske mogućnosti znatno iznad prosjeka. Golf je odličan spoj sporta koji ne narušava prirodu (ne postoje stadioni, betonirane piste ili dvorane) i poslova koji mijenjaju infrastrukturu regija u kojoj se golf igrališta nalaze.

Isplativost golf igrališta može biti zasnovana na blizini velikim središtima i na velikom broju članova u pripadajućem golf klubu. U drugim područjima, gdje ne postoji svakodnevno velik broj igrača koje privlači blizina igrališta, potreban je drugi koncept. Tada bi investitori privlačili ljude ili ponudom kuća i stanova u blizini golf igrališta (golf & country club) ili na osnovi njihova boravka u hotelu tijekom njihova odmora. U protivnom, golf igralište neće imati dovoljno posjetilaca, a time niti dovoljno sredstava za poslovanje. Mjesto budućeg golf igrališta mora biti lako dostupno, mora biti smješteno

⁶⁴ Ibidem.

⁶⁵ Ibidem.

u lijepom krajoliku, a mora imati i velik broj lijepih dana tijekom kojih može godišnje poslovati. Česte kiše ili duge zime mogu vlasnike igrališta dovesti u stečaj.⁶⁶

Atraktivnost prirode i krajobraza, te gospodarska sprega s poljoprivredom (zdrava hrana i specifična regionalna ponuda), tranzit, lovni, izletnički, rekreacijski turizam te uključivanje kulturno-graditeljske baštine okosnica su za razvoj turizma ovog prostora.⁶⁷

4.2.1. Stari grad

Stari grad predstavlja središnji dio Ozlja i njegovo povijesno i kulturno bogatstvo. Unutar zidina, kao i u okolici mjesta, nađeni su prapovijesni, starorimski i srednjovjekovni arheološki nalazi, no prvi povijesni zapis o gradu potječe iz 1244.godine.⁶⁸

S obzirom na dugu povijesnu tradiciju, vlasništvo nad gradom preuzimali su: Babonići, Frankopani; Zrinski, a u 17.st. Ozalj doživljava svoje najsajnije razdoblje, postavši neslužbenom hrvatskom prijestolnicom- u njemu stoluje ban Petar Zrinski, a u kulturnom životu "vlada" ozaljski književno-jezični krug.

Tragičnim smaknućem bana Petra Zrinskog i grofa Frana Krste Frankopana 1671.godine nasilno je prekinut procvat grada. U narednim godinama bilo je pokušaj obnove grada i njegovog duha, ali tek u 18. st. do tada pretežito gotičkom gradu, daje se današnji, barokni izgled.

Unutar staroga grada smještena je zbirka zavičajnog muzeja, barokna župna crkva Sv. Vida (spominje se već 1349.) i "kamena palača" Munjare, stare hidroelektrane iz 1908.god. Uz Ozalj, kao drveno naselje spominje se i Trg, nekoć planski građeno srednjovjekovno selo, zatim Vivodina, dvorci i plemićke kurije u Jaškovu, Zorkovcu, Grdunu, Hrašću, Vrhovcu (Plepelić-dvor), Treščerovcu i Gornjem Pokupju, a u povijesti

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ Stari grad, Dostupno na: http://www.ozalj-tz.hr/stari_grad_ozalj.asp

ovog kraja značajnu kulturnu i gospodarsku ulogu imao je i pavlinski samostan u Sveticama.

4.2.2. Munjara

Stara hidrocentrala, Munjara grada Karlovca, podignuta 1907/8. Kamena neorenesansna palača s krunastom nazubljenim ukrasima i skladnim arkadama.

4.2.3. Etno selo

Etno selo čine kamene kućice pokrivenne slamom, te prateći gospodarski objekti. Za ovaj je kraj karakteristična gradnja u drvu od tesanih greda, s hrvaškim vuglima. Interijeri niskih seljačkih sobica, kuhinja i spremišta odišu prisnošću i dirljivom domaćom toplinom.

4.4. Motovun

Motovun je grad podignut na čunjastom brdu uzdignutom 277 metara višem od morske razine u središnjem dijelu doline rijeke mirne. Ona ovim krajolikom teče na oko 10 m nadmorske visine. Odvajanje od općine Pazin 1993. Godine Motovun je ponovno postao sjedište istoimene općine koja je ovdje djelovala do 1961. Općina Motovun se prostire na 33,59 kilometara četvornih, a prema popisu stanovništva iz 2011 tamo živi 1001 stanovnika.

Na području Motovuna živi većina stanovnika talijanske nacionalne manjine, pa su svi natpisi na zgradi općinske uprave i pločama s nazivima mjesta, ulica i trgova ispisani na hrvatskom i talijanskom jeziku.

U sastavu općine Motovun su sljedeća naselja:

1. Motovun – Montona
2. Brkač- Bercaz

3. Kalir-Caldier

4. Sveti Bartol- San Bartolo

Prvi spomen grada Motovuna nalazimo u listini Rižanskog placita 804. godine, na kojem predstavnici iznose pritužbe na franački upravni, pravni i ekonomski sustav čijim su posjednicima Motovuncima uskraćene dotadašnje povlastice.

4.4.1. Gradiziol

Na ulazu u povijesni dio grada, kao i na ulazu u svaki srednjovjekovni grad nalazi se groblje, jer je srednjovjekovni je duboko religiozan čovjek vjerovao kako duhovi predaka štite njega, njegovu obitelj i cijeli grad i one koji u njemu žive. Postojeće groblje je izgrađeno 1818. A u isto vrijeme je na njegovom ulazu podignuta crkva Sv. Margaret.

4.4.2. Gradske zidine

Motovun je 1962. zaštićen kao povijesno-urbanistička cjelina, a 2007. Uvršten je u UNESCO-vu pristupnu listu svjetske baštine. Osim niza znamenitih objekata u gradu pozornost namjernika i stručnjaka privlače gradske zidine, koje se ubrajaju među najsačuvanije srednjovjekovne fortifikacijske sustave u ovome dijelu Europe. Najranije sačuvane motovunske fortifikacije, danas uklopljene u postojeće zidine, sežu u doba romanike 11. i 12. St.

Početakom 15.st. Motovun je već uobličen u gotičku utvrdu s novim gradskim vratima podignutim 1378. godine.

4.4.3. Komunalna palača

Najstariji sačuvani fortifikacijski elementi nalaze se na Komunalnoj palači, a potječu iz 13 st. Palača je najvećim dijelom izgrađena 1248 a u tom je razdoblju uz javnu funkciju

kao gradska vijećnica služila i gradu kao važan dio obrane. Motovunska komunalna palača najsličavnija je romanička javna građevina u Istri i Hrvatskoj.

4.4.4. Lapidarij

U prolazu pod svodom kule uređen je 1931. godine lapidarij u kojemu su izloženi rimski nadgrobni spomenici „stele“ najvećim dijelom pronađene na području nedaleke Karojbe gdje se je nalazio rimski vojni logor. U gradu se nalaze na zgradama i u crkvama 104 isklesana grba, a među njima se izdvaja 13 Mletačkih lavova, što je najveći broj takvih grbova u gradu izvan Venecije.

4.4.5. Povijesna mjesta grada Motovuna

Trg Josefa Resselaa nazvan po šumaru i izumitelju koji je u Motovunu djelovao u 19. stoljeću. On je sa tri strane zatvoren zgradama, a zapadna mu je strana otvorena prema dolini rijeke Mirne i prema predivnom pogledu koji se pruža s jedne i druge strane doline, sve do mora. Sa sjeverne strane pristup trgu štitila su gradska vrata (bastion) iz 16.-og stoljeća, čiji je donji dio uređen kao prolaz. **Glavna gradska vrata** koja s donjeg trga u citadelu, pružala je sigurnost građanima i priječila zavojevaču ulaz u grad. Danas se u njima mogu vidjeti spomenici iz rimskog doba, srednjovjekovne natpisi te grbovi, ali također i grbovi nakon srednjeg vijeka srednjovjekovnih natpisa, srednjovjekovni grbovi i grbovi iz kasnijih razdoblja. Na trgu je također smještena **lođa** koja je bila važno mjesto starog Motovuna. nasuprot novih vrata nalazi se lođa. Tu su se u povijesti građanima objavljivale odluke, presude i sl. U današnjici, lođa je jedna od popularnih lokacija za fotografirati dobru sliku zahvaljujući svom predivnom pogledu na krajolik uz očaravajući zalazak sunca.

U Motovunu se nalaze dvije crkve. **Župna Crkva Svetog Stjepana** sagrađena je na mjestu starije, najvjerojatnije romaničke crkve, a ova vjerojatno na temeljima antičke bazilike. Dok je **Crkva Djevice Marije od Servita** dio samostana koji su 1580. Počeli graditi motovunski franjevci konventualcima 1584. dovršili „Redovnici Službenici Blažene Djevice Marije“ poznati i kao serviti. U sklopu crkve nalazi se Motovunski

zvonik koji dominira cijelim krajolikom srednjeg dijela toka rijeke Mirne visok je 27 metara a izgrađen j u 13.st. kao glavna kula i osmatračnica.

Palača Polesini koja je prekrivena širokim krošnjama kestena na gornjem trgu. Datira iz 18. St, a danas u njoj djeluje Hotel Kaštel. Pred palačom je grlo cisterne iz 1322 a uz grb obitelji Molini nalazi se i najstariji grb Motovuna.

5. FRANCUSKI POVIJESNI GRADOVI KAO TURISTIČKE DESTINACIJE

5.1. Pregled najznačajnijih povijesnih gradova u Francuskoj

Francuska je jedna od najmoćnijih zemalja svijeta i ima vrlo dugu povijest. Postoje povijesni dokazi da su naši davni preci nastanjivali područje današnje Francuske od prije 1,6 milijuna godina. Dok su različita pretpovijesna plemena živjela oko Francuske nekoliko stoljeća, većina najstarijih gradova u zemlji prati svoju povijest od grčkih moreplovaca i keltskih plemena počevši oko 7. stoljeća pr.

Svaki pojedini povijesni grad na ovom popisu naselili su ili Kelti ili Grci, a zatim Rimljani. Mnogi od ovih gradova također su služili kao prijestolnice Francuske u različitim vremenima, a također su bili važni za Sveto Rimsko Carstvo i katoličko papinstvo. Danas su svi ti gradovi na neki način važni za Francusku, služeći kao glavna povijesna, kulturna, politička i gospodarska središta. Iako je Calais najvjerojatnije već bio naseljen prije dolaska Rimljana negdje u 1. stoljeću prije Krista, njegova najranija poznata povijest datira samo iz tog vremena kada je rimsko naselje bilo poznato kao Caletum.

Strateški položaj Calaisa, s pogledom na Doverski tjesnac (najužu točku u La Mancheu), učinio je Calais savršenim mjestom za razne vladare za pokretanje vojnih kampanja. Na primjer, Julije Cezar okupio je 800 do 1000 jedrenjaka, pet legija i oko 2000 konja u Calaisu da napadnu Britaniju. Osim toga, Calais je bio opsjedan (i uspješno i neuspješno) mnogo puta kroz svoju povijest u 14., 15., 16. i 20. stoljeću.

Ime Bordeaux vjerojatno je poznato svima koji uživaju u čaši dobrog crnog vina. Poznato vino je dobilo ime po gradu/regiji Bordeaux, koji se nalazi na zavoju rijeke Garonne. Položaj Bordeauxa – koji je savršeno smješten između Atlantskog oceana, Sredozemnog mora i Pirenejskog poluotoka – pruža sve prave uvjete za proizvodnju visokokvalitetnog vina.

Zbog svog strateškog položaja Bordeaux je oduvijek bio važan grad. Bordeaux su prvi naselili Bituriges Vivisci, keltsko pleme, negdje u 4. stoljeću prije Krista. Nazvali su svoje naselje Burdigala, a 60. godine prije Krista naselje je palo pod Rimsko Carstvo. Rimljani su Bordeaux brzo pretvorili u važno trgovačko središte i zasadili prve vinove loze, čime su uspostavili vinsku kulturu regije. Bordeaux je sada jedan od svjetskih lidera u vinskoj industriji, a vinska ekonomija regije svake godine donosi oko 14,5 milijardi eura (16,168,660 USD). Kao jedan od najstarijih gradova Francuske, Bordeaux je na UNESCO-vom popisu svjetske baštine i može se pohvaliti drugim najvećim brojem očuvanih povijesnih građevina u Francuskoj, odmah iza Pariza.

Povijest Toulona počinje dolaskom Feničana u 6. do 5. stoljeću prije Krista. Sa svojim položajem na obali Sredozemnog mora, Toulon je oduvijek bio veliki lučki grad duž važnih trgovačkih putova. Nakon Grka, u Toulon su se naselili Rimljani koji su svoje novo naselje nazvali Telo Martius. Kada je Provansa, regija čiji je Toulon dio, postala dijelom Francuske u 15. stoljeću, kralj Karlo VII pokušao je pretvoriti Toulon u stratešku vojnu luku koju će koristiti protiv Italije. Međutim, njegove napore osujetili su Talijani koji su kontrolirali trgovinu u tom dijelu Sredozemlja. Naposljetku, Toulon je postao strateška vojna lokacija tijekom raznih razdoblja francuske povijesti.

Avignon je poznat po svojoj povijesti kao glavni grad katoličkog papinstva u 14. stoljeću. Međutim, povijest ovog malog grada seže mnogo dalje u prošlost, barem do 6. stoljeća prije Krista. Dok najraniji dokazi o stalnim naseljima u Avignonu datiraju iz 6. stoljeća prije Krista, nekoliko artefakata koji datiraju iz neolitika, oko 4000. godine prije Krista, otkriveno je nedaleko od grada. Stoga nitko sa sigurnošću ne zna kada je Avignon prvi put trajno naseljen.

5.2. Analiza odabranih povijesnih gradova u Francuskoj – Paris

Povijest Pariza seže otprilike u 259. pr. Kr., s Parisiima, keltskim plemenom koje se naselilo na obalama Seine. Godine 52. pr. Kr. ribarsko selo osvojili su Rimljani, osnovavši galsko-rimski grad pod nazivom Lutetia. Grad je promijenio ime u Pariz tijekom četvrtog stoljeća. U tom razdoblju grad je bio ugrožen od Atila Huna i njegove vojske, a prema legendi, stanovnici Pariza su odoljeli napadima zahvaljujući providonosnoj intervenciji svete Geneviève (svetice zaštitnice grada).

Godine 508. prvi franački kralj, Klodvig I., učinio je Pariz glavnim gradom svog carstva. Godine 987. na vlast je došla dinastija Kapeta do 1328. godine. Tijekom jedanaestog stoljeća Pariz je postupno postajao sve bogatiji zahvaljujući trgovini srebrom i zato što je bio strateška ruta za hodočasnike i trgovce.

Početak dvanaestog stoljeća, zahvaljujući ustancima studenata i profesora, osnovano je prvo sveučilište u Francuskoj. Luj IX je imenovao kapelana, Roberta de Sorbona, da osnuje Koledž, koji je kasnije po njemu nazvan Sorbona.

Tijekom četrnaestog stoljeća u Parizu su se dogodila tri ustanka: prvi, 1358., kada je Étienne Marcel poveo pobunu trgovaca. Drugi je bio porezni nemir poznat kao Maillotov ustanak 1382., a treći je bio Cabochienski ustanak 1413. Ti su nemiri bili dio Stogodišnjeg rata. Osim toga, glavni grad Francuske, koji je 1328. bio najnaseljeniji grad u Europi, pogodila je bubonska kuga, usmrтивši tisuće Parižana. Nakon Stogodišnjeg rata, Pariz je bio razoren i Ivana Orleanska nije mogla spriječiti Britance da zauzmu Pariz. Godine 1431. Henrik VI od Engleske okrunjen je za kralja Francuske, a Englezi su otišli tek 1436.

Grad je nastavio rasti tijekom sljedećih stoljeća, iako su monarsi radije živjeli u dolini Loire. Godine 1528. kralj Franjo I. vratio je kraljevsku rezidenciju u Pariz i grad je postao najveći u zapadnoj Europi.

Dana 24. kolovoza 1572., kraljevsko vijeće odlučilo je ubiti vođe protestanata (Hugonote), što je dovelo do toga da katolička rulja kolje protestante u Parizu. Poznat kao

masakr na Dan svetog Bartolomeja, proširio se iz Pariza na ostatak zemlje tijekom sljedećih mjeseci. Margareta od Valoisa, sestra kralja Karla IX., iste se godine udala za Henrika Navarskog (poglavara dinastije hugenota), dok je Henrik III. pokušavao pronaći rješenje za sukobe između katolika i protestanata. Međutim, 1588. francuski katolici natjerali su Henryja III u bijeg na takozvani Dan barikada i ubili ga godinu dana kasnije. Naslijedio ga je Henrik od Navare, postavši kralj Henrik IV. Desetljeće kasnije, Henrik IV odlučio je prijeći na katoličanstvo i okrunjen je za kralja Francuske 1594. godine.

Godine 1648. održan je drugi Dan barikada kada su se Parižani suprotstavili kralju zbog užasne razine siromaštva. Bio je to početak dugog ustanka zvanog Fronde parlementaire, niza građanskih ratova koji su se odvijali u Francuskoj između 1648. i 1662. Petnaest godina kasnije, kralj Luj XVI. preselio je kraljevsku rezidenciju u Versailles.

Kao posljedica Fronde, siromaštvo se proširilo Parizom. U tom razdoblju dolazi do eksplozije prosvjetiteljskog filozofskog pokreta, čija se načela temelje na razumu, jednakosti i slobodi. Filozofi i pisci poput Voltairea, Rousseaua, Diderota i Montesquieua poticali su prosvjetiteljstvo, stvarajući potrebu za društveno-ekonomskom jednakošću koja je dovela do revolucije i pada monarhije božanskog prava.

Dana 14. srpnja 1789. Parižani su zauzeli Bastille, simbol kraljevske vlasti, a 3. rujna 1791. stvoren je prvi pisani ustav koji je odobrio kralj Luj XVI. Kralj i ministri činili su izvršnu vlast, a monarh je imao pravo suspenzivnog veta na zakone koje je odobrila Nacionalna skupština. Dana 10. kolovoza 1792. Parižani su napali palaču Tuileries i Nacionalna skupština suspendirala je ustavna prava kralja. Novi parlament ukinuo je monarhiju i proglasio Republiku. Kao posljedica toga, 17. kolovoza 1795. odobren je novi ustav koji daje izvršnu vlast direktoriju.

Novi ustav nisu prihvatile monarhijske skupine i jakobinci. U Parizu se dogodilo nekoliko ustanaka, ali ih je vojska sve ugušila. Ipak, 9. studenoga 1799. vojska nije uspjela slomiti državni udar koji je predvodio Napoleon Bonaparte, kojim je svrgnut Direktorij i zamijenjen Konzulatom, a Napoleon je bio prvi konzul. Tijekom sljedećih petnaest

godina Napoleon je proširio Place du Carrousel, izgradio dva Slavoluka pobjede, stup, nekoliko tržnica, parišku burzu i nekoliko klaonica.

Napoleonski ratovi – a s njima i Napoleonovo Carstvo – završili su 20. studenoga 1815., nakon što je Napoleon poražen u bitci kod Waterlooa i potpisan je drugi Pariški ugovor 1815. godine. Nakon što je Napoleon poražen, Francuska je iskusila veliku političku neizvjesnost sve dok Napoleonov nećak nije organizirao državni udar 1851. i postao car Napoleon III. Tijekom sljedećih sedamnaest godina, Napoleon III promovirao je urbani razvoj grada. Tijekom tog razdoblja i s barunom Haussmannom kao pariškim prefektom, grad je promijenio svoju urbanu strukturu, obnovio središte, srušio svoju utvrdu i proširio gradsko područje.

Dana 28. siječnja 1871. Pariz su osvojile pruske trupe, a nekoliko godina kasnije (potkraj 1800.) proglašena je Treća republika. S novom vladom, za grad je započela era gospodarskog rasta, promičući 1889. izgradnju Eiffelovog tornja, svjetskog simbola Pariza.

5.2.1. Eiffelov toranj

Izgrađen 1889. za Exposition Universelle, Eiffelov toranj (Tour Eiffel) postao je glavni simbol Pariza. To je ujedno i najposjećenija atrakcija na svijetu.

Eiffelov toranj je toranj od kovanog željeza visok 1063 ft (324 m). Dizajniran je za Exposition Universelle, svjetski sajam održan u Parizu 1889. Trenutno je najpoznatiji simbol Pariza. Dva viša inženjera koji su radili za arhitekta i inženjera Gustavea Eiffela dizajnirali su toranj, koji je zatim odobrio Eiffel i predložio ga kao središnje mjesto za svjetsku izložbu održanu u glavnom gradu Francuske, Exposition Universelle 1889. Nakon odobrenja, 250 građevinara angažirano je za izgradnju spomenika čija je izrada trajala više od dvije godine.

U početku je Eiffelov toranj bio predmet kontroverzi. Umjetnici tog razdoblja spomenik su smatrali monstruoznim, a s obzirom na njegovu slabu isplativost, u nekoliko je navrata sugerirano da ga sruše. Tijekom Prvog svjetskog rata neprijateljske poruke presretane su

zahvaljujući radiotelegrafskom centru u tornju. Trenutno je Eiffelov toranj najposjećeniji spomenik na svijetu s više od 7 milijuna posjetitelja godišnje. To je djelomično zbog popularnosti Pariza kao turističkog odredišta.

5.2.2. Muzej Louvre

Otvoren krajem osamnaestog stoljeća, Louvre je najpoznatiji muzej u zemlji i jedan od najposjećenijih u svijetu. Trenutno prima više od 8 milijuna posjetitelja svake godine. Prikazujući zbirku umjetnina francuskog monarha i rezultat pljačke koja je izvršena tijekom Napoleonova Carstva, muzej Louvre otvoren je 1793. Od svog otvorenja, muzej je bio besplatan za javnost nekoliko dana u tjednu i smatran je revolucionarnim zbog svog vrijeme. U palači Louvre nalazi se najveći muzej na svijetu. Tvrđava iz dvanaestog stoljeća dograđivana je i obnavljana nekoliko puta kroz stoljeća. Prije nego što je otvorena kao muzej, kralj Charles V. i Philippe II. odabrali su ovu palaču za svoju rezidenciju, ukrašavajući je svojim sve većim zbirkama umjetnina.

Kada se kraljevska obitelj preselila u Versailles, impresivna zgrada ukupne površine 160.000 četvornih metara pretvorena je u jedan od najvažnijih muzeja na svijetu. Staklena piramida, koja je trenutno glavni ulaz u muzej, izgrađena je u glavnom dvorištu palače 1989. godine, probijajući monotoniju vanjskog izgleda Louvrea.

Stalna zbirka Louvrea sadrži gotovo 300.000 umjetničkih djela koja datiraju prije 1948., od kojih je samo 35.000 vidljivo javnosti. Ogromna zbirka organizirana je po temama u različitim odjelima: odjel istočnih starina, odjel egipatskih starina, odjel grčkih starina te rimski i etruščanski odjel. Muzej također uključuje dio o povijesti stvarne palače, uključujući Louvre tijekom srednjeg vijeka, islamsku umjetnost, slike, skulpture i grafiku.

Ovo su neke od najimpresivnijih izloženih slika:

1. Mona Lisa Leonarda da Vincija
2. Sloboda predvodi narod, Eugène Delacroix
3. Vjenčanje u Kani Paola Veronesea

Najpoznatije skulpture su:

1. Venera Miloska, starogrčki kip.
2. Sjedeći pisar, staroegipatska skulptura.
3. Krilata pobjeda sa Samotrake, helenistička skulptura

5.2.3. Katedrala Notre Dame

Posvećena Djevici Mariji, Notre-Dame de Paris jedna je od najstarijih gotičkih katedrala na svijetu i jedna od najpoznatijih. Njegovi tornjevi pružaju nevjerojatan pogled na Pariz. Sagrađena između 1163. i 1245. na Île de la Cité, Notre Dame de Paris jedna je od najstarijih gotičkih katedrala na svijetu. Ime katedrale na engleskom znači 'Naša Gospa', a posvećena je Blaženoj Djevici.

Tijekom posljednjih osam stoljeća zgrada katedrale je više puta obnavljana i restaurirana. Najznačajnija obnova dogodila se 1845. godine i trajala je dvadeset i pet godina. Tijekom ove obnove zamijenjeni su leteći podupirači, obnovljena je kapela, dodani su kipovi i postavljena nova rozeta. U Notre Dameu su se dogodili odlučujući događaji, uključujući krunidbu Napoleóna Bonapartea, proglašenje blaženom Ivane Orleanske i krunidbu Henrika VI od Engleske.

Dana 15. travnja 2019. katedrala je pretrpjela ozbiljan požar, uzrokujući ozbiljnu štetu na krovu i igli glavnog tornja.

Katedrala ima dva tornja visoka 226 stopa (69 metara) na svojoj fasadi. Posjetitelji se mogu popeti na vrh i, osim veličanstvenog pogleda na Pariz, možete posjetiti zvonik u kojem je živio Grbavac Notre Dame i vidjeti višestruke gargojle u katedrali. Pristup za penjanje na dva tornja katedrale nalazi se na sjevernom tornju (rue du Cloître), a posjetitelji će se morati popeti uz 387 strmih stepenica, budući da katedrala nema dizalo. Kako biste preskočili ponekad beskrajne redove, preporučujemo da preuzmete aplikaciju

JeFile i rezervirate okvirno vrijeme posjete online. Ili ako želite možete također koristiti strojeve u katedrali.

5.2.4. Slavoluk pobjede

Slavoluk pobjede simbol je glavnog grada Francuske i predstavlja razne pobjede francuske vojske pod Napoleonom, koji je naručio njegovu izgradnju. Slavoluk pobjede je, uz Eiffelov toranj, jedan od glavnih simbola Pariza. Visok je 146 stopa (50 metara), širok 148 stopa (45 metara) i dubok 72 stope (22 metra). Spomenik predstavlja sve francuske vojne pobjede u Napoleonskim ratovima. Dizajnirao ga je Jean-François Chalgrin, a gradnja Arke trajala je trideset godina. Naručio ju je Napoleon 1806. godine na kraju bitke kod Austerlitz, a svečano ju je otvorio kralj Louis-Philippe. Slavoluk pobjede star dva stoljeća svjedočio je najvažnijim prekretnicama u gradu, uključujući Napoleonov sprovod 15. prosinca 1840., pobjedničku paradu u Prvom svjetskom ratu 1919. i paradu "Dan pobjede" kojom se slavi kraj svjetskog rata II 1944. godine.

U podnožju luka nalazi se Grobnica nepoznatog vojnika, podignuta 1921. S gorućim plamenom, predstavlja sve francuske vojnike koji su poginuli tijekom Prvog svjetskog rata i nikada nisu identificirani.

Svaki od četiri stupa predstavlja važne pobjede, poput francuskog otpora tijekom rata Šeste koalicije 1814., Pariškog sporazuma 1815., Marseljeze i Schoenbrunnskog sporazuma 1810.

5.2.5. Latinska četvrt u Parizu

Latinska četvrt (Quartier Latin) nalazi se južno od Île de la Cité i jedno je od najživljih i najprometnijih područja Pariza. Područje je nazvano "Quartier Latin" tijekom srednjeg vijeka, kada su studenti Sveučilišta La Sorbone, stanovnici ove četvrti, koristili latinski kao jezik učenja. Od srednjeg vijeka pa sve do danas studenti koji žive u Latinskoj četvrti imali su veliki utjecaj na ostatak grada. Tijekom devetnaestog i dvadesetog stoljeća

studenti su organizirali pokrete od velike političke važnosti kao što je pobuna u svibnju 1968., opći štrajk koji je gotovo srušio tadašnju francusku vladu.

5.2.6. Panteon

Panthéon je bio prvi amblemski spomenik u glavnom gradu Francuske. Ustanovljen je prije drugih velikih spomenika poput Eiffelovog tornja. Panthéon je bio prvi veliki spomenik u Parizu. Izgrađena je prije Slavoluka pobjede i Eiffelovog tornja i bila je prva zgrada koja je pružala panoramski pogled na glavni grad Francuske. Nalazi se u Latinskoj četvrti, u neposrednoj blizini Luksemburškog vrta. Panthéon je sagrađen između 1764. i 1790., prvo ga je dizajnirao Jacques Germain Soufflot, a kasnije Jean Baptiste Rondelet. Panthéon je stvoren s namjerom da spoji jednostavnost gotičke arhitekture s veličanstvenošću grčke arhitekture. Tijekom devetnaestog stoljeća i ovisno o političkom režimu, Panthéon je korišten ili kao vjerska ili kao patriotska građevina. U doba Treće republike i koincidirajući s pogrebom Victora Hugoa, nekropola Panthéona korištena je za pokapanje slavnih francuskih građana.

5.2.7. Champs-Élysées

Champs-Élysées je duga 1,2 milje (1,9 km) i najljepša je i najpoznatija avenija u Parizu. Povezuje Arc de Triomphe s Place de la Concorde i smatra se jednom od najpoznatijih svjetskih komercijalnih ulica. Porijeklo Champs-Élysées može se pratiti do 1640. godine kada je raščišćen prostor za sadnju drvoreda, koji će kasnije postati avenija. Naziv se prevodi kao "Elizejska polja" iz grčke mitologije, što znači počivalište grčkih bogova i mrtvih heroja, slično kršćanskom raj.

Godine 1724. avenija je proširena i poprimila je sadašnju veličinu, a 1994. grad je obnovio pločnike ulice, čime su Champs-Élysées znatno poboljšani. Danas su njegove zgrade luksuzne trgovine, kafići i uredi, idealni za kupovinu ili šetnju jednom od najljepših gradskih avenija. Champs-Élysées također je poznat u cijelom svijetu, posebno među ljubiteljima sporta, jer je to mjesto posljednje etape Tour de Francea.

Avenija je podijeljena na dva dijela. Donji dio, najbliži Place de la Concorde, prolazi kroz park s imponantnim građevinama kao što su Palais de la Découverte (Palača otkrića), Petit Palais i Grand Palais. Viši dio Champs-Élysées počinje na mjestu Charles de Gaulle, gdje se nalazi veličanstveni Slavoluk pobjede s brojnim luksuznim trgovinama, restoranima, kinima i velikim robnim kućama. Champs-Élysées završava na suprotnoj strani od Slavoluka pobjede, gdje avenija de la Grande Armée vodi do Grande Arche de la Défense i četvrti La Défense. S Grande Arche posjetitelji imaju nevjerojatan pogled na Champs-Élysées.

5.2.8. Palača Versailles

Palača Versailles imponantna je kraljevska palača s preko 1974,84 hektara vrta. Château de Versailles spaja povijest i kulturu i jedno je od najpopularnijih odredišta u blizini Pariza. Palača Versailles, koju je UNESCO proglasio svjetskom baštinom prije više od trideset godina, jedna je od najpoznatijih palača u svijetu. Putnike ne privlači samo njezina veličanstvena arhitektura i beskrajni vrtovi, već i otkrivanje palače koja je bila toliko značajna tijekom povijesti Francuske. Kralj Luj XIV transformirao je i proširio paviljon i lovište svog oca Luja XIII u selu Versailles. Godinama kasnije, 1682., dvor i vlada preseljeni su u palaču Versailles. Od tada pa sve do Francuske revolucije, različiti monarsi neprestano su poboljšavali palaču. Vrtovi su projektirani 1661. godine. Međutim, dovršeni su tek četrdeset godina kasnije. Izgradnja je trajala gotovo četiri desetljeća jer je dio zemlje bio često plavljen, a ostatak je bila gusta šuma, pa je bila potrebna pomoć tisuća ljudi da unesu zemlju i pravu floru. Godine 1789. kraljevska se obitelj vratila u glavni grad, a dvorac je postao Muzej povijesti Francuske.

5.2.9. Turisti

Turizam u Parizu i regiji Ile-de-France ponovno je porastao 2022. s više od 44 milijuna posjetitelja. Broj posjetitelja i dalje je manji za 13% u usporedbi s 2019., navodi se u priopćenju regionalnog odbora za turizam Paris Ile-de-France. Što se tiče posjeta, najveći udio čine francuski državljani iz drugih zemalja, koji broje oko 24,7 milijuna turista. Slijede Amerikanci (2,4 milijuna), Britanci (2 milijuna), Španjolci (1,5 milijuna) i Talijani (1,5 milijuna). Belgijanci su također bili među najboljim nacionalnostima, s 1,2 milijuna posjetitelja. Turisti su ostvarili 19,6 milijardi eura prihoda tijekom 2022. (+134% u usporedbi s 2021. i -10% u usporedbi s 2019.). Unatoč njihovom manjem broju, većina prihoda (12 milijardi eura) došla je od međunarodnih posjetitelja.⁶⁹

5.3. Bordeaux

Trenutačno se u Bordeauxu nalazi više od 350 zgrada koje su priznate kao povijesni spomenici (Monuments Historiques) na nacionalnoj ili regionalnoj razini, uključujući tri vjerska kompleksa koji su od 1998. godine na popisu svjetske baštine i uključeni su u kategoriju Ruta Santiago de Compostela. Bordeaux je po tome jedinstven, što se vidi po opsegu UNESCO-ovog popisa perimetra: ukupno 1810 hektara, što je skoro polovica veličine grada. Cijeli grad Bordeaux, kao i područja koja se protežu pored "les boulevards" (unutarnja gradska obilaznica) i osam susjednih komuna, svi se smatraju dijelom zone čija je povijest "od kulturnog značaja" Vlada.

Zbog svog statusa glavnog grada poznate vinorodne regije i značaja svoje luke u regionalnoj i globalnoj trgovini, Bordeaux, poznat kao luka Mjeseca, izvanredan je primjer razmjene ljudskih vrijednosti koja obuhvaća više od dvije tisuće godina. Od

⁶⁹ <https://www.brusselstimes.com/417329/paris-remains-most-visited-city-in-the-world-with-44-million-tourists-in-2022>

rimskog doba do 20. stoljeća grad je prolazio stalna proširenja i pregradnje koje su dovele do njegovog urbanog oblika i arhitekture. Grad je izvrstan primjer klasičnih i neoklasičnih stilova, a urbanistički planovi i arhitektonske cjeline koji datiraju od ranog 18. stoljeća naovamo daju mu veliko urbano i arhitektonsko jedinstvo i koherentnost.

Najpoznatije atrakcije:

1. Cathédrale Saint-André
2. Le Grand Théâtre
3. Mjesto de la Bourse
4. Basilique Saint-Seurin
5. Basilique Saint-Michel
6. Musée des Beaux-Arts
7. Musée d'Aquitaine
8. Esplanade des Quinconces
9. Palais Gallien
10. Tour Pey Berland
11. Pont de Pierre
12. Croiseur Colbert
13. Grosse Cloche
14. Musée des Arts Décoratifs

5.3.1. Vrata Cailhaua

Na obalama rijeke Garonne nalaze se vrata Cailhau u Bordeauxu, jedna od najprepoznatljivijih znamenitosti grada. Ova imponantna vrata, koja su izgrađena u 17. stoljeću kao posveta kralju Luju XIV., predstavljaju grad. Vrata Cailhau poznata su po svom zadivljujućem renesansnom dizajnu, koji je ukrašen skulpturama i reljefima koji prikazuju povijest grada. S njegovog se tornja mogu vidjeti zadivljujuće panorame povijesne četvrti i rijeke Garonne.

5.3.2. Place de la Bourse

Place de la Bourse u Bordeauxu iz 18. stoljeća jedan je od najvećih francuskih primjera neoklasične arhitekture. Uz zadivljujuću zgradu Burze, poznat je po velikoj fontani Tri Gracije, konjaničkom spomeniku Luja XV. i drugim arhitektonskim obilježjima.

Trgovačka i industrijska komora Bordeauxa trenutno je smještena u zgradi. Trg, s druge strane, služi kao središte posjetitelja i lokalnog stanovništva. To je bez sumnje jedno od najpopularnijih mjesta za fotografiranje u gradu.

5.3.3. Kameni most

Jedna od građevina u gradu, Kameni most Bordeaux povezuje dvije strane rijeke Garonne. Ovaj most, izgrađen u 18. stoljeću, jedna je od najprepoznatljivijih znamenitosti grada. Njegovih 17 lukova i neoklasični stil pružaju zapanjujuću perspektivu grada i rijeke Garonne.

To je omiljeno mjesto za fotografe, osobito u sumrak kada sunce zađe i svjetlost se reflektira od rijeke stvarajući prizor koji oduzima dah.

5.3.4. Château de Bordeaux

Jedna od najimpresivnijih građevina u gradu je katedrala sv. Andrije. Izgrađen je između 12. i 18. stoljeća i nalazi se u povijesnoj jezgri. Ubraja se među najznačajnije francuske primjere crkvene arhitekture.

Može se pohvaliti upečatljivom fasadom i 80 metara visokim tornjevima blizancima koji su vidljivi iz cijelog grada. Unutra se mogu naći mnoga umjetnička djela i vitraji, uključujući jednu od najvećih ružičastih prozora u Europi.

5.3.5. Place de la Comédie

Place de la Comédie, koji se nalazi u povijesnom središtu Bordeauxa, jedan je od najznačajnijih i najprometnijih trgova u gradu. Ova veličanstvena građevina, izgrađena u 18. stoljeću, vrhunska je ilustracija francuskog neoklasicizma. Place de la Comédie poznat je po svojoj veličanstvenoj središnjoj fontani, koja je okružena ukusnim neoklasicističkim građevinama koje sadrže kazališta, restorane, kafiće i trgovine. I posjetitelji i stanovnici često posjećuju ovo poznato mjesto kako bi popili kavu ili piće dok promatraju aktivnosti na trgu.

5.4. Avignon

Srednjovjekovni grad Avignon, koji služi kao fantastična baza za posjet Provansi, zadivljuje svojom veličanstvenom papinskom palačom. Sedam papa živjelo je u Palais de Papes, koja je na UNESCO-vom popisu svjetske baštine, od 1309. do 1377. To je dokaz bogatstva i utjecaja kršćanstva u to vrijeme. Osim svojih prekrasnih mjesta svjetske baštine UNESCO-a, Avignon ima puno toga za ponuditi turistima. Ovaj grad je poznat kao središte kulture i umjetnosti. Posjećivanje festivala jedna je od najpopularnijih stvari u Avignonu tijekom cijele godine, od dobro poznatog Jazz festivala ljeti do tipičnog božićnog sajma u prosincu.

Place de l'Horloge u središtu Avignona okružen je sjenovitim stablima i vrvi kafićima u kojima gosti sjede i uživaju u krajoliku.

5.4.1. Palais de Papes

Ova veličanstvena palača, koja je UNESCO svjetska baština, služila je kao najznačajnija građevina kršćanstva tijekom 14. stoljeća kada je papa Klement V. prenio papinski dvor iz Rima u Avignon. Unutrašnjost se može istražiti tijekom obilaska tako da možete posjetiti 20 javnih prostorija. Dekor prenosi veličinu prostora čak i ako je većina predmeta

nestala. Oko središnjeg dvorišta izgrađene su velike dvorane, stubišta, spavaće sobe i crkve.⁷⁰

Dvorana za bankete Grand Tinel, kapele Saint Martial i Saint John, koje sadrže dobro očuvane freske koje je naslikao talijanski umjetnik Matteo Giovanetti, te Velika kapela Klementine, velika jednobrodna crkva u kojoj su se održavale službene ceremonije, među vrhuncima su. Ogromni Fenêtre de l'Indulgence (Prozor uživanja), koji gleda na Veliko dvorište, ima ulaz iz Velike kapele. Papa je s ovog prozora blagoslivljao pobožni narod. Jedna od najprepoznatljivijih znamenitosti Avignona, ova elegantna građevina iz 13. stoljeća jedna je od najboljih stvari koje možete učiniti u Avignonu.

5.4.2. Pont Saint-Bénézet

Most Saint Bénézet vrijedan je pažnje. Poznata je pjesma ("Sur le Pont d'Avignon") o mostu, koja je prvi put nastala u 16. stoljeću. Most Saint-Bénézet bio je ključna prijelazna točka za hodočasnike koji su putovali između Španjolske i Italije tijekom srednjeg vijeka. Sve do svog sloma u 17. stoljeću, most je korišten za prijelaz rijeke Rhône za prijevoz.⁷¹

Most Saint Bénézet otvoren je za javnost kao muzej i priznat je od strane UNESCO-a kao mjesto svjetske baštine. Lokacija ima multimedijalne izložbe koje pokazuju kako su se most i njegova okolina mijenjali tijekom godina. Audio vodič uključen je uz ulaznicu. Kapela Svetog Nikole iz 13. stoljeća, koja je sastavni dio mosta, još je jedna atrakcija. Jardin du Rocher des Doms, lijepi javni park, nalazi se na maloj udaljenosti od Ponta. Sa svojim jezercima, bazenima i terasama, ovaj bujni engleski vrt na planini Rocher des Doms nudi prekrasne vidike i hladno mjesto za opuštanje.

⁷⁰ <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/avignon-f-az-av.htm>

⁷¹ <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/avignon-f-az-av.htm>

5.4.3. Pettit palace

Prije nego što je papa Klement V. izgradio Palais des Papes, biskupski biskupi Avignona živjeli su u Maloj palači, koja je izgrađena tijekom 13. i 15. stoljeća. Vanjski zid ove građevine s popisa UNESCO-a bio je nazubljen, što je obrambeni element uobičajen za srednjovjekovne i renesansne utvrde. Izgrađena je kao gotička utvrda. Izvanredna zbirka srednjovjekovne umjetnosti, talijanskih renesansnih slika, provansalskih slika i srednjovjekovnih provansalskih skulptura može se pronaći u muzeju likovnih umjetnosti smještenom u Petit Palais. Zbirka se između ostalih sastoji od umjetničkih djela talijanskih umjetnika Sandro Botticellija i Louisa Brea. Umjetničko djelo Botticellija Bogorodica s djetetom najpoznatija je stavka u muzeju.⁷²

5.4.4. Basilique Métropolitaine Notre-Dame des Doms

Na obronku planine Rocher des Doms, gdje se nalazi spomenik, možete vidjeti dolinu Rhone. Mirna unutrašnjost ove ljupke katedrale datira iz 12. stoljeća. Trijem, zvonik i lađa građevine su romanički, ali su dodatne komponente izgrađene u 15. i 17. stoljeću. Još uvijek možete vidjeti ostatke fresaka Simone Martin kada uđete kroz glavna vrata. Unutrašnjost katedrale odiše uzdižućim osjećajem otvorenosti i topline. Mramorna biskupska stolica iz 12. stoljeća, romanički (nekadašnji) glavni oltar, kasnogotička grobnica (pape) Ivana XXII. i zidne slike iz 15. stoljeća koje prikazuju Kristovo krštenje samo su neke od značajnih umjetničkih djela pronađenih unutar svetište. Prekrasna pozlaćena figura Djevice na vrhu tornja izvan katedrale, ruku raširenih da pozdravi pobožne.

⁷² <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/avignon-f-az-av.htm>

ZAKLJUČAK

Teško je usporediti dvije zemlje kao što su Francuska i Hrvatska, s obzirom na podatke da je Francuska skoro deset puta veća od Hrvatske te ima sedamnaest puta više stanovnika u odnosu na Hrvatsku, ove dvije Europske članice imaju ponešto zajedničkih karakteristika. Što se tiče zemljopisnih karakteristika, obje države imaju umjerenu klimu, topla ljeta i hladne zime. Smještene su u Europi i svaka ima izlaz na more. Što se tiče religije, kako u Francuskoj tako i u Hrvatskoj uglavnom prevladava katolička vjera, gotovo isti postotak od 80%. Zahvaljujući svim karakteristikama koje obilježavaju ove zemlje, možemo reći da imaju bogatu kulturnu i društvenu razvijenost, turističke atrakcije i zanimljivosti te prirodne ljepote.

Teško se uspoređivati s Francuskom koja je već desetljećima iznimno popularna destinacija s bogatom turističkom tradicijom. Po broju dolazaka turista u svijetu uvjerljivo prednjači, nju je 2017. godine posjetilo čak 87 milijuna turista za usporedbu, Hrvatsku je te godine posjetilo nešto više od 17 milijuna turista. Ipak, s obzirom da su sve navedene zemlje znatno veće i uglavnom razvijenije od Hrvatske, možemo reći da naša zemlja ostvaruje dobar rezultat turizma kao i povećanje turističkih dolazaka.

Artefakti, spomenici, zbirka građevina i lokacija te muzeji primjeri su kulturne baštine. Ovi predmeti imaju različite vrijednosti, uključujući simbolički, povijesni, umjetnički, estetski, etnološki ili antropološki, znanstveni i društveni značaj. Obuhvaća materijalnu baštinu — pokretnu, nepokretnu i potopljenu — kao i nematerijalnu kulturnu baštinu (ICH) ugrađenu u prirodne i kulturne artefakte, lokacije ili spomenike.

S bogatom kulturnom baštinom na koju su tijekom godina utjecali mnogi različiti kraljevi i carstva, Hrvatska je vrhunska destinacija za ljubitelje povijesti. Dolaskom u Zagreb vrlo brzo se turisti mogu uvjeriti zašto ga se naziva mali Beč i to ponajprije zbog svoje raskošne austrougarske arhitekture. Prisutnost muzeja u kojima se nalaze postave od brončanog do jugoslovenskog doba svjedoči o brizi grada o kulturnom nasljeđu. Za autentične talijanske osjećaje otputujte u zapadnu Istru. Do nekih od najpoznatijih povijesnih znamenitosti, poput splitske Dioklecijanove palače i dubrovačkog grada

utvrđenog zidinama, putujte duž obale prema jugu. Čak su i otoci bogati osebnom ruralnom baštinom!

Postoji mnogo razloga za posjetu Francuske, koja ima više od 40 mjesta na popisu UNESCO-ve svjetske baštine. Francuska povijesna mjesta pružaju fascinantan i primamljiv pogled na francusku kulturu. Rimski vijadukti i amfiteatri, gotičke katedrale, očaravajući srednjovjekovni dvorci i kraljevske palače samo su neki od primjera mnogih ostataka duge i raznolike prošlosti Francuske koji se mogu vidjeti diljem zemlje.

Popis mjesta svjetske baštine UNESCO-a uključuje povijesne hodočasničke rute, vinske podrume, vinograde i doline, pokazujući koliko su francuska povijest i kulturna baština usko povezani.

Francuska je dom nekih od najfascinantnijih i najljepših povijesnih mjesta u cijeloj Europi, uključujući papinske palače (Avignon), pretpovijesne pećinske slike (Montignac, Dordogne), otočni samostan (Normandija u blizini Avranches) i ogromne vinske podrume koji se mogu pronaći diljem francuske.

Popis literature

1. Čavlek, N. i suradnici (2011). Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav. Zagreb, školska knjiga.
2. Gračan, D. (2011). Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji. Opatija, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
3. Hunziker, W.; Krapf, K. (1942). Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich, Polygraphische Verlag.
4. Petrić, L. (2003). Osnove turizma. Split, Ekonomski fakultet.
5. Antunac, I. (2001). «Turizam, teorijsko – znanstvene rasprave», Zagreb, Institut za turizam.
6. Koncul, N. (2004). «Položaj turizma u globalnim i europskim integracijskim procesima», Dubrovnik, Naše more, vol. 51 5/6, 206-213.
7. Pirjevec, B., Kesar, O. (1999). «Croatian Tourism - Revival or Survival?», 'Tourism Industry and Education Symposium', Jyväskylä Polytechnic, Jyväskylä, Finska; ISBN: 951-830-004-6.
8. Petrić, L. (1999). «Eko-hotel' - u prilog strategiji održivog razvitka turizma», U: Tourism and hospitality management, vol. 5(1-2).
9. Petrić, L., Mrnjavec, Ž. (2003). «Tourism destination as a locally embedded system: analogy between tourism destination and industrial district.» Tourism : an international interdisciplinary journal, vol. 51(4).
10. Jovinčić Ž i dr., (2005.), Osnove turizma, Plana tours, Beograd,
11. Pirjevec B., (2008.), Turizam – jučer, danas,..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac,
12. Galičić V., (1999.), Riječnik ugostiteljsko – turističkih pojmova, Fintrade & tours, Rijeka,
13. Dobro R. i dr, (2004.), Menadžment turističke destinacije, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik,
14. Magaš D., (1997.), Turistička destinacija, Hotelijerski fakultet, Opatija,
15. Klaić B., (1984.), Rječnik stranih riječi, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb

16. Zakon o očuvanju i zaštiti kulturnih dobara, NN 136/12)
17. Šarlah Lj.*, (2005.), Skrb o kulturnoj baštini, Ministarstvo kulture Republike Hrvatske, Uprava za zaštitu kulturne baštine – Konzervatorski odjel u Osijeku Osijek, Hrvatska Primitljeno: srpanj,
18. Jelinčić A., D., (2008.), Abeceda kulturnog turizma, Meandarmedia, Zagreb,
19. Parac – Osterman, Đ., (2011.), Muzeji i turizam, Muzej suvremenih umjetnosti, Zagreb
20. Statut Hrvatske turističke zajednice: NN 34/12 i NN 59/12
21. Smjernice za upravljanje muzejskim posjetiteljima s posebnim naglaskom na kulturne rute, Upravljanje turističkim posjetima na tematskim kulturnim rutama, Ministarstvo turizma RH, Zagreb, 2012., www.mint.hr/UserDocsImages/Prirucnik_s_ISBN_3_b.pdf
22. Dobro R. i dr, (2004.), Menadžment turističke destinacije, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik,
23. Zagreb, Dostupno na: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Zagreb#Stanovni.C5.A1tvo>,
24. O Zagrebu, Dostupno na: <http://www.Zagreb.hr/default.aspx?id=1081>
25. Zagreb, Dostupno na: <http://hr.wikipedia.org/wiki/Zagreb#Stanovni.C5.A1tvo>
26. <https://www.infozagreb.hr/o-zagrebu/zagreb-kroz-stoljeca>
27. Jakovljević, M., (2011.): „Odnosi s javnošću – vodeća taktika u promociji turističkih regija“, Acta Turistica Nova, str. 122
28. Mill, R. C., (1990.), Tourism : the international business, Englewood Cliffs (New Jersey) , Prentice-Hall, str. 4
29. Weber S., Tomljenović R., (2004.), Reinventing a tourism destination : facing the challenge,, Institute for Tourism, Zagreb, str. 4
30. Kušen, E., (2002.): Turistička atrakcijska osnova, Institut za turizam, Zagreb, str. 23.
31. <https://www.infozagreb.hr/istrazi-zagreb/atrakcije/trgovi/trg-bana-josipa-jelacica-54a11ce4b307b>
32. <http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/zagrebacke-posebnosti/crkva-sv-marka/>
33. <https://www.zg-nadbiskupija.hr/katedrala/povijest>
34. <https://www.zet.hr/uspinjaca/detaljnije/403>

35. <https://www.hnk.hr/hr/o-nama/o-zgradi/povijest-zgrade/>
36. <https://www.hnk.hr/hr/o-nama/o-zgradi/povijest-zgrade/>
37. [http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/zagrebacke-
posebnosti/kamenita-vrata/](http://www.mvep.hr/hr/o-hrvatskoj/kulturna-bastina/zagrebacke-posebnosti/kamenita-vrata/)
38. <https://www.hotelraca.hr/dogadanje-zagreb/setnja-novouredenim-tunelom-gric>
39. [https://www.brusselstimes.com/417329/paris-remains-most-visited-city-in-the-
world-with-44-million-tourists-in-2022](https://www.brusselstimes.com/417329/paris-remains-most-visited-city-in-the-world-with-44-million-tourists-in-2022)
40. <https://www.oldest.org/geography/cities-in-france/>
41. <https://www.planetware.com/tourist-attractions-/avignon-f-az-av.htm>