Istarska enogastronomija u funkciji razvoja destinacije

Udovičić, Barbara

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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:191:170052

Rights / Prava: Attribution 4.0 International/Imenovanje 4.0 međunarodna

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-24**

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA, HRVATSKA

Repository / Repozitorij:

Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management

zir.nsk.hr

uniri DIGITALNA KNJIŽNICA

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Sveučilišni prijediplomski studij

BARBARA UDOVIČIĆ

Istarska enogastronomija u funkciji razvoja destinacije

Istrian enogastronomy in the function of destination development

Završni rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Sveučilišni prijediplomski studij

Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu

Menadžment u hotelijerstvu

Istarska enogastronomija u funkciji razvoja destinacije

Istrian enogastronomy in the function of destination development

Završni rad

Kolegij: Menadžment gastronomije i restoraterstva **Student: Barbara Udovičić**

Mentor: izv. prof. dr. sc. Krešimir Mikinac **Matični broj: 24707/18**

Opatija, rujan 2024.

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

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Barbara Udovičić
(ime i prezime studenta)

24707/18
(matični broj studenta)

Istarska enogastronomija u funkciji razvoja destinacije
(naslov rada)

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

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

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

U Opatiji, 2.rujna 2024.

Udovičić Barbara
Potpis studenta

SAŽETAK

U završnom radu obuhvaćena su poglavlja: Enogastronomije u turističkoj ponudi, lokalna gastronomija Istre, obilježja vinskog turizma, te je provedeno aplikativno istraživanje na temu: „Istarska enogastronomija u funkciji regionalnog razvoja“. Enogastronomija obuhavaća evoluciju kulinarskih tradicija i vina kroz stoljeća pri čemu su oba elementa oblikovala društvene, ekonomske i kulturne aspekte. Lokalna gastronomija Istre, koja obuhvaća maslinova ulja, tartufe, sireve i mnoga druga tradicionalna jela, igra ključnu ulogu u razvoj Istre kao atraktivne turističke destinacije. Ovaj segment turizma doprinosi ne samo privlačenju posjetitelja već i oblikovanju identiteta Istre na globalnoj razini. Konačni cilj završnog rada bio je prikazati, pomoću anketnog upitnika, koja su obilježja i značaj vinskog i gastronomskog turizma u funckiji regionalnog razvoja. Pomoću provedene ankete ustanovljeno je da istarska enogastronomija nije samo dio turističke ponude već temeljna komponenta razvoja destinacije koja doprinosi razvoju Istre pomoću brendiranja destinacije, diviersifikacije turističke ponude, povećenja potrošnje turista, očuvanja i promocije tradicije, održivog razvoja, razvoja ruralnog turizma, stvaranja autentičnih iskustava, povezivanja sa širim turističkim trendovima. Povezujući tradiciju, kvalitetu i inovacije Istra se pozicionira kao vodeća destinacija za sve one koji žele doživjeti vrhunsku hranu, vino i autentično mediteransko iskustvo.

Ključne riječi: Istra; enogastronomija; tradicionalni prozvodi; razvoj destinacije

SADRŽAJ

UVOD 1
1. ENOGASTRONOMIJA U TURISTIČKOJ PONUDI 3
1.1. Turizam u funkciji razvoja destinacije 3
1.2. Selektivni oblici turizma 5
1.3. Povijesni razvoj gastronomije 6
1.4. Gastronomija u Republici Hrvatskoj 7
2. LOKALNA GASTRONOMIJA ISTRE 9
2.1. Autohtoni proizvodi istarske gastronomije 10
2.2.1. Maslinovo ulje 12
2.2.2. Istarski tartuf 13
2.3. Značaj gastronomije u turizmu i ugostiteljstvu istre 14
2.4. Gastro manifestacije 14
2.5. Michelin Guide Istra 17
3. OBILJEŽJA VINSKOG TURIZMA U ISTRI 22
3.1. Vinski turizam 23
3.2. Važnost vinarstva u razvoju turizma Istre 23
3.3. Najpoznatiji vinari Istre 24
3.4. Vinske manifestacije 27
4. APLIKATIVNO ISTRAŽIVANJE – ISTARSKA ENOGASTRONOMIJA U FUNKCIJI REGIONALNOG RAZVOJA 30
4.1. Metodologija istraživanja 30
4.2. Rezultati istraživanja 30
4.3. Zaključak istraživanja 43
ZAKLJUČAK 45
POPIS LITERATURE 47
POPIS ILUSTRACIJA 49

UVOD

Pored modela „Sea, Sun and Sand“ enogastronomija Istre je jedan od glavnih motiva dolazaka turista u ovu regiju. Istra ima bogatu gastronomsku tradiciju koja je ujedno i odraz njezinih klimatskih, geografskih i povijesnih značajki u što se posjetitelji mogu uvjeriti posjetom u neke od brojnih restorana i vinarija.

Predmet ovog završnog rada je istarska enogastronomija u funkciji razvoja destinacije. Metode korištene pri izradi rada su metoda analize i sinteze, deskriptivna i induktivna metoda, metoda kompilacije te metoda ankete.

Ciljevi rada su sljedeći:

- Istražiti povijesni razvoj gastronomije u Europi, Hrvatskoj i Istri;
- Poimanje važnosti kvalitetne enogastronomije u turističkoj ponudi;
- Istaknuti tradicionalna jela, kvalitetne vinarije, restorane i enogastronomske manifestacije u Istri;
- Temeljem ankete istražiti kako enogastronomija Istre utječe na kvalitetu njezine turističke ponude.

Svrha rada je ukazati na važnost razvoja enogastronomije u cilju stvaranja kvalitetne turističke ponude.

Polazna hipoteza rada glasi: „Bogata enogastronomska ponuda u Istri ima ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja, gradi imidž destinacije te potiče razvoj manjih lokalnih obrtnika i poduzetnika čime se stvara preduvjet za daljnji regionalni razvoj.“

Završni rad sastoji se od četiri poglavlja s nekoliko manjih potpoglavlja. U prvome poglavlju naziva „Enogastronomija u turističkoj ponudi“ definirani su selektivni oblici turizma, navedeni su uvjeti razvoja turističke destinacije te je opisan razvoj gastronomije u Europi i Hrvatskoj. Drugo poglavlje tiče se konkretno lokalne gastronomije Istre te su u njemu navedeni autohtoni proizvodi, tradicionalna jela, istaknuti restorani i gastronomske manifestacije. U trećem poglavlju opisana je važnost vinarstva u razvoju turizma Istre te su navedene istaknute vinarije kao i vinske manifestacije. Četvrto poglavlje ujedno je i istraživanje provedeno putem ankete,

o poimanju istarske enogastronomije u funkciji regionalnog razvoja iz čega su izvedeni glavni zaključci. Na kraju rada slijedi zaključak te popis literature.

1. ENOGASTRONOMIJA U TURISTIČKOJ PONUDI

Enogastronomija je jedan od selektivnih oblika turizma koji je u posljednjih nekoliko godina postala važan dio tržišne ponude i potražnje. Moderni turist, pri odabiru destinacije, sve veću pozornost skreće na destinacije koje imaju razvijenu enogastronomsku ponudu. Poznato je da je moderni turist istraživač koji je zahtjevan i zna što želi. Moderni turisti zahtijevaju nove doživljaje, iskustva različitih mjesta te im je primarni cilj upoznavanje nove kulture. Moderni turist uživa u gurmanskom iskustvu, lokalnoj baštini te je u potrazi za destinacijom koja će mu pružiti aktivni odmor. Aktivan odmor omogućuje turistu obavljanje raznih aktivnosti koje turist nije u mogućnosti obaviti u svakodnevnom životu, što uključuje raznorazne posjete nedovoljno razvijenim mjestima unutar destinacije, većinom sela, u kojima će upoznati pravu autohtonu ponudu destinacije te samu kulturu ljudi koji tamo borave.[1]

Enogastronomija simbolizira umjetnost dobre kuhinje usklađenu s poznavanjem vina, sjedinjuje tradiciju i povijest destinacije te time obogaćuje njezinu prepoznatljivost. Društvene promjene potaknule su sve veći interes za enogastronomskim turizmom.[2]

Enogastronomija u turističkoj ponudi je postala nezaobilazna te su domaća kuhinja i vino s kulturom i tradicijom postale jedan od najvažnijih elemenata turističke ponude i potražnje u Hrvatskoj. U budućnosti može se očekivati još naglašeniji interes za lokalnom hranom i vinom.[3],te glede toga Istra može očekivati još brojnih turističkih dolazaka.

1.1. Turizam u funkciji razvoja destinacije

Turizam danas za svakoga ima različito značenje, neki ga smatraju odmorom, relaksacijom i uživanjem, ostatak ga smatra prihodom, te radom. William F.Theobald podijelio je svoje mišljenje rekavši kako riječ „Turizam“ potječe od latinske riječi „tornare“ i grčke „tornos“ koje

[1] Priručnik za razvoj gastronomskog turizma, Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022., preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230614_prirucnik_gastro_t.pdf (22.3.2024.)
[2] De Nicola, S., Garofilin, A., Larentis, M.,et.al., Priručnik za sommeliere, Hrvatski sommelier klub, Pula 2015.
[3] Priručnik za razvoj gastronomskog turizma, Ministarstvo turizma i sporta RH, preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230614_prirucnik_gastro_t.pdf (22.3.2024.)

označavaju kretanje u krug to jest oko centralne osi. Njegovo razmišljanje se tumači na način da krug predstavlja polazišnu točku koja se vraća u svoje polazište.[4]

Turizam se definira kao skup gospodarskih i negospodarskih odnosa i pojava koji proistječe iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta i potrošnje sredstava ostvarenih u mjestu stalnog prebivališta. Osnovna karakteristika turizma jest putovanje radi odmora i uživanja izvan domicilne zemlje ili na drugu lokaciju u tuzemstvu izvan mjesta stanovanja, no ne dulje od jedne godine.[5]

Hrvatska, država sa dvadeset i jednom županijom koja se brendira kao jedna od najtraženijih, najomiljenijih i najatraktivnijih turističkih destinacija zahvaljujući povoljnom geografskom položaju i ugodnoj klimi. Hrvatska je i u povijesti privlačila turiste diljem svijeta poradi svoje prirodne i kulturne baštine te se organizirani turizam u Hrvatskoj odvija još od početka 19. stoljeća što započinje odlascima na hodočašća ili liječenja pa su se u tu namjenu izgradila prva prenočišta, toplice i hoteli. Od druge polovice 19. stoljeća do Prvog svjetskog rata uvode se parabrodske linije na Jadranskom moru, potaknuta je izgradnja cestovnih i željezničkih prometnica kao preduslov za ozbiljno bavljenje turizmom. Tada se otvaraja prvi hotel u Opatiji, Villa Angiolina i Kvarener. Turizam se potom postepeno nastavljao širiti prema Zagrebu, Zadru, Crikvenici i Dubrovniku, te su formulirani prvi turistički vodiči o Poreču i Puli. Pokrenuta su istraživačka putovanja na Jadransku obalu i Velebit, a priobalna mjesta postaju glavno uporište zdravstvenog turizma.

U međuratnom razdoblju turizam doživljava snažan pozitivni pomak s milijun turističkih dolazaka godišnje. Uspostavljeno je obavezno plaćanje boravišne pristojbe, otvaraju se mjenjačnice te se implementiraju domaće i međunarodne zrakoplovne linije.

Nakon Drugog svjetskog rata ubrzo je došlo do obnove turističke infrastrukture koja je demolirana u ratnim razaranjima. Istodobno se osnivaju nacionalni parkovi i parkovi prirode te festivali (dramski, filmski, glazbeni). Započeta je gradnja velikoga broja turističkih objekata, hotela, marina, kampova i turističkih naselja.

Tijekom Domovinskoga rata turizam u Hrvatskog propada i gotovo zamire zbog ratne opasnosti i blokirane prometne infrastrukture. Do novog procvata dolazi nakon 2000. godine kada Hrvatska ostvaruje porast broja stranih turista, te se afirmira na sami vrh turističke potražnje.

---

[4] Theobald, W., F., *Global Tourism*, Routledge, 2004.
[5] Bunja, Đ., *Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu*, Školska knjiga, Zagreb 2023.

Jedna od najprofitabilnijih grana u Hrvatskoj je upravo turizam te je u zadnjih tridesetak godina doživio svoj procvat.[6] , no u skorijoj budućnosti očekuje se još veći porast turističkih dolazaka.

1.2. Selektivni oblici turizma

U novoj turističkoj epohi, obzirom da su turitički dolasci bili inspirirani raznim motivima ,radi lakšeg upravljanja turizmom i radi lakšeg ostvarenja svih potreba i želja, turisti su selekcionirani u grupe. Početkom sedamdesetih godina 20. stoljeća pojavljuje se pojam „selektivni turizam" kao sinonim za odgovorni odnosno održivi turizam koji je zamišljen kao odgovor na problematiku pretjeranih dolazaka turista i masovnosti turizma.[7]

„Selektivni turizam obilježava novu kvalitetu i obilježja suvremenog i budućeg turizma, odnosno vodi računa o kvaliteti usluge, o identitetu i humanosti turističke usluge te ekološkoj osviještenosti, socijalno odgovornim i uravnoteženim brojem turista koji ne ugrožavaju lokalno stanovništvo na određenom području."[8]

Rastom turističke potražnje, te složenošću demografskih, psiholoških, tehničko-tehnoloških, gospodarskih i političkih promjena reflektiraju se i na globalne promjene u turizmu. Turizam se okrenuo ka pojedincu kao sudioniku turističkog putovanja i njegovim preferencijama, te se kao posljedica toga javljaju selektivni oblici turizma. Takva vrsta turizma je prilagođena potrebama posebnih grupa turističkih potrošača kao što su obitelji s djecom, poslovni gosti, starija dobna skupina, nautičari, ljubitelji kulturnih događaja i slično. Ponuda nastoji predvidjeti promjene u turističkoj potražnji, te u skladu s njima prilagoditi svoj proizvod kako bi uspješno konkurirala na turističkom tržištu. Turisti znatno veću pozornost pridaju očuvanju okoliša i čistoći i samim time se više informiraju o destinaciji za koju su se odlučili, te se produžuje i turistička sezona zbog promjena motiva.

Sve veća konkurencija i različitost turističkih potreba prisilili su turističku ponudu da drastično promjeni atribute turističkog proizvoda. Prilikom stvaranja pojedinog oblika turizma, moraju

[6] Hrvatska.eu. zemlja i ljudi, *Turizam,* preuzeto s: Hrvatska.eu – zemlja i ljudi (croatia.eu) (3.5.2024.)
[7] Rabotić, B., *Selektivni oblici turizma,* Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd 2013.
[8] Jandrešić, V., *Janusovo lice turizma*, Plejada, Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić", Zaprešić 2010.

se zadovoljiti preduvjeti adekvatne turističke potražnje koja izražava pojedine motive za dolazak, te se prilagođavaju kapaciteti naglašenim zahtjevima.[9]

Kriteriji razvrstavanja na pojedine vrste turizma koji se najčešće koriste su mobilnost, sadržaj boravka, duljina boravka, način organizacije putovanja, dob ili obiteljski status, te prema obilježjima turističkog prostora[10] Podjela na pojedine vrste turizma izrazito je važna zbog statističkog doprinosa svjetskom ili nacionalnom gospodarstvu.

1.3. Povijesni razvoj gastronomije

Počeci gastronomije započinju daleko u povijesti kada je čovjek tragao za boljom i što kvalitetnijom prehranom, te se samim time promijenio i način pripreme hrane zadobivajući nove oblike. Smatra se da razvoj gastronomije potječe još iz prapovijesnog doba kada je sakupljač lovac svojim osobnim razvitkom i potrebom za hranom postao stočar i poljoprivrednik. Sve većom sviješću o značaju hrane u zdravoj ljudskoj prehrani, ona više nije samo čovjekova osnovna potreba, već i užitak.[11]

Gastronomija doživljava svoj uzlet u 14. stoljeću u Italiji, a potom u Francuskoj. Za vrijeme renesanse u Italiji dolazi do procvata umjetnosti, znanosti i kulture, te samim time i procvata kuhinje, koji se prepisuje Marcu Polu, koji ih je opskrbio novim namjernicama, začinima i novim načinima pripremanja hrane. U Firenci je otvorena prva kulinarska akademija, te su bogatiji sudjelovali u novim načinima pripremanja hrane, dok su ljudi niže klase živjeli od kruha, povrća i voća.[12]

Svoj vrhunac gastronomija doživljava u 16. stoljeću u Francuskoj, udajom talijanke Caterine de Medic za Henrika II, francuskog kralja. Caterine de Medic na francuski dvor dovela je grupu najboljih talijanskih kuhara koji su prenijeli svoje znanje na Francuze.[13] Time francuska kuhinja postaje najutjecajnija u svijetu te 1651. godine izlazi prvi priručnik o kuhanju pod imenom „Francuski kuhar“, autora Francois Pierre (de) La Varenne.[14] Godine 1765. se zatim otvara prvi

[9] Vuković I., *Suvremeni trendovi u razvoju turizma U Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku*, 2006. iz članka Tourism and Hospitality Management, Vol. 12, No. 1
[10] Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, 2011.
[11] Krstulović, K., Sunara, Ž., *Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj*, Visoka škola za menadžment i dizajn – Aspira, 2017.
[12] Povijest prehrane, preuzeto s: Zemljani :: Pogledaj temu - Povijest prehrane (8.5.2024.)
[13] Uloga Katerine Mediči u stvaranju francuske kuhinje | Bonapeti.rs (8.5.2024.)
[14] Indeks.hr, preuzeto s: Kako je francuska kuhinja postala to što je danas - Index.hr (10.5.2024.)

restoran sa jelovnikom u svijetu u Parizu, shodno tome se francuska kuhinja smatra svjetskom klasom i danas[15], te je dodana na popis „nematerijalne kulturne baštine“ od UNESCA.

1.4. Gastronomija u Republici Hrvatskoj

Gastronomija se tijekom stoljeća izgrađivala u suodnosu sa tradicijom, smjernicama i ljudskim potrebama i željama. Osnovni cilj prehrane je osiguravanje električne, mehaničke i toplinske energije u organizmu, te unošenje prijeko potrebnih sastojaka za rast i tjelesno održavanje. Prehranu nazivamo i modernom multidisciplinarnom znanošću poradi promjenjivih vrijednosti koje se odnose na instinkt i evoluciju.

Organoleptička, odnosno osjetilna analiza prilikom koje procjenjujemo hranu vrši se putem vida, mirisa, okusa. Osjetilom vida ocjenjuje se zdravstveno-higijenska ispravnost, te sama prezentacija jela, odnosno cjelovitost i svježina sastojaka. Analizom putem osjetila mirisa procjenjuje se sklad i jačina u cjelini, odnosno svježina i specifične osobine, poradi završne kakvoće i uravnoteženog stapanja. Putem osjetila okusa procjenjuju se opipni sastojci poput masnoće, sočnosti i uljevitosti, te okusi u usnoj šupljini; slano, slatko, kiselo, gorko. Jedenje i pijenje smatraju se ljudskom su potrebom, no dobra hrana i piće smatraju se umjetnošću.[16]

Gastronomija je ujedno i važan segment turističke ponude, te se smatra i jednim od važnijih motiva u odabiru destinacije za godišnji odmor, definira se kao vještina priređivanja jela, način njihova pripremanja te poznavanje različitih jela, te se smatra umijećem pripravljanja hrane. Gastronomija i njezini novi trendovi postali su sve značajniji u oblikovanju turističkih doživljaja, iako je gastronomija već sastavni dio svakog turističkog putovanja u suvremenom turizmu smatra se sve više prisutnom te povezuje tradicionalne vrijednosti turističke destinacije.[17]

Hrvatska gastronomija jedna je od najraskošnijih i najzanimljivijih u Europi, ona sjedinjuje bogatstvo mediteranske, srednjoeuropske i orijentalne kuhinje, te je temeljena na iznimno zdravim namjernicama. Temeljno obilježje hrvatske kuhinje je baš njezina raznolikost, te

[15] Nistoreanu, Nicodim i Diaconescu "Gastronomic tourism – stages and evolution", Sciendo, 2018.
[16] De Nicola, S., Garofilin, A., Larentis, M.,et.al., *Priručnik za sommeliere,* Hrvatski sommelier klub, Zagreb 2015.
[17] *Priručnik za razvoj gastronomskog turizma*, Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022., preuzeto s: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230614_prirucnik_gastro_t.pdf (22.3.2024.)

samim time nije moguće izdvojiti tipično jelo ili tipičnu kuhinju. Razni kulturni utjecaji i gospodarski uvjeti omogućili su razvoj više regionalnih kuhinja.[18]

Hrvatska gastronomija izdvaja se na četiri veća područja, Jadranska obala, Lika i Gorski kotar, Zagorje i središnja Hrvatska, te Slavonija, svaka od tih područja obiluje svojim specifičnostima i specijalitetima.

Prehrana Jadranske obale je lagana, te je obogaćena jelima od ribe i raznovrsnim plodovima mora. Konzumiraju se raznorazne vrste povrća, ali i samoniklog bilja poput šparoga i livadnog bilja. Maslinovo ulje smatra se glavnim začinom jela, te ga se koristi gotovo uz svaku pripremu i dogotovljavanje obroka. Jedan od najprepoznatljivijih obroka od svinjetine je pršut, dok je među sirevima najpoznatiji ovčji sir s otoka Paga.

Kuhinja Like i Gorskog kotara bazirana je na mesnim jelima od kozletine, govedine, janjetine i svinjetine, te su izrazito prepoznatljivi po jelima od različitih vrsta gljiva kojima su obogaćene tamošnje šume. Kuhinja je bogata i mliječnim proizvodima, te se izdvaja poznati lički sir škripavac.

Zagorje i središnja Hrvatska prepoznatljiva je po mliječnim prerađevinama te su poznati svježi meki kravlji sir i sušeni sir začinjen crvenom paprikom i češnjakom. Najpopularnije jelo Hrvatskog zagorja su štrukli, te pečena purica s mlincima.

Slavonija obiluje tradicionalnim jelima te glavnu ulogu ima svinjetina, od koje se pripremaju razni suhomesnati proizvodi poput slanine, šunke, kobasica, čvarci i kulen i kulenova seka. Ističe se i jelo čobanac, a od riječne ribe fiš. Jela su izrazito začinjena te su izrazito teška i masna.

Gastronomska ponuda Hrvatske dio je tradicije hrvatskih regija i neophodan element hrvatskog identiteta, esencijalni je dio i turističke ponude koja nudi posjetiocima raznorazne gastronomske priredbe te se kao destinacija izdvaja svojom bogatom gastronomijom[19] i raznovrsnosnošću ponude.

[18] De Nicola, S., Garofilin, A., Larentis, M.,et.al., *Priručnik za sommeliere,* Hrvatski sommelier klub, Zagreb 2015.
[19] Hrvatska.eu. zemlja i ljudi, *Gastronomija,* preuzeto s: Hrvatska.eu – zemlja i ljudi (croatia.eu) (15.5.2024.)

2. LOKALNA GASTRONOMIJA ISTRE

Gastronomija je neizostavni dio svakog turističkog putovanja i turističke ponude, te zasigurno sve važniji element i motiv dolaska suvremenih turista. Brendiranjem svojih nacionalnih kuhinja razvijene turističke zemlje ostvarile su sve veći broj turističkih dolazaka, kao primjer

zemalja koje su izgradile svoju gastronomsku prepoznatljivost može se izdvojiti Francuska, Italija, Grčka, Turska.[20]

U Istri se na brendiranju gastronomskog turizma radi više od desetljeća te je upravo cilj javnog sektora brendirati Istru kao najpoželjniju gastronomsku destinaciju u Hrvatskoj.[21]

Istra je jedna od hrvatskih regija koju već dugi niz godina posjećuje posebna vrsta turista, a to su oni kojima je gastronomija prvi ili vrlo bitan motiv putovanja. Turisti otkrivaju unutrašnjost Istre koja nije turistički razvijena te se upoznaju s narodnim običajima i tradicijama, koje su upravo ono što Istru razlikuje od ostalih regija.

Unutrašnjost Istre također nazivaju „Terra incognita“ jer je smatrana djevičanskom, odnosno netaknutom, te su tako u povijesti stari kartografi obilježavali neistraženu zemlju. Obala i unutrašnjost Istre nadopunjavaju se u jedinstvenoj gastronomskoj cjelini mediteranskih morskih specijaliteta sa plodovima vrtova, vinograda, šuma, voćnjaka iz unutrašnjosti Istre. Gastronomija Istre prikazuje se u savršenoj ravnoteži. Istarsku gastronomsku ponudu sačinjava građanska i tradicionalna pučka kuhinja. Ponuda je prezentirana u brojnim gostionicama, oštarijama i konobama.[22]

Pučka je kuhinja stoljećima bila spoj ekonomske oskudice i darežljive prirode, s velikim kulinarskim uzorima obližnjih talijanskih regija. Pučka kuhinja i otmjeno ugostiteljstvo u Istri se isprepliću i upotpunjuju jer se temelje na gastronomskim specijalitetima poput autentičnih oblika tjestenine, raznih morskih plodova, bijelog i crnog tartufa, istarskog pršuta, ombola i samoniklih šparoga.[23] Kao gastronomska figura Istra je danas proslavljena na svjetskoj razini.

2.1. Autohtoni proizvodi istarske gastronomije

Autohtoni proizvodi istarske županije uvelike su već prepoznatljivi u široj javnosti. Istarske autohtone proizvode karakteriziraju skromnost i jednostavnost poradi neimaštine, koja je posljedica ratova.

[20] Drpić, K., Vukman, M., *Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj*, Aspira, 2014.
[21] Glas Istre, *Gastronomija i turizam*, preuzeto s: Istra je jedina regija koja je uspjela razviti autohtonu GASTRONOMSKU PONUDU - Glas Istre (17.5.2024.)
[22] Hrvatska puna života, Istra, preuzeto s: Istra - regija vrhunske hrane i pića | Croatia.hr (17.5.2024.)
[23] Ibid.

Pod autohtonim jelima smatraju se izvorna jela nekog ograničenog područja bilo to države ili pokrajine, te se upravo Istra među mnogobrojnim gastronomsko razvijenim područjima ističe kao jedna od pokrajina koja njeguje svoju gastronomsku tradiciju.[24]

Do sredine 20. stoljeća istarska gastronomija bila je temeljena na proizvodima vlastitog uzgoja i jednostavnosti. Karakteristike nekadašnje istarske kuhinje bile su samoniklo bilje, riba, vinski ocat, maslinovo ulje, te većinom kuhana jela.[25]

Istarska gastronomija obiluje brojnim autohtonim proizvodima koji su neizostavni dio njezine bogate kulturne baštine. Jedni od najprepoznatljivijih jela su:

1. Istarski tartuf – aromatične gomoljaste gljive koje rastu ispod zemlje u bukovim i hrastovim šumama, izrazito su cijenjeni u gastronomiji zbog svog intenzivnog okusa i mirisa.[26]

2. Maslinovo ulje - u području Istre uzgajaju se različite sorte maslina, te je istarsko maslinovo ulje poznato kao visokokvalitetno i odlikuje niskom kiselošću i voćnom aromom.

3. Istarski pršut – poznat kao delicija istarske gastronomije. Pripada u trajne suhomesnate proizvode i proizvodi se u industriji i kućnoj radinosti. Dobiva se od mesnatih svinja čiji butovi teže od 10 do 12 kg, odnosno suhi pršut oko 7 kg.[27]

4. Istarski sir – Istra obiluje raznovrsnim sirevima od ovčjeg, kozjeg i kravljeg mlijeka. Sirevi se proizvode na tradicionalan način, te imaju različite arome i teksture.

5. Pljukanci - su tradicionalna istarska tjestenina, jedinstvenog oblika i teksture. Izrađuju se ručno trljanjem dlana o dlan. Jelo koje je proizašlo iz neimaštine, a danas se smatra istarskim gastronomskim draguljem. [28]

6. Fuži - istarska tjestenina u četvrtastog oblika koja se mota oko drvca debljine olovke. Poslužuju se s šugom ovčetine, boškarina ili kokoši. Dio su bogate istarske tradicije, te se njihova priprema često prenosi s koljena na koljeno.

---

[24] Galičić, V., *Leksikon ugostiteljstva u turizma*, Fakultet za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu, Opatija 2014.
[25] Istra Gourmet, *Utjecaj Venecije*, preuzeto s: ISTRIA GOURMET - the official site | Istarska gastronomija | Istra (istria-gourmet.com) (20.5.2024.)
[26] Ibid.
[27] Ibid.
[28] Ibid.

7. Maneštra – gusta juha od graha ili drugih mahunarki, uz dodatak različitog povrća, ali uvijek sadrži zrna kukuruza. Priprema se od sezonskih sastojaka koji su dostupni u istarskom podneblju, te joj to osigurava svježinu i autentičnost. Postoje različite varijacije maneštre, neki dodaju meso poput kobasica ili pancete, dok drugi preferiraju vegetarijanski način pripreme.

8. Istarska supica - piće koje se sastoji od crvenog istarskog vina, pečenog kruha, šećera, papra i maslinovog ulja. Tradicionalni je običaj Istrijana da se poslije večere pije istarska supica.

2.2.1. Maslinovo ulje

Masline pripadaju koštunjičavom voću, u čijoj se koštici i mesu nalaze znatne količine biljnog ulja, po čemu se svrstavaju i u uljarice. Masline se koriste kao ukrasni dio za razna jela, te se dodaje u alkoholna pića i salate. Plod masline je gorak te zahtijeva dodatnu preradu poput konzerviranja, pečenja, ili sušenja. Masline zelene boje su plod koji se brao dok je bio nezreo te ima 12% ulja, dok zreli pod masline koji je tamnoljubičaste boje sadrži 36% , što se prikazuje i na njihovoj energetskoj vrijednosti , zelena sadrži 123 kcal dok tamnoljubičasta 361 kcal.[29]

Maslinovo ulje je biljno ulje koje proizvodi od ploda masline, a dobiva se kroz nekoliko ključnih koraka koje uključuju berbu, preradu i ekstrakciju.

Berba maslina je ključna faza u proizvodnji maslinovog ulja, koja značajno utječe na kvalitetu istog. Berba maslina uključuje tehnike, znanje i optimalne uvijete. Zrelost masline za branje se procjenjuje prema boji ploda, tvrdoći ploda i sadržaju ulja. Masline se beru kada su dostigle optimalnu zrelost, a to varira ovisno o sorti maslina i klimatskim uvjetima, uobičajeno vrijeme za branje maslina je od rujna do prosinca. Masline se beru kada su čvrste, ali zrele, jer prezrele masline mogu dovesti do niže kvalitete ulja. Tehnike berbe su ručna berba i mehanička. Ručna berba maslina smatra se i tradicionalnom metodom, te se radi uz pomoć posebnih drvenih ili plastičnih grablji koje se koriste za uklanjanje maslina s grana, te kao prednost ručne berbe izdvaja se manje oštećenje drva masline i biraju se samo zreli plodovi čime se dobiva kvalitetnije ulje. Mehanička berba maslina odrađuje se pomoću vibracijskih strojeva koje tresu grane maslina, to je brža i efikasnija tehnika, ali može uzrokovati veća oštećenja ploda masline

[29] Galičić, V., *Leksikon ugostiteljstva u turizma*, Fakultet za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu, Opatija 2014.

i stabla. Pravilna berba maslina osigurava veću kvalitetu maslinovog ulja i utječe na njegove organoleptičke osobine, poput arome, okusa i nutritivnih vrijednosti.[30]

Maslinovo ulje klasificira se u nekoliko kategorija, koje se razlikuju prema kvaliteti, načinu proizvodnje i kemijskim karakteristikama.

Maslinovo ulje ima značajnu ulogu kako u prehrani tako i poradi zdravlja. Maslinovo ulje je bogato mononezasićenim masnim kiselinama, antioksidansima i nutritivnim vrijednostima. Ulje masline izvor je zdravih masti koje su ključne za apsorpciju vitamina A, D, E I K te sadrži minerale kao što su kalij i magnezij. Koristi se u kulinarstvu, kozmetici i medicini, ono je sastojak u kuhinji koji se može koristiti za kuhanje, pečenje, prženje i kao osnovni sastojak za marinadu i preljeve. Masline i maslinovo ulje temelj su mediteranske prehrane koje ima značenje u tradiciji, religiji i svakodnevnom životu,[31] također ima i značajnu ulogu u prehrani i poradi zdravlja.

2.2.2. Istarski tartuf

Tartufi su delicija koja je poznata i konzumira se već tisućama godina, njegova prepoznatljiva svojstva, neobičan oblik i tekstura, te specifičan način vađenja iz zemlje. Rijetkost i luksuz gljive gomoljastog oblika znatno je pridonijela gastronomskoj ponudi Istre.

Podzemna vrsta jestivih gljiva zbog svog se obilježja neprimjetno razvijaju u tlu, gomoljastog su oblika, te su obloženi kožicom koja je kod bijelog tartufa glatka, a kod crnog bradavičasta. Ovisno o vrsti meso tartufa može biti bijelo, smeđe, crvenkasto i crno.

Tartufi dozrijevaju u više faza, a potpuno dozrijevanje se najčešće podudara s punim mjesecom i nastupa u trenutku kada dobije svoj osobiti miris, te upravo zbog tog prepoznatljivog mirisa tartufarski pas ga prepoznaje u vrijeme njegove pune zrelosti. Njihovom dozrijevanju pogoduje i dovoljna vlažnost tla koja obogaćuje tlo mineralnim tvarima i humusnim sastojcima, kao i stablo koje je u simbiozi s tartufom. Veće i nagle promjene poput promjene vegetacije ili posljedice čovjekove intervencije znatno štete razvoju tartufa.[32] Tartufi su jedna od glavnih namirnica istarske gastronomije, te doprinose prepoznatljivosti Istre kao turističke destinacije.

[30] Galičić, V., *Leksikon ugostiteljstva u turizma*, Fakultet za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu, Opatija 2014.
[31] Ibid.
[32] Zigante, G., *Naš istarski tartuf*, Kerschoffset d.o.o., Buje, 2018.

2.3. Značaj gastronomije u turizmu i ugostiteljstvu istre

Istra je stekla reputaciju kao jedna od važnijih regija u Hrvatskoj po svojoj turističkoj, ekonomskoj i gospodarskoj razvijenosti. Poznato je da je Istra odavno broj jedan kod odabira destinacije u koju turist želi posjetiti. Osim što je prepoznatljiva po svojim kulturnim znamenitostima, bogatom poviješću i autohtonim običajima i prepoznatljivom govoru, Istra se ističe i kao gastro-destinacija.[33]

Istra je posljednjih godina prepoznatljiva eno i gastro stručnjacima kao kvalitetna turistička destinacija. „Istarska gastronomija vjeran je odraz povijesnih, zemljopisnih i klimatskih značajki poluotoka te rezultat ispreplitanja raznih tradicija s pučkom kuhinjom baziranom na samoniklom bilju, aromatičnim začinima, sezonskom povrću, plodovima mora, maslinovom ulju. Pozivnica za istraživanje i kušanje vrijednosti ovog plavo-zelenog utočišta krije se u osmijehu istarskog domaćina, proizvodima njegovih ruku i prirodi koja zavodi svojom ljepotom i živom prošlošću što izvire iz kamena i grude zemlje.“[34]

Hrana s certifikatima o kvaliteti stječe sve više važnosti u prehrani te postaje sve popularnija među posjetiteljima raznih destinacija zainteresiranih za gastronomsku ponudu destinacije. Pozitivan odnos između gastronomije i turističke djelatnosti je ekonomski katalizator za rast na određenim teritorijama, pružanje dodatne vrijednosti turistima i promicanje lokalnih proizvoda. U tom aspektu, gastronomski turizam je izvrsna poslovna prilika za Istru.

Kuharstvo u Istri ima osobito važnu ulogu u ugostiteljstvu kao najvažnijoj grani turizma, zato je važan zadatak suvremenog turizma usavršavanje gastronomske ponude, te modernizacija i izgradnja ugostiteljskih objekata.

2.4. Gastro manifestacije

[33] *Plan razvoja istarske županije za razdoblje 2022. – 2027.*, Istarska županija - Regione Istriana, preuzeto s: 240221_plan_razvoja_2022-2027.pdf (istra-istria.hr) (2.6.2024.)
[34] Istra Gourmet, 2023./2024., A Guide to the Best of Istria, Croatia full of life, preuzeto s: istragourmet_2023-24 (2).pdf (2.6.2024.)

Turistički događaji naglašavaju ugled destinacije. Proteklih godina njihovim porastom razvija se novi oblik selektivnog turizma, a to je turizam događaja, koji se klasificira u turizam specijalnih interesa.

Turizam događaja definira se kao putovanje primarno motiviranom posjetom događaja bilo zabavnog, sportskog, kulturnog, poslovnog i političkog karaktera.[35] Manifestacije i događaji u destinaciji postaju sve bitniji oblik turističke ponude i postaju jedan od glavnih motiva za posjet destinacije. Manifestacije u destinaciji obogaćuju sadržaj boravka, povećavaju stupanj atraktivnosti destinacije i ostvaruju veću turističku potrošnju.

Destinacije promoviraju i razvijaju događaje kako bi privukle turiste, posebice u razdoblju izvan sezone. Turistički događaji doprinose brendiranju i pozicioniranju destinacije i poboljšanju kvalitete života lokalnog stanovništva.[36]

Gastro manifestacije kao nova turistička ponuda započinju nakon 1995. godine na inicijativu Odjela za turizam Istarske županije i Turističke zajednice. Organiziraju se razna gastronomska događanja, na brojim lokacijama u Istri, koja su posvećena lokalnim namjernicama.[37]

Obzirom da u Istri postoje već brojne gastronomske manifestacije odabrano je par najpoznatijih.

1. Internacionalni festival pršuta u Tinjanu

ISAP- internacionalni sajam pršuta organizira se od 2006. godine od kada je Općina Tinjan proglašena Općinom istarskog pršuta, u listopadu. Manifestacija je osnovana za očuvanje tradicionalnih proizvoda i gospodarski rast i razvoj, to je jedna od najvažnijih gospodarskih i turističkih manifestacija Istre koju u prosjeku posjeti više od 25.000 ljudi godišnje.[38]

Posebnost gastronomske ponude i manifestacije Međunarodnog sajma pršuta je da se u isto vrijeme na jednom mjestu mogu kušati i uspoređivati pršuti iz svih krajeva svijeta. Svake godine se najboljim pršutarima dodjeljuju priznanja za kvalitetu njihovih proizvoda koju ocjenjuje stručna komisija GUSTUS - Udruga senzornih analitičara pršuta, te se proglašava

[35] Rabotić, B., *Selektivni oblici turizma*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd 2013.
[36] Vrtiprah, V., Sentić, S., *Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika*, Ekonomska misao i praksa, Dubrovnik 2018.
[37] Istra Gourmet, 2023./2024., A Guide to the Best of Istria, Croatia full of life, preuzeto s: istragourmet_2023-24 (2).pdf (2.6.2024.)
[38] Općina Tinjan, ISAP, preuzeto s: https://tinjan.hr/ (30.3.2024.)

pobjednik sajma sa najboljim pršutom. To je manifestacija koja je doprinjela prepoznatljivosti i brendiranju Općine Tinjan i cijele Istre.

2. Festival sira u Svetvinčentu

Festival sira održava se sredinom rujna, okuplja najbolje proizvođače sira te obožavatelje istog. Uz degustiranje vrhunskog sira, posjetitelji imaju priliku vidjeti stare istarske zanate, razgledati tradicionalnu smotru istarske ovce, te izbor za „naj“ kozu.

3. Gramperijada - Fešta od krumpira

Fešta od krumpira u Kašteliru predstavlja tradicionalnu gastronomsku manifestaciju koja se održava svake godine, a mjesto bogato poljoprivrednom tradicijom slavi svoje kulturno nasljeđe kroz ovu feštu. Kaštelir i Labinci prepoznatljivi su po kvaliteti domaćeg krumpira, stoga je toj namjernici posvećena fešta koja krumpir odnosno „gramper“ prikazuje u posve drugačijem svjetlu, kroz brojna jela. U Kaštelirskom kraju po lokalnom dijalektu krumpir još od davnih vremena naziva se gramper otkuda potiče i sam naziv „Gramperijada“.

4. Festival samoniklog bilja u Kršanu

Festival samoniklog bilja jedinstveni je festival ovakve vrste te jedan od popularnijih proljetnih festivala u Istri, posebno među ljubiteljima prirode. Festival obiluje edukacijama o bilju u Istri i nudi razne radionice kulinarstva. Festival samoniklog bilja zamišljen je kao spoj edukacija i istraživanja kroz koji posjetitelji mogu upoznati razne vrste bilja. Istra je regija koja obiluje gastro delicijama, te majstori kulinarstva na festivalu kroz pripremu ukusnih jela objašnjavaju kako samoniklo bilje koristiti u gastronomiji, koje bilje koristiti u kojim jelima, te kako pravilno dozirati bilje za postizanje gastronomskog užitka.

5. Šparogada u Kaštelu

Dugogodišnja manifestacija koja je simbol Kaštela i koljevka istarske šparoge kroz godine privukla je veliki broj posjetitelja svojim bogatim gastronomskim, kulturno-zabavnim i sportskim programom. Najveća pažnja pridaje se domaćicama koje svojim tradicionalnim jelima obogaćuju gastronomski događaj. Također su uključene raznovrsne aktivnosti kao i natjecanje za najdužu šparogu.

6. Festival istarskih maneštri u Gračišću

U Gračišću, mjestu u središnjoj Istri, održava se festival istarskih maneštri na placu pred publikom. U pripremi maneštre natječe s ciljem da se osvoji što više bodova od žirija ali i publike. Festival je tradicionalna gastronomska manifestacija koja je posvećena najpoznatijem tradicionalnom jelu, maneštri. Kuhanje maneštre traje nekoliko sati, a kombinacija sastojaka varira ovisno o godišnjem dobu i dostupnosti, zato je svaka maneštra posebna i drugačija od ostalih. Posjetitelji mogu uživati u mnogobrojnim verzijama maneštre te odabrati najbolju i najukusniju, te se time proglašava pobjednik.

2.5. Michelin Guide Istra

Braća Andre Jules i Edouard su osnivaći pariške tvrtke Michelin. Godine 1900. Andre Joules Michelin objavio je prvi Michelin Guide, čija je svrha bila promicanje turizma i koja ljubiteljima gastronomije i enologije preporučuje restorane. Prvi vodič izašao je 1926. i određivao je samo jednu zvjezdicu, a 5 godina kasnije, 1931. Uspostavljen je sustav ocjenjivanja restorana od 1 do 3 zvjezdice. Restorani koji ostvare jednu Michelinovu zvjezdicu, smatraju se vrlo dobrim restoranima u svojoj kategoriji. Restorani s dvije zvjezdice posjeduju odličnu kuhinju vrijednu posjeta, dok restorani s tri Michelinove zvjezdice imaju izvanrednu kuhinju, koja nudi poseban doživljaj.[39]

Restorani u Istri koji su nagrađivani Michelinovom zvjezdicom:

1. Agli Amici, Rovinj

Restoranu pod vodstvom Chefa Emanuela Scarella otvoren 22. Lipnja 2021. Dodijeljena mu je prva Michelinova zvjezdica u manje od 3 mjeseca od otvorenja. Jedan od istaknutih razloga za priznanje je što „ nikada niša ne uzima zdravo za gotovo i uvijek traži nove ideje za poboljšanje najboljih sastojaka regije“ Agli Amici u partnerstvu je s Maistra Hospitaliti Grupom i nalazi se između Grand Park Hotela Rovinj i Marina. U lipnju 2024. godine dodijeljena mu je druga Michelinova zvjezdica, te je trenutno jedini restoran sa dvije zvjezdice u Hrvatskoj. [40]

[39] Galičić, V., *Leksikon ugostiteljstva u turizma*, Fakultet za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu, Opatija 2014.
[40] Agli Amici, preuzeto s: Agli Amici Rovinj – Agli Amici (3.4.2024.)

2. Monte, Rovinj

Prvi restoran s Michelinovom zvjezdicom u Hrvatskoj, otvoren 1985.[41] U vlasništvu je Danijela Đekića. Danijel i njegova supruga Tjitske, koja je sommelierka pretvorili su Monte u gurmansku oazu u kojoj je tradicija visoko cijenjena.

3. Luciano, Buje

Restoran Luciano smješten je u Bujama, to je restoran u sklopu hotela San Canzian, te ima Michelinovu preporuku za 2024. godinu.[42] Namirnice koje restoran nudi su organskog podrijetla i sezonske, iz vlastitog vrta ili lokalnih dobavljača. Specijaliteti restorana koje nudi su limitirana maslinova ulja San Canziano i San Canziano Frantonio koja se koriste. Jela kojima restoran raspolaže su maneštra od hobotnice, maslina, boba i kruha od dizanog tijesta; goveđi file s raguom od gljiva i tartufa; ragu od veprovine s gljivama trubačem i domaćim njokima; i teleći lungić s confit porilukom, umakom od tonka graha i crnim češnjakom. Deserti koje restoran prezentira su biskvit od pistacija s džemom od višanja i kremom od limete i tart od heljde s kremom od jagoda, lavande, ricotte i bijele čokolade.

4. Konoba Malo Selo, Buje

Konoba Malo Selo obiteljski je restoran koji više od 25 godina gostima nudi autohtonu istarsku kuhinju. Restoran je u vlasništvu obitelji Marušić koja nastoji očuvati tradiciju istarske gastronomije sa svojom domaćom tjesteninom i domaćim mesom.

5. Tekka by Lone, Rovinj

Japanski restoran u kojem se Istok susreće sa Istrom u inovativnim jelima. Uz sushi, nigiri i sashimi Tekka by Lone nudi jela koja kombiniraju japansku tehniku pripreme hrane s istarskim namirnicama.

6. Morgan, Brtonigla

Restoran čija se karijera temelji na divljači koju love članovi obitelji, te peradi koju uzgajaju. Najpoznatije jelo restorana je „Crestine“, to je tjestenina koja je punjena pijetlovim grebenom.

[41] Monte, preuzeto s: https://www.monte.hr/ (4.4.2024.)
[42] Slowliving, preuzeto s: https://www.slowliving.hr/veliki-gastro-vodic-s-top-vrhunskim-restoranima-na-jadranskoj-obali-za-slow-food-dozivljaj/ (4.4.2024.)

Restoran nudi vrhunske specijalitete jela od divljači od kojih su posebno izdvojeni kunić s crnom palentom i prepelice u špeku.

7. San Rocco, Brtonigla

Restoran San Rocco dio je svjetski poznatih gastronomskih vodiča i udruga, te je dugogodišnji odabir svih ljubitelja gastronomije. Restoran nudi jela od ribe, mesa, divljači, tartufa i drugih gljiva koje sljubljuju s najboljim domaćim i stranim vinima.

8. Ribarska Koliba, Pula

Ribarska koliba nudi domaću kuhinju sa specijalitetima svježih plodova mora. Sva jela morskih plodova, mesnih specijaliteta i slatkih delicija inspirirana su tradicionalnom mediteranskom kuhinjom.

9. Konoba Buščina, Umag

Ponuda restorana sastoji se od sezonskih namirnica iz tog se razloga meni tijekom godine neprestano mijenja i nadopunjuje. Konoba je proglašena u top 5 konoba Istre već pet godina za redom, uvrštena je u gastro vodiče uz još brojne nagrade.[43]

10. Spinnaker, Poreč

Goran Hrastovčak glavni kuhar restorana Spinnaker upotrebljava u svojoj kuhinji samo lokalne namirnice. Za svaku se namirnicu zna kako je proizvedena, uzgojena ili ulovljena te se izvorni okus poštuje i čuva u svakom jelu. Svaki tanjur je umjetničko djelo u kojem se spajaju naizgled nespojivi okusi.

11. Meneghetti, Bale

Restoran koji je tradicionalnu istarsku kuhinju modernizirao sa svježim, autentičnim sastojcima te ih kreativno predstavio.

12. Marina, Novigrad

[43] Konoba Bušćina, preuzeto s: O nama | Konoba Buščina (konoba-buscina.hr) (9.4.2024.)

Riblji restoran koji nema unaprijed predviđen jelovnik, ponuda ovisi o sezoni, vremenskim uvjetima, odnosu mora i ribara i raspoloženju kuharice Marine Gaši.

13. Cap Aureo, Rovinj

Jeffrey Vella chef koji nudi interpretaciju jela baziranih na povrću. Neka od istaknutih jela su carpaccio od lubenice, crvena Istra, cacio e pepe od lignje, smokve Svetog Jože i lokalna priča o janjetini te tartar od ljetne mrkve s kavijarom i sirutkom s dimljenom marelicom.

14. Damir i Ornella, Novigrad

Riblji restoran koji poslužuje samo sirovu ribu. Cilj vlasnika je napraviti remek- djelo od sirove ribe soli papra i maslinovog ulja.

15. Batelina, Banjole

Posebnost ribljeg restorana Bateline je što pripremaju manje poznate, gotovo zaboravljene vrste riba sa glavnim chefom Davidom Skokom.

16. Wine Vault Restaurant- Levante Edition, Rovinj

Restoran u kojem su lokalni proizvodi vješto miješani sa istočnjačkim začinima.

17. Badi, Lovrečića

Otvoren 1986.godine od obitelji Badurina[44] koji su pripremili riblje specijalitete, delicije od školjki i škampa. Specijaliteti kuće su sirova riba, brancin u kruhu i buzara Badi.

18. Alla Beccaccia, Valbandon

Konoba prepoznatljiva po domaćoj tjestenini i vrhunskim mesnim delicijama. Jela koja su istaknuta da su vrijedna kušanja su ravioli s divljači, ravioli s gljivama, te tjestenina s pršutom, fiorentina, juneći rep, divljač i slično.

19. Zigante, Livade

[44] Restaurant Badi, preuzeto s: https://www.restaurant-badi.com/ (22.4.2024.)

Restoran Zigante otvorio je svoja vrata 2001. godine.[45] Obiluje brojim specijalitetima, posebnu važnost pridodaje Istarskom tartufu, te ga sljubljuje gotovo sa svim jelima, od hladnog predjela do deserta.

[45] Restaurant Zigante, preuzeto s: https://restaurantzigante.com/ (25.4.2024.)

3. OBILJEŽJA VINSKOG TURIZMA U ISTRI

Počeci uzgoja vinove loze na Hrvatskim prostorima seže u daleku prošlost kada su stari Grci naselili jadranske otoke, te naseljavajući se prenijeli su i kulturu uzgoja vinove loze i masline koje su u to vrijeme bile ključne gospodarske djelatnosti. O tome svjedoče brojna nalazišta i artefakti koji su pronađeni na Visu i Hvaru. Pronađene su kovanice na kojima je uklesano grožđe, te brojne vinske posude.

Nakon dolaska Rimljana u primorsku hrvatsku pronalaze brojne vinograde, te nastavljaju s tradicijom uzgajanja vinove loze. Proširujući svoje carstvo, nastavljaju i sa širenjem uzgoja vinove loze i izgradnjom vinograda po cijeloj jadranskoj obali. U 2. I 3. Stoljeću osvajaju Panonski dio Hrvatske gdje se nastavljaju s gradnjom vinograda po naredbi cara Proba.

Crkva je bila nositelj razvoja kulture vinove loze u srednjem vijeku te je upravo ona sačuvala tu tradiciju usprkos raznim teškoćama. Dio vinogradarstva biva razrušen u doba turskih osvajanja, ali usprkos vjerskim restrikcijama turska je vlast uvažavala običaje kršćana, pa je održavanje vinskih sajmova u Osijeku bilo dopušteno.

Uzlet povijesnog razvoja enologije dogodio se u drugoj polovici 19. Stoljeća kada su zasađene najveće površine ikada zabilježene u Hrvatskoj. Zbog velike nestašice vina u svijetu zbog filoksere koja je opustošila francuske, španjolske i talijanske vinograde, dalmatinski vinogradari iskoristili su danu priliku te masovno sadili vinovu lozu, te su to bile godine velikog izvoza vina u Francusku i Italiju.

Početkom 20.stoljeća filoksera zahvaća i Hrvatske krajeve, te gospodarstvo doživljava krah. Kako je proizvodnja i sadnja vinove loze bila osnovna djelatnost od koje se živjelo dolazi do masovnog iseljavanja.

Ponovni vinogradarski i vinarski preporod započinje osamostaljenjem Hrvatske kada započinje razvoj tržišnog gospodarstva na inicijativu malih proizvođača.[46] Time dolazi do revitalizacije i rasta vinske industrije.

[46] Vinacroatia.hr, *Tradicija – vinska povijest*, preuzeto s: Tradicija - Vinska povijest - vinacroatia.hr (18.5.2024.)

3.1. Vinski turizam

Enološki turizam svrstava se u posebne oblike turizma i smatra se posebnim turističkim proizvodom, konzumiranje i upoznavanje s proizvodnjom vina stvara turistu jedinstveni doživljaj. Razvoj enološkog turizma unaprjeđuje prepoznatljivost određene turističke destinacije što tvori jaču konkurentsku prednost. Obzirom da su suvremeni turisti u potrazi za novim trendovima i autentičnošću enološki turizam se smatra izuzetno impresivnim proizvodom.

Enologija je znanost o njegovanju vinove loze, proizvodnji te čuvanju vina, koja suočivši se sa sve ekstremnijim i oštrijim utjecajem klimatskih čimbenika na kemijski sastav grožđa proučava i zahtijeva nove metode u tehnologiji proizvodnje vina.[47]

Vinski, odnosno enološki turizam može se definirat kao posjet vinskim festivalima, vinogradima, vinarijama i događajima gdje su kušanje i doživljaj vina primarni motivi dolaska.[48]

Vinski turist smatran je visokoobrazovanom osobom koji ekonomski neovisan, to su osobe kojima nije cilj ispijanje vina, nego teži za upoznavanjem destinacije, njenih tradicija, kulture i povijesti preko vinskog, odnosno enološkog turizma.[49]

Obzirom da je vinski turizam jedan od novih oblika turizma smatra se da je u Hrvatskoj poprilično dobro započeta strategija njegova razvoja. Hrvatska bilježi stalan porast turista, a posebno onih motiviranih gastronomijom i enologijom Hrvatske.

3.2. Važnost vinarstva u razvoju turizma Istre

Ruralni turizam u prostorima Istre nije oduvijek bio atraktivan kao sada. Razvoj ruralnog turizma počinje se razvijati tek 10 – 15 godina unatrag prateći trendove suvremenog turista i njegove potražnje. Današnji pogled i odnos prema ruralnom turizmu, od strane suvremenog turista, razlikuje se u potpunosti od onoga u prošlosti. Turisti su bili više usmjereni na boravak uz more u hotelima, te su bili privrženiji masovnom turizmu, dok je u suvremenom turizmu,

[47] Galičić, V., *Leksikon ugostiteljstva u turizma*, Fakultet za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu, Opatija 2014.
[48] Geić, S., *Menadžment selektivnih oblika turizma*, Sveučilište u Splitu, 2011.
[49] Ibid.

turist usmjeren na ekologiju, mir, samoću te odmor od užurbanog načina života. Obzirom na turističku potražnju i razvoj novih trendova modernog turista, razvoj ruralnog turizma u Istri započinje svoj procvat.

U ruralnim prostorima Istre od izuzetne je važnosti gastronomska i enološka ponuda, te su jedni od preduvjeta za daljnji napredak održivog razvoja. Za eno-gastronomski turizam važna je raznovrsna ponuda, kako bi brendiranje destinacije bilo što konkurentnije na tržištu. Posebnosti ruralnog turizma Istre i njezine eno-gastronomske ponude, dodatnim ulaganjem u marketing i njezinu prezentaciju unaprijedili bi ekonomski i gospodarski položaj same Istre, te njezinu prepoznatljivost u svijetu.[50]

Enološki turizam usko je vezan uz gastronomski, te je po zakonskim odredbama Europskih zemalja i Republike Hrvatske uvršten u hranu. Za razvoj enološkog oblika turizma potrebni su specifični uvjeti poput vinogorja. Istra je poznata po svojoj raznolikoj i bogatoj ponudi vina, te to čini osnovu za unaprjeđenje turističke ponude eno-gastronomskog i ruralnog turizma.[51]

Vinarstvo ima ključnu ulogu u razvoju turizma Istre. Određena skupina turista bira Istru kao svoju destinaciju baš iz razloga zbog svoje bogate vinske ponude i hedonizma. Vinarije osim što se bave proizvodnjom vina, pružaju autentično iskustvo posjetiteljima, potiču gastronomsku ponudu i promoviraju lokalnu tradiciju i kulturu u vinskim turama te samom degustacijom u vinskim podrumima.

3.3. Najpoznatiji vinari Istre

Istarska vina nude poseban okus na temelju svojih prirodnih posebnosti, a to su specifična klima, vrsta tla, te reljef. Crvenica i bijela zemlja daju poseban okus Istarskom vinu, te se pri sadnji vinove loze, vinari vode običajima da se crne sorte vina sade na crvenu zemlju radi posebnosti okusa koje nudi kako bi vina bila što teža i intenzivnija, dok na bijeloj zemlji uspijevaju svježe, aromatične bijele sorte.[52]

[50] Istrapedia, preuzeto s: https://www.istrapedia.hr/en/natuknice/939/ruralni-turizam (6.6.2024.)
[51] Ružić, P., *Ruralni turizam*, Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, Pula 2009.
[52] Gourmet, *Vino kakvo bi trebalo biti: Teran, malvazija i muškat*, preuzeto s: Vino kakvo bi trebalo biti: Teran, malvazija i muškat | Gourmet i restorani u Istri (istra.hr) (6.6.2024.)

Obzirom da je Istra prepoznatljiva svijetu kao jedna od najcjenjenijih u proizvodnji vina, izdvajaju se vinari poput Damjanića, Benvenutia, Fakina i Kozlovića.

Vinska prića obitelji Damjanić seže još u 18.stoljeće kada je obitelj Jurković pokrenula gradnju vinograda na području Fuškulina. Vinarija je prerasla u jednu od najuglednijih u regiji, te 1928 osvaja svjetsku nagradu u Parizu sa zlatnom medaljom na natjecanju „Exposition du bien-entre“. Poslije rata vinarija doživljava krah, te je njezina tradicija zaustavljena. Početkom novog stoljeća, potomci, odnosno obitelj Damjanić ponovno podižu zaboravljenu tradiciju. Trenutni asortiman kojim raspolaže vinarija Damjanić obuhvaća Malvaziju Istarsku, Malvaziju Istarsku „Akacija“, Malvaziju Istarsku „Classic“, Chardonay, Rose „Penelope“, Muškat žuti, Malvaziju Istarsku „Sincerus“, Borgonju, Duro Istriano, Cčemente blanc i Clemente. Vodeća sorta je Malvazija Istarska, jer je cilj održati tradicionalni i kvalitetni pristup u vinogradu i u proizvodnji.

Benvenuti

Vinarija obitelji Benvenuti nalazi se u Kaldiru, malom mjestu u podnožju Motovuna, u sklopu obiteljskog doma. Prvi vinograd zasađen je 1946. godina, dok su prve etikete pod prezimenom Benvenuti proizvedene 2003. godine. Vinogradi su smješteni na najvišim pozicijama u Istri, izloženi učestalim vjetrovima i strujanju zraka, a najviši vinograd San Salvatore nalazi se na 400 metara nadmorske visine. Tlo vinograda na kojima su loze posađene je na bijeloj zemlji, koje sadrži 15-20% kalcijevog karbonata i 1,5-2% humusa i čija pH vrijednost iznosi oko 7,5-8, te na osunčanim padinama s izraženim nagibom tla. Vina obitelji Benvenuti su podijeljena u linije;

1. Linija tradicije koja sadrži Malvaziju istarsku 2023., Rose 2023., Caldierosso 2021. i Corona Grande 2021.

2. Linija Anno Domini sa Malvazijom Anno Domini 2020., Teran Anno Domini 2018., Teran Anno Domini 2007., Teran Anno Domini 2008., Teran Anno Domini 2009., Teran Anno Domini 2011., Teran Anno Domini 2012., Teran Anno Domini 2013., Teran Anno Domini 2015., Teran Anno Domini 2016., Teran Anno Domini 2017.

3. Linija Single vineyard s dozrjevanim vinima odabranih pozicija, koja su pokazala iznimna svojstva, a to su Muškat San Salvatore 2019., Santa Elisabetta 2019. i San Salvatore Malvazija 2015.

4. Linija Livio Benvenuti sa dozrjevanim i kompleksnim vinima u koje pripadaju Malvazija Livio Benvenuti 2022. I Teran Livio Benvenuti 2020.[53]

Fakin

Vinove loze obitelji Fakin rastu na kamenitoj, bijeloj zemlji koja vinu daje svježinu i mineralnost. Branje grožđa je ručno i koriste se tradicionalne metode u kombinaciji s modernom tehnologijom. Vinogradska kultura Fakinovog vinograda rezultat je specifičnog motovunskog tla, te povoljne klime. Vinogradi se nalaze na različitim nadmorskim visinama, te je upravo to zaslužno za uzgoj različitih sorti grožđa i proizvodnju raznolikog portfelja vina. Vina Fakin dugi niz godina osvajaju raznorazne nagrade, od nagrada u istri do svjetskih, te je tako već 6 godina za redom osvojila zlatnu medalju na najvećem i najznačajnijem svjetskom natjecanju u Decanteru.

Vina obitelji fakin se dijele na:

1. Fakin limited edition u koje spadaju Fakin Teran Michael i Fakin B&M

2. Fakin Single Vineyard sa malvazijama La Prima, Amfora i teranom Il Primo

3. Fakin Premium u kojoj se nalazi Fakin Malvazija, Fakin Teran, Fakin Muškat žuti, Fakin Rose, Fakin Chamal, Fakin Chardonnay, te Pinog Grigio.[54]

Kozlović

Antonio i Maria su prva generacija obitelji Kozlović koja započinju obiteljsku tradiciju već 1904.godine kupnjom 1ha vinograda u dolini Vale. Potom druga generacija Pietro i Marcela preuzimaju obiteljski posao, te proširuju vinograd na 2ha, dok 1960.godine vinograd se proširuje na 4,5ha pod vodstvom treće generacije koju predvode Armando i Edvige. Na tržište

[53] Benvenutti vina, preuzeto s: Linija Livio Benvenuti | Benvenuti (benvenutivina.com) (7.6.2024.)
[54] Fakin winery, preuzeto s: https://fakin-wines.com/en/ (7.6.2024.)

izlazi prva butelja vina 1987.godine, te četvrta generacija koja preuzima obiteljski posao, Gianfranco i Antonella, 1997.godine plasiraju svoju malvaziju na nacionalno natjecanje, te je proglašena najboljim bijelim vinom u Hrvatskoj. Otvaraju prvi profesionalni podrum u Istri 1999.god, te proširuju vinograd na 30ha u Santa Lucii podno Buja i uzgajaju malvaziju, dok u dolini Vale uzgaja se muškat momjanski, teran i malvazija. Obitelj Kozlović već se profesionalno bavi vinarstvom, te 2001.god vino Santa Lucia dobiva titulu najboljeg bijelog vina na svijetu.

Linije vina obitelji Kozlović:

1. Single vineyard sa vinima Santa Lucia Noir 2016., Santa Lucia Malvazija Po mojen 2015., Santa Lucia Akacia 2016. i Santa Lucia Malvazija 2017.

2. Authentic sa vinima Sorbus 2012., Svinjon 2020., JRE Malvazija 2019., Mediteran 2018.

3. Premium sa vinima Teran 2022., Muškat momjanski suhi 2022., Muškat momjanski poluslatki 2023., Selekcija Malvazija 2021., Malvazija 2023.

4. Fresh sa vinima Violetta 2023. i Valle 2023.[55]

Istra je podneblje koje obiluje vrhunskim i prepoznatljivim vinarima cijeloj Hrvatskoj i Europi. Istarska vina dobivaju sve više priznanja i nagrada na međunarodnim natjecanjima. Istarska regija ima izuzetan potencijal i prepoznatljivost na svjetskoj vinskoj sceni.

3.4. Vinske manifestacije

U tekstu gore pod naslovom gasto manifestacije već je navedeno da su manifestacije ključan indikator za razvoj turizma destinacije, posebice ako je razvoj usporen. Obzirom na to Istra, kao regija, znatno pridaje važnost manifestacijama, te nudi raznorazne festivale kako bi iskoristila situaciju i promovirala svoje autohtone proizvode, kulturu i običaje. Organiziranjem festivala osim što se povećava potrošnja u mjestu u kojem se održava, vrlo je bitan i marketing, te sama promocija mjesta. Vinske manifestacije obično se održavaju u ruralnim područjma, što je dodatan plus kako bi se potaknuo razvoj ruralnog turizma, te turiste upoznalo s načinom

[55] Vinarija Kozlović preuzeto s: https://www.kozlovic.hr/nasa-ponuda/kategorija/fresh/ (8.6.2024.)

življenja i rada u prošlosti. Osim što su vinske manifestacije jedan od elemenata za razvoj ruralnih područja, također propomažu mještanima kako bi svoje proizvode izložili, prodali, te promovirali. Obzirom na to u nastavku je navedeno je par ključnih vinskih festivala, za koje se smatra da su od izuzetne važnosti za destinaciju.

1. **Vinistra** - vinska manifestacija koja djeluje od 1994.godine, od strane Upravnog odjela za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo i vodo privredu Istarske županije i Instituta za poljoprivredu i turizam iz Poreča, s ciljem unaprijeđenja i razvoja vinogradarstva i vinarstva u Istri. Udruga se sastoji od 120 članova koji se bave proizvodnjom grožđa, vina i proizvoda od grožđa.[56] Projekt je pokrenut kako bi se stvorio imić istarskih vina kao kvalitetnih proizvoda, širenje tržišta putem izložbe i sajmova, njegovanje tradicionalih običaja. Vinistra je najveća i najstarija regionalna izložba vina i vinske opreme i održava se u Poreću. Na izložbi sudjeluje više od 100 izlagača, te manifestacija traje 3 dana, tijekom kojih se mogu kušati vina svih vinara koji sudjeluju. Vinistra vremenom postaje tradicionalna izložba koja utjeće na razvoj i promidžbu istarskih vina, širenje vinske kulture u Istri, te naglašava vrijednost autohtonih istarskih proizvoda.

2. **Istria wine and walk** - Vinska manifestacija koja uključuje i rekreaciju, održava se u mjesecu svibnju, te započinje u Bujama. Tradicija je takva da se na startu preuzima torba s degustacijskom čašom, bonom i vodom, te kreće eno-rekreacija kroz vinograde i maslinike. Šetnja od 11 kilometara istarskim krajolikom, gdje na savkih 1,5 km svoja vina promoviraju neki vrhunskih istarskih vinara poput Kozlovića, Clai, Franković, Degrassi, Bassanese, Benčić.

3. **Dani otvorenih vrata** - Istra započinje s tradicijom dana otvorenih vrata 1999.godine po uzoru na talijane, koji su 1990-ih već započeli trend u vidu promocije vina te je već u prvom događaju sudjelovalo 37 vinara koje je posjetilo 800 gostiju.[57] Svake godine posljednje nedjelje u svibnju otvaraju se vrata vinskih podruma za sve ljubitelje vina. To je prilika za degustaciju, ali i kupnju vrhunskih butelja.

[56] Udruga Vinistra, preuzeto s: https://vinistra.hr/hr/vinistra-2024 (10.7.2024.)
[57] Vinu u čast, događanja i običaji, preuzeto s: https://www.istra.hr/hr/gourmet/vino/eventi/wine-day (12.7.2024.)

4. **Dani grožđa** - tradicija duga 114.godina[58] u svojim počecima je označavao početak berbe grožđa, tih se dana u Bujama promovira lokalna poljoprivreda i tradicija, te se zahvaljuje za rodnost zemlje. Godina Okupljajući se u povorci stanovnici i posjetitelji prisjećaju se radova u polju, berbe i prerade grožđa. Poseban naglasak se stavlja na proizvodnju lokalnog vina mištele, te kao u davnini ljudi dolaze u povorci na Trgu Slobode gdje se grožđe istovara u veliku bačvu u kojoj ga mlade djevojke gaze nogama.

Vinske manifestacije su od izrazite važnosti za razvoj Istre kao turističke destinacije, jer promoviraju istarska vina, kulturu, tradiciju regije.

[58] Općina Buje, preuzeto s: https://buje.hr/118-dani-grozda-buje-program/ (15.7.2024.)

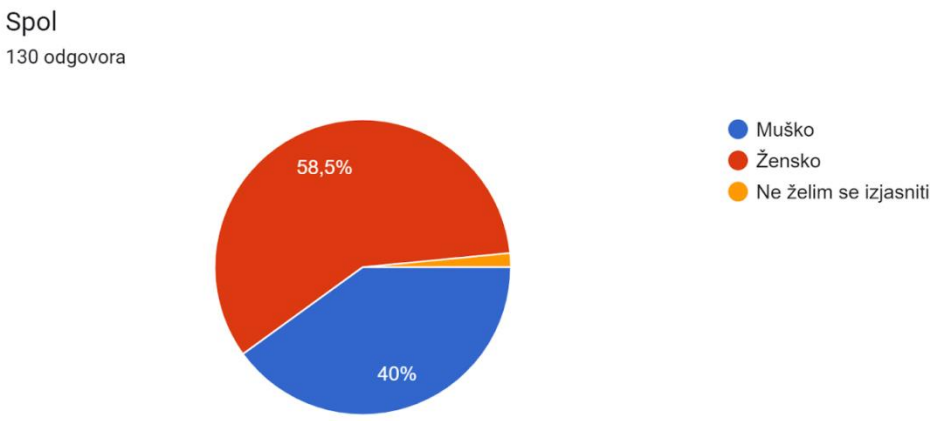
4. APLIKATIVNO ISTRAŽIVANJE – ISTARSKA ENOGASTRONOMIJA U FUNKCIJI REGIONALNOG RAZVOJA

4.1. Metodologija istraživanja

Izrađen je on-line anketni upitnik o istarskoj enogastronomiji u funkciji regionalnog razvoja putem Google Forms obrasca. Riječ je o on-line prikupljanju podataka i informacija o mišljenima i stavovima. Na početku upitnika postavljeno je 4 demografska pitanja, zatim 2 kombinirana pitanja, otvoreno pitanje, 3 pitanja sa višestrukim odgovorom, te potom Likertova ljestvica. Anketni upitnik sadrži sveukupno 22 pitanja. Vremenski period provođenja istraživanja je od 3.9.2024. do 6.9.2024. Korišten je prigodni uzorak ispitanika, koji su bili kontaktirani putem društvenih mreža i WhatsApp-a. Prikupljen je uzorak od 130 ispitanika.

4.2. Rezultati istraživanja

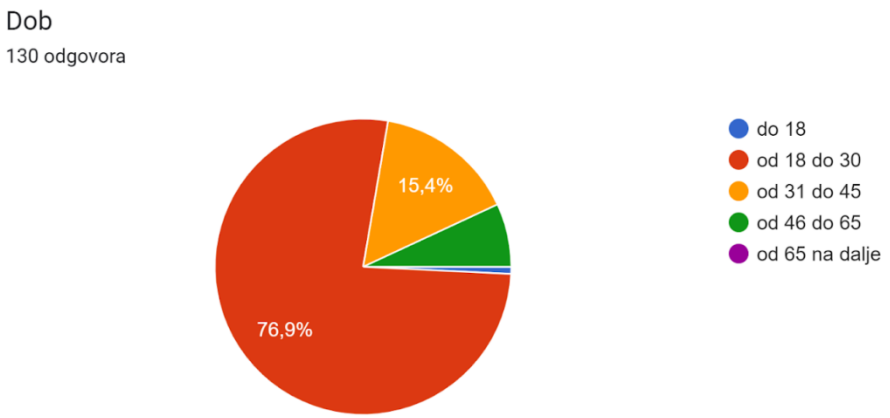
U rezultatima istraživanja provedene ankete na samom vrhu postavljena su četiri demografska pitanja gdje se prikazuje spol ispitanika, dob,razina obrazovanja i radni status. U demografskim pitanjima sazaje se više o kakvim ispitanicima je riječ. Demografska pitanja u anketnom istraživanju nude veću mogućnost različitih odgovora, obzirom na karakteristike ispitanika, te je vrlo važno pripaziti da demografska pitanja ne ugrožavaju anonimnost ispitanika. Prema danim odgovorima ispitanika, može se zaključiti da je u anketi od 130 ispitanika sudjelovalo najviše osoba ženskog roda, u dobi od 18 do 30 godina, te zaposleno sa srednjom stručnom spremom.



Grafikon 1 Spol ispitanika

Izvor: izrada autora

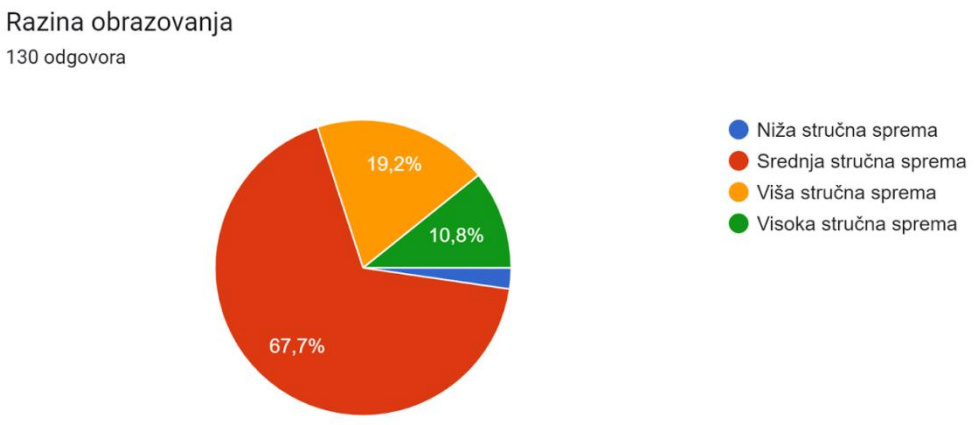
Prema povratnim informacijama, na prvo pitanje dalo je odgovor 130 ispitanika, od kojih je 58,6% (76) žensko, 40% (52) muško, te 1,5% (2) se ne želi izjasniti. Graf 1. prikazuje omjer muškaraca, žena, te onih koji se ne žele izjasniti.



Grafikon 2 Dob ispitanika

Izvor: izrada autora

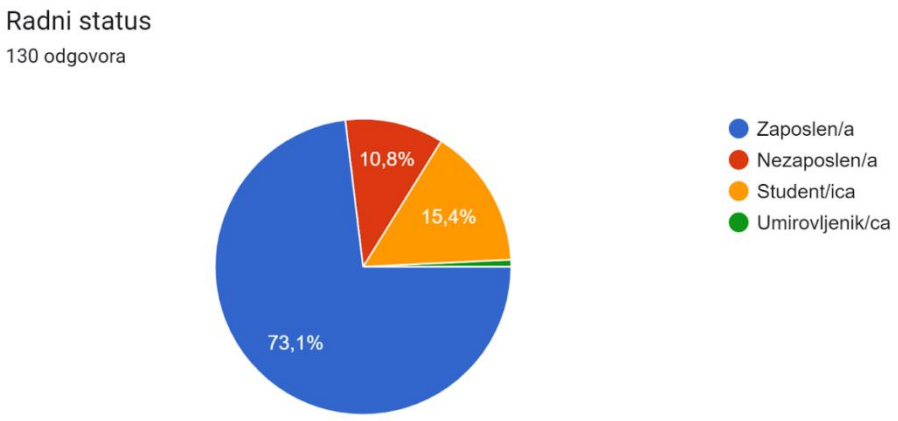
Usljedilo je pitanje vezano uz dobnu skupinu ispitanika koji su sudjelovali u anketi. U drugom demografskom pitanju, sudionici su imali ponuđeno pet solucija da pribilježe u kojem rasponu godina pripadaju. U anketi su bili ponuđeni odgovori: do 18 godina, od 18 do 30, od 31 do 45, od 46 do 65, te od 65 godina na dalje. , te je u grafu 2. prikazano kako je od 130 ispitanika najčešća dob od 18-te do 30-te godine sa 76,9% (100), zatim od 31 do 45 sa 15,4% (20), od 46 do 65 6,9% (9), te 0,8% (1).



Grafikon 3 Razina obrazovanja ispitanika

Izvor: izrada autora

U grafikonu pod rednim brojem 3 ispitanici su bili traženi da pribilježe kojoj razini stručne spreme pripadaju. Bila su ponuđena četiri odgovora, a to su niža stručna sprema, srednja stručna sprema,viša stručna sprema te visoka stručna sprema. U 3. grafu prikazano je da je najveći postotak ispitanika srednje stručne spreme, odnosno 67,7% (88) ispitanika, višu stručnu spremu ima 19,2% (25) ispitanika, visoku stručnu spremu 10,8% (14) te nižu stručnu spremu 2,3% (3) ispitanika.



Grafikon 4 Radni status ispitanika

Izvor: izrada autora

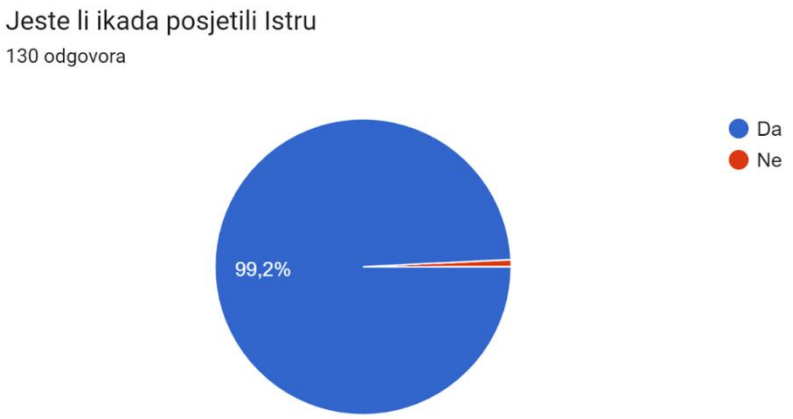
Potom je uslijedilo zadnje demografsko pitanje vezano uz status zaposlenosti ispitanika. Ispitanici imali mogućnosti pribilježiti jedan od četiri moguća odgovora, a to su: zaposlen/a, nezaposlen/a, student/ica te umirovljenik/ca. Od 130 odgovora na pitanje o radnom statusu 73,1% (95) je zaposlenih, 15,4% (20) studira, 10,8% (14) je nezaposleno, te 0,8% (1) umirovljenik/ca, što je vidiljivo u grafu 4.

U drugom djelu anketnog ispitivanja postavljena su kombinirana pitanja, pitanje otvorenog tipa i pitanja sa višestrukim odgovorima. U kombiniranim pitanjima od ispitanika se zahtijevalo da odgovore jesu li ikada posjetili Istru, te smatraju li da je Istra destinacija koju vrijedi preporučiti.

Sedmo pitanje je otvorenog tipa gdje su ispitanici dali svoje objektivno mišljenje na pitanje zašto je istra destinacija koju vrijedi preporučiti. Na sedmo pitanje odgovorilo je 102 ispitanika, te po njihovim odgovorima može se zaključiti da je enogastronomija jedan od ključnih faktora odabira destinacije uz more, prirodne ljepote i kulturne znamenitosti.

Potom su uslijedila 3 pitanja sa višestrukim odgovorima, gdje se od ispitanika očekivalo da ukažu koji je grad u Istri sa najkvalitetnijom enogastronomskom ponudom, kakva je općenito enogastronomska ponuda u Istri, te na koji način možemo doći do poboljšanja kvalitete i dodatnog razvoja enogastronomske ponude.

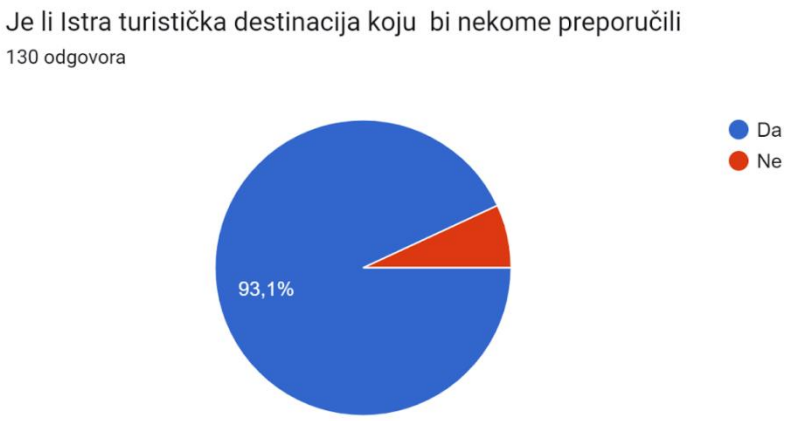
Istraživanje drugog djela provelo se u cilju kako bi s dobivenim informacijama ispitanika bilo prikazano je li Istra dovoljno konkurentna destinacija na turističkom tržištu, te koji elementi enogastronomije zahtijevaju poboljšanje.



Grafikon 5 Istra kao destinacija

Izvor: izrada autora

Prema danim odgovorima ispitanika u prvom pitanju odgovorilo je svih 130 ispitanika te je od toga 99,2% (129) odgovorilo da su posjetili Istru, te 0,8% (1) odgovorilo negativno. Rezultati su prikazani u grafu 5.



Grafikon 6 Zadovoljstvo Istrom kao destinacijom

Izvor: izrada autora

Grafikon 6. Sadrži pitanje o zadovoljstvu ispitanika. Na pitanje je li istra turističa destinacija koju bi nekome preporučili 93,1% (121) odgovora je bilo potvrdno, te 6,9% (9) odgovora negativno. Po ovom grafu možemo zaključiti da je većina glasova bila za preporuku Istre kao turističke destinacije, te da je Istra zaista destinacija koju vrijedi posjetiti.

Grafikon 7 Mjesto u Istri sa kvalitetnim enogastronomskim doživljajem

Izvor: izrada autora

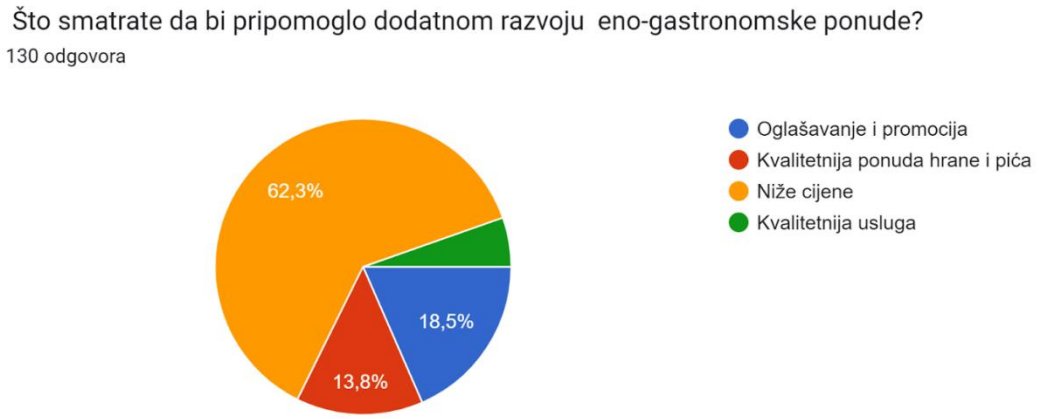
U grafikonu 7. Prkazano je koje mjesto u istri pruža kvalitetan enogastronomski doživljaj. Pitanje je sastavljeno na način da su izdvojeni najposjećeniji gradovi Istre, te su ispitanici imali više mogućnosti odabira. U grafu vidimo da se većina ispitanika u ovom slučaju odlučila na grad Poreč, kao grad izuzetne enogastronomske ponude sa 43,8% (57) glasova, te ga prati

Rovinj sa 26,9% (35) glasova, te Pula sa 13,1% (17) glasova, te gradovi Umag sa 3,1% (4), Novigrad sa 6,9% (9), Medulin sa 2,3% (3), Pazin sa 3,8% (5) glasova.

Grafikon 8 Istarska enogastronomska scena

Izvor: izrada autora

Nadalje, kako ispitanici vide istarsku enogastronomiju koja je sada ponuđena. Vrlo dobrom je smatra najveći broj ispitanika sa 46,9% (61) glasova, potom odličnom je smatra 28,5% (37) ispitanika, 15,4% (20) ispitanika misli da je dobra, 8,5% (11) Istarsku enogastronomiju smatra prosječnom, te 0,8% (1) misli da je loša. Podaci su prikazani u grafu 8.



Grafikon 9 Dodatni razvoju enogastronomije

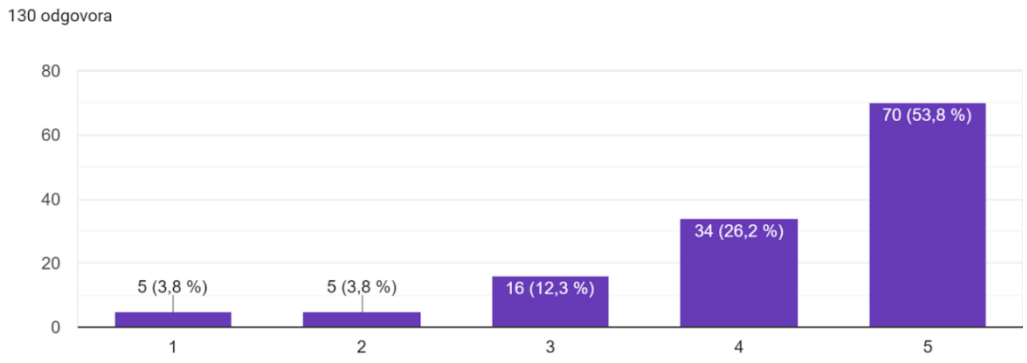
Izvor: izrada autora

Grafikon 9. je sastavljen na način da je ispitanicima postavljeno pitanje na koji način bi se ostvario dodatni razvoj enogastronomske ponude u Istri, te su ispitanici imali 4 mogućnosti odgovora. Graf prikazuje kako je najveći postotak ispitanika glasao za niže cijene 62,3% (81) kao glavni element koji bi pomogao unaprijeđenju enogastronomske ponude, zatim ga slijedi

oglašavanje i promocija sa 18,5% (24), kvalitetnija ponuda hrane i pića sa 13,8% (18) glasova, te kvalitetnija usluga sa 5,4% (7).

U nastavku slijede pitanja Likertova ljestvica sa pitanjima koja su ispitanici morali označiti od 1 „u potpunosti se ne slažem“ do 5 „u potpunosti se slažem“. Likertova ljestvica je upotrebljena u anketnom istraživanju jer omogućuje ispitanicima da na određenu izjavu odrede svoj stupanj slaganja s njom. Ispitanicima je predloženo 12 izjava gdje su brojevima od 1 do 5 označavali slažu li se ili ne. Treći dio anketnog ispitivanja, odnosno Liketrova ljestvica, upotrebljena je u cilju kako bi se dobile detaljne informacije o tome koliko je ključna enogastronomija u destinaciji, ima li utjecaj na ekonomski razvoj, doprinosi li brendiranju destinacije, je li enogastronomija jedan od elemenata koji služi za povečanje broja turističkih dolazaka, kakav značaj ima za ruralna područja i za kvalitetu života stanovnika destinacije, te u kojim elementima enogastronomska ponuda Istarske županije zahtijeva poboljšanje.

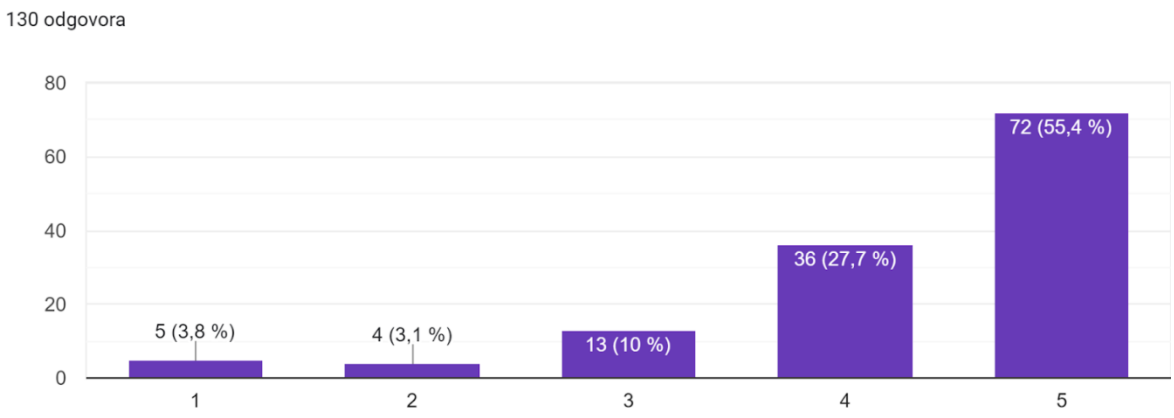
U nastavku Likertova ljestvica sa podacima prikazanim u grafu:



Grafikon 10 Istarska enogastronomija i regionalni razvoj

Izvor: izrada autora

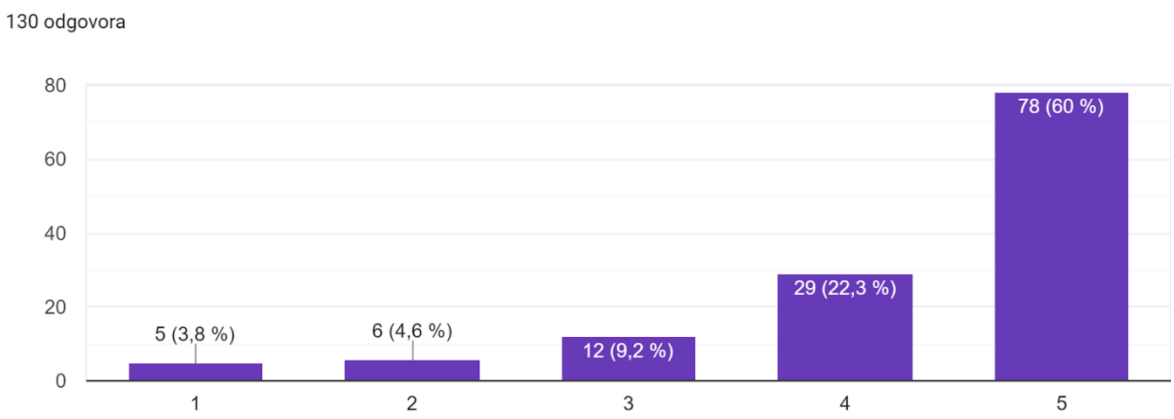
Na prvo pitanje Likertove ljestive ispitanici su donjeli zaključak da istarska enogastronomija igra ključnu ulogu u regionalnom razvoju istre sa 53,8% (70) glasova za „u potpunosti se slažem i 26,2% (34) glasova sa „slažem se“ , 12,3% (16) glasova je označilo „niti se slažem, niti se ne slažem“ dok je 3,8% (5) odgovorilo „u potpunosti se ne slažem“ i 3,8% (5) „ne slažem se“ .



Grafikon 11 Utjecaj kvalitetnih proizvoda na brendiranje

Izvor: izrada autora

Većina ispitanika se složila s tim da proizvodi istarske enogastronomije doprinose stvaranju snažnog regionalnog brenda sa 55,4% (72) glasa za „u potpunosti se slažem“ i 27,7% (36) za „slažem se“, 10% (13) glasova je označilo „niti se slažem, niti se ne slažem“ , dok je 3,1 (4) odabralo da se „ ne slaže“ uz tvrdnju, te 3,8% (5) glasova se „u potpunost ne slaže¨“.

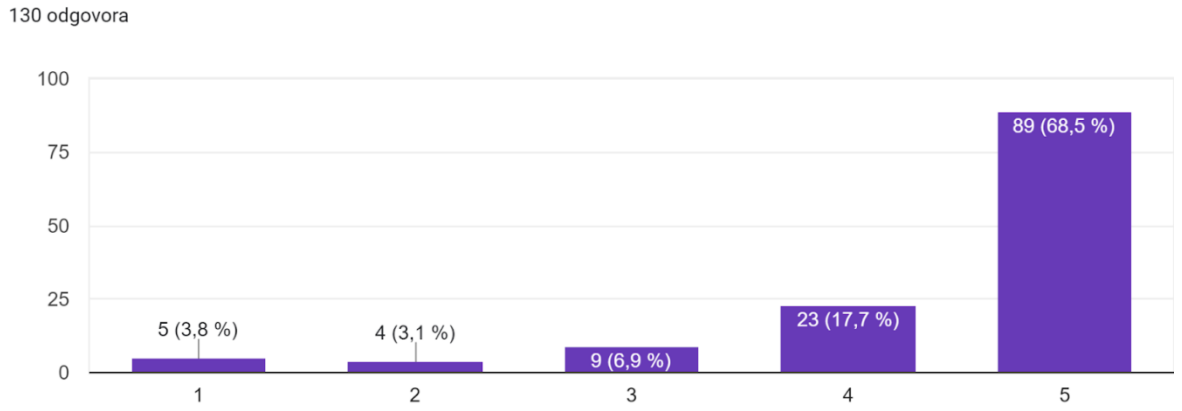


Grafikon 12 Enogastronoski utjecaj na ekonomski rast regije

Izvor: izrada autora

U pitanju o enogastronomskom utjecaju na ekonomski rast regije najveći broj glasova ispitanika pripada broju 5, odnosno tvrdnji „u potpunosti se slažem“ sa 60% (78) glasova, nadalje 22,3% (29) ispitanika označilo je “ slažem se“, 9,2% (12) označilo je „niti se slažem, niti se ne slažem“,

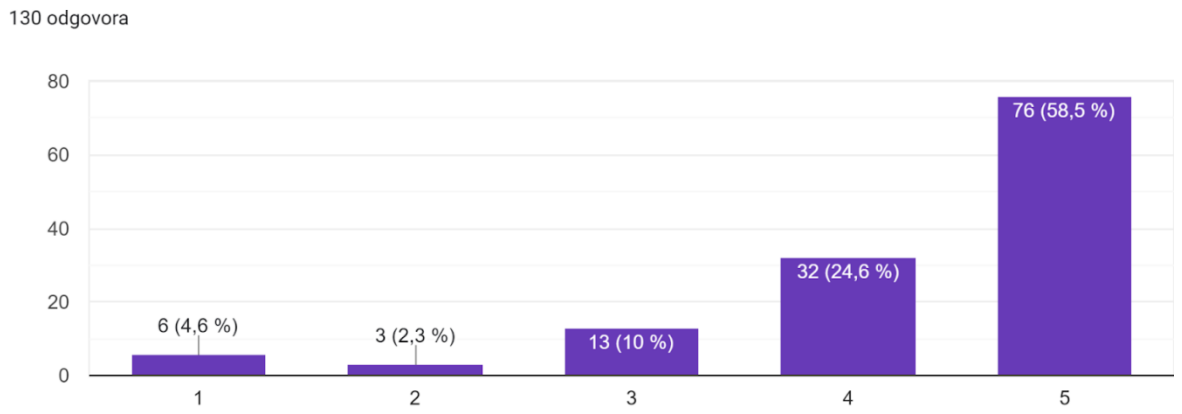
potom je 4,6% (6) označilo „ne slažem se“ s tvrdnjom, te je 3,8% (5) ispitanika označilo „u potpunosti se ne slažem“. Zaključno je da enogastronomija ima veliki utjecaj na ekonomski rast.



Grafikon 13 Održivi turizam i turisti

Izvor: izrada autora

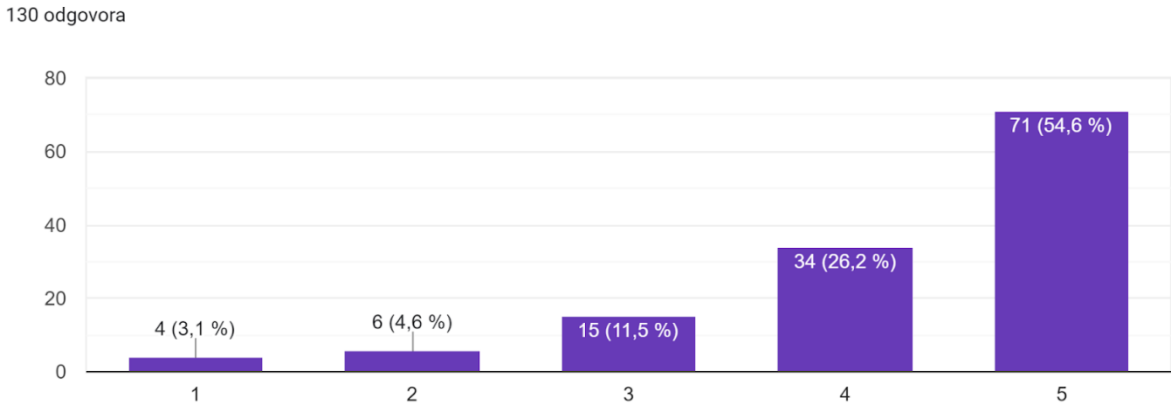
Na 4. Pitanje gdje se od ispitanika zahtijevalo da označe smatraju li da održivi turizam ima utjecaj na veći broj turističkih dolazaka, najveći broj glasova pripao je stupcu 5 gdje je označeno „u potpunosti se slažem“ sa 68,5% (89) glasova, potom ga prati stupac 4 „slažem se“ sa 17,7% (23) glasa, 6,9% (9) je označilo „niti se slažem, niti se ne slažem“ te je nekolicina označila tvrdnju „ne slažem se“ sa 3,1% (4) i 3,8% (5) sa „ u potpunosti se ne slažem“.



Grafikon 14 Enogastronomski utjecaj na razvoj ruralnih područja

Izvor: izrada autora

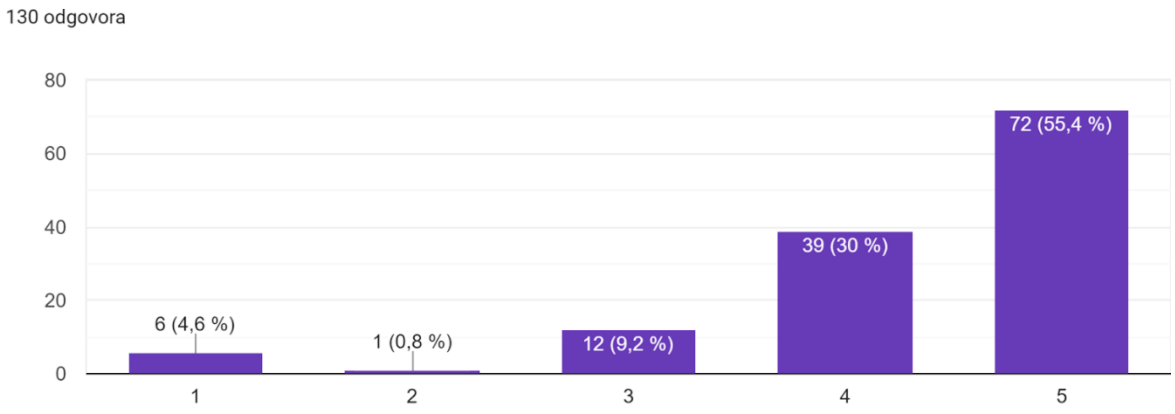
U grafikonu 14 postavljeno je pitanje smatraju li da enogastronomija ima utjecaj na razvoj ruralnih područja, svoj odgovor je priložilo svih 130 ispitanika. Najveći broj ispitanika, 58,5% (76) označuje tvrdnju „u potpunosti se slažem“ pod rednim brojem 5, 24,6% ispitanika označuje „slažem se“, potom 10% (13) nema mišljenje o pitanju, 2,3% (3) odabralo je tvrdnju „ne slažem se“ dok je 4,6% odabralo „u potpunosti se ne slažem“.



Grafikon 15 Enogastronomski utjecaj na zadržavanje stanovništva ruralnih područja

Izvor: izrada autora

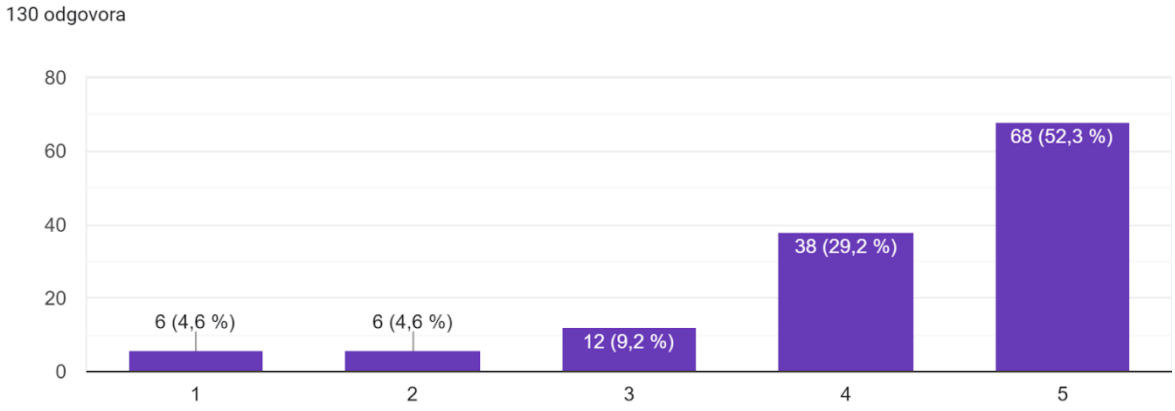
Graf prikazuje kako 54,6% (71) i 26,2% (34) ispitanika se slaže s tvrdnjom da bi se jačanjem enogastronomske scene smanjio broj odlazaka ljudi iz ruralnih poručja, te bi se poboljšala njihova ekonomska situacija, dok 11,5% nema mišljenje, te se 4,6% i 3,1% ne slaže s tvrdnjom.



Grafikon 16 Enogastronomski utjecaj na otvaranje radnih mjesta i povečanje prihoda

Izvor: izrada autora

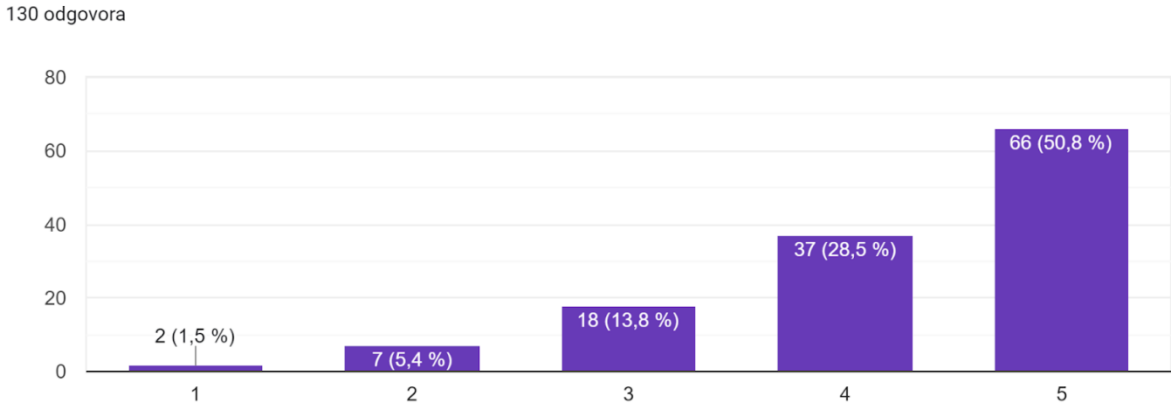
Smatraju li da enogastronomija ima pozitivan utjecaj na otvaranje novih radnih mjesta i povećanje prihoda u regiji, najveći broj ispitanika označilo je 5. stupac sa 55,4% i 4. stupac sa 30% glasova. Potom je 9,2% glasova označilo 3. stupac „niti se slažem niti se ne slažem“, dok je 0,8% označilo „ne slažem se“ i 4,6% sa „u potpunosti se ne slažem“. Podaci prikazani u grafu 16.



Grafikon 17 Enogastronomski utjecaj na educiranost stanovništva

Izvor: izrada autora

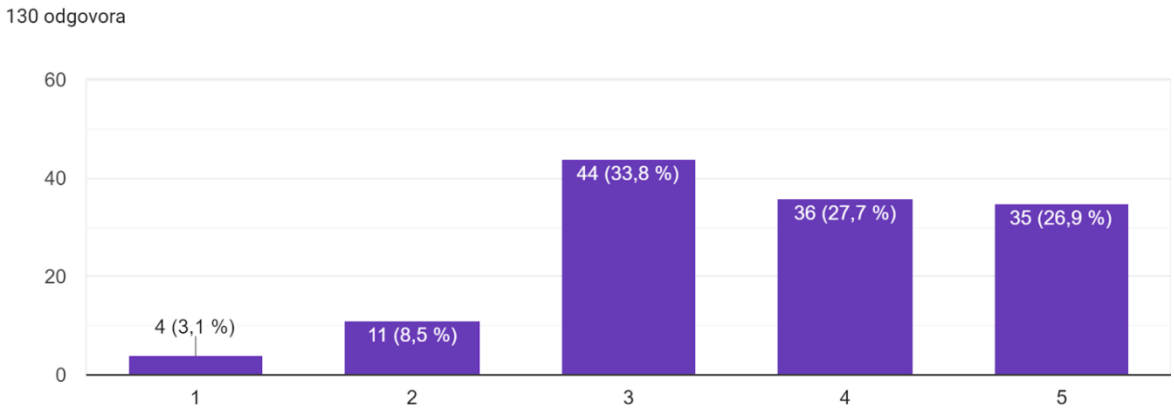
Ispitanici u 17. grafu smatraju kako bi promocija potaknula dodatno obrzovanje, čime bi se unaprijedili proizvodi istarske enogastronomije. Prikazano je u grafu gdje je je najveći broj glasova pripao 5. stupcu sa 52,3% glasova i 29,2% glasova 4. stupcu, 9,2% označuje tvrdnju „niti se slažem, niti se ne slažem“ dok se 4,6% ne slaže s tvrnjom i 4,6% uopće ne slaže s tvrdnjom.



Grafikon 18 Enogastonomski utjecaj na ekonomiju, kulturni identitet i kvalitetu života

Izvor: izrada autora

U grafu je prikazano, kako se tvrdnjom da enogastronomija doprinosi ekonomiji, očuvanju kulturnog identiteta i poboljšanju kvalitete življenja, najveći broj ispitanika slaže, sa ukupnim brojem glasova u 5. stupcu od 50,8% te 28,5% u 4. stupcu. U 3. stupcu vidimo da se 13,8% ispitanika niti slaže, niti ne slaže. U 2. sa 5,4% i 1. stupcu sa 1,5% glasova ispitanici su označili da se ne slažu s tvrdnjom.

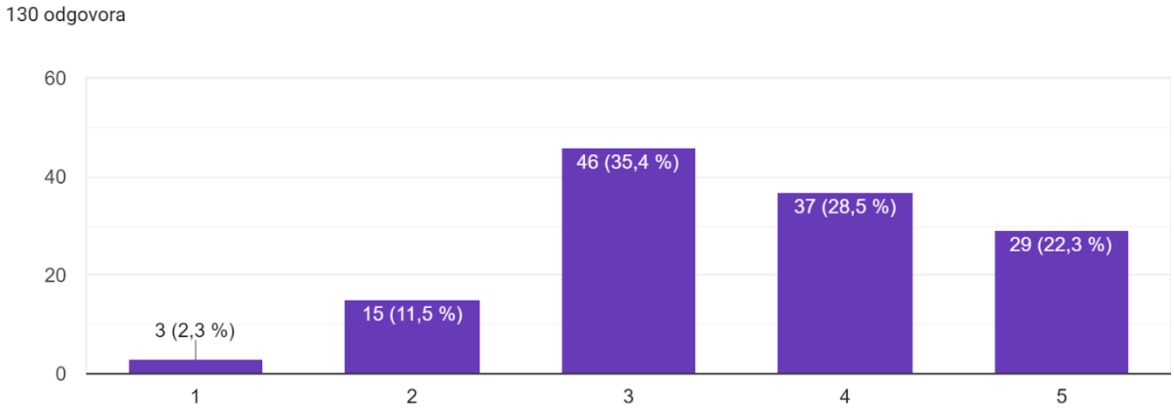


Grafikon 19 Promocija enogastronomije

Izvor: izrada autora

Tvrdnja da je enogastronomska ponuda pretstavljena na odgovarajući način, najveći postotak odgovora pripao je 3.stupcu sa 33,8% glasova gdje su ispitanici naglasili da niti se slažu s tvrdnjom, niti se ne slažu. Potom najveći broj glasova pripada stupcu 4 sa 27,7% i stupcu 5 sa 26,9% gdje su ispitanici označili da se slažu s tvrdnjom. Zatim slijedi 8,5% glasova za stupac 2 po tvrdnjom „ne slažem se“ i 3,1% glasova stupcu 1 pod tvrdnjom „u potpunosti se ne slažem“. Podaci prikazani u grafu iznad.

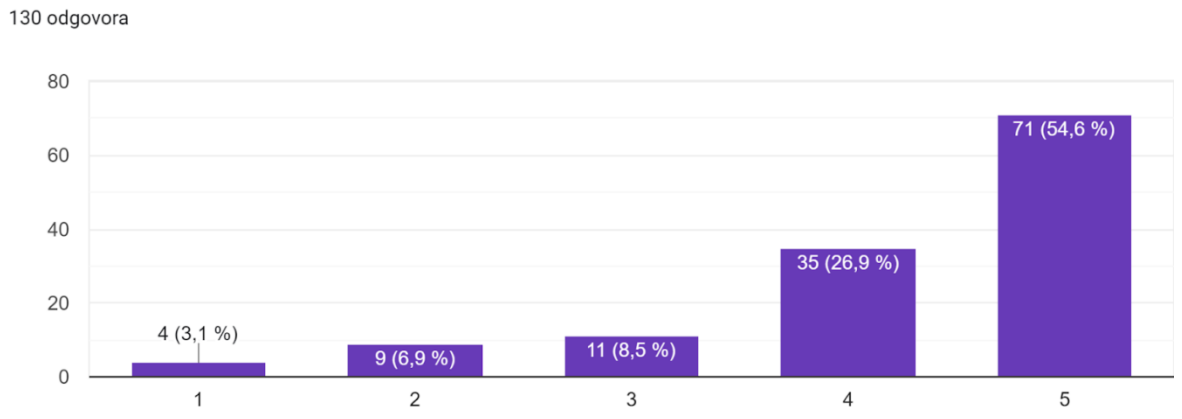
.



Grafikon 20 Ponuda restorana i kvaliteta proizvoda

Izvor: izrada autora

Prikazamo je kako je najveći broj ispitanika 35,45 označio tvrdnju „niti se slaže“, niti se ne slažem“, potom 28,5% i 22,3% ispitnika se slažu s gore navedenom tvrdnjom o kvaliteti proizvoda obzirom na cijene, dok se 11,5% i 2,3% ne slaže s gore navedenom tvrdnjom. Podaci prikazani u grafu iznad.



Grafikon 21 Utjecaj nižih cijena enogastronomske ponude

Izvor: izrada autora

U grafu pod rednim brojem 21 sa tvrdnjom o utjecaju nižih cijena u enogastronomskoj ponudi , ispitanici su najveći broj glasova sa 54,6% i 26,9% označili stupce gdje se slažu s gore navedenom tvrdnjom, potom stupac 3 koji označuje „niti se slažem niti se ne slažem“ sa 8,5% glasova, te 6,9% i 3,15 se ne slaže s tvrdnjom.

4.3. Zaključak istraživanja

U anketi je sudjelovalo 130 ispitanika kojima je priloženo 22 pitanja. Pri samom vrhu ankete nalaze se 4 demografska pitanja gdje se može zaključiti da je u provedenoj anketi sudjelovalo svih 130 ispitanika, no većinom osobe ženskoga roda. Većina ispitanika je dobi od 18 do 30 godina. Razina obrazovanja koja prevladava među ispitanicima je srednja stručna sprema. U pitanju vezano uz radni status ispitanika vidljivo da je većina ispitanika zaposlena.

Nakon demografskih pitanja uslijedila su kombinirana pitanja. Iz prvog pitanja„ jeste li ikada posjetili Istru“ sa 99,2% glasova za „da“ te drugog„ je li Istra turistička destinacija koju bi nekome preporučili“ sa 93,1% glasova za „da“ može se zaključiti da je Istra jedna od najposjećenijih regija u Republici Hrvatskoj, te da je destinacija koju vrijedi posjetiti i preporučiti nekome.

Potom je uslijedilo pitanje gdje su ispitanici morali sami dati odgovor zašto bi preporučili Istru kao destinaciju, te se većina odgovora odnosila na isto, a to je gastronomija, vino, more, plaže, znamenitosti. Pema tome se može zaključiti da Istra ima izuzetno kvalitetnu enogastronomsku ponudu, zavidan krajolik i puno kulturno-umjetničkog sadržaja.

Na pitanja s višestukim odgovorima poput „kakva je eno-gastronomska scena“ ispitanici su općenito zadovoljni, te je smatraju vrlo dobrom i odličnom. Prema se može zaključiti da je enogastronomska scena dobra, no uvijek ima mjesta za napredak i popravak.

Na pitanje „što smatrate da bi pripomoglo dodatnom razvoju eno-gastronomske ponude“ ispitanici su najviše označili dio „niže cijene“, prema tome možemo zaključiti da su cijene u Istri možda pre visoke te da bi se u skorijoj budućnosti trebale sniziti, kako bi enogastronomska ponuda dostigla svoj vrhunac.

U nastavku su slijedila pitanja Likertove skale, te se prema grafovima može zaključiti da je istarska enogastronomija nosi izuzetno važu ulogu u regionalnom razvoju Istre, te da njeni autohtoni proizvodi stvaraju snažan brend. Trebalo bi se dodatno ulagati u razvoj enogastronomije, a bi se time potaknuo ekonomski rast, otvaranje poduzeća i novih radnih mjesta, omogućilo bi se zadržavanje stanovništva u ruralnim područjima, te bi porastao stupanj obrazovanja. Prema tome eno-gastronomska ponuda Istarske županije trebala bi se više promovirati široj javnosti, smanjiti cijene te poboljšati kvalitetu proizvoda.

Obzirom na sve odgovore u anketi smatram da je Istarska eno-gastronomija u prosjeku zadovoljavajuća, no ima nekoliko segmenata u koje bi se trebalo dodatno uložiti, primjerice obrazovanje, lokalna poduzeća i sama proizvodnja lokalnih proizvoda. Cijene bi se trebale korigirati odnosno smanjiti. Obzirom na anketno ispitivanje može se zaljučiti da je to jedan od najvećih problema u daljnjem razvoju istarske eno-gastronomije, a prati ga i kvaliteta proizvoda u usporedbi sa cijenama, što vidimo prema odgovorima ispitanika na pitanje „smatrate li da je ponuda koju nude restorani na području Istre dovoljno kvalitetna obzirom na cijene“. Kada bi cijenovni rang ponude bio niži i posjetitelji bi imali realnija očekivanja s obzirom na cijenu. Istarska eno-gastronomija slovi za jedan od ključnih faktora u održavanju Istre kao prepoznatljive turističke destinacije, te smatram da bi Istarska županija trebala staviti veću pozornost na njezin napedak.

ZAKLJUČAK

Enogastronomija u turističkoj ponudi postala je ključni element u mnogim destinacijama širom svijeta uključujući Hrvatsku pa tako i Istru. Ona ne samo da doprinosi bogatstvu turističkog doživljaja već može biti i glavni motiv za posjetu određenoj destinaciji. Uvođenjem enogastronomije u turističku ponudu destinacije ne samo da privlače turiste već i promoviraju lokalnu kulturu, tradiciju i prozvode. Uvođenje gastronomije također omogućava destinacijama da se diferenciraju na globalnom tržištu, privuku specifičnan tip turista i promoviraju svoje posebnosti. Kroz kvalitetnu i autentičnu ponudu enogastronomija doprinosi ukupnom doživljaju posjetitelja, produžava boravak, povećava potrošnju i doprinosi održivom razvoju lokalnih zajednica.

Lokalna gastronomija Istre jedna je od najprepoznatljivijih i najcjenjenijih kulinarskih tradicija u Hrvatskoj poznata po bogastvu okusa, kvalitetnim sastojcima i dugoj povijesti koja spaja

mediteranske i kontinentalne utjecaje. Kroz hranu i vino posjetitelji mogu doživjeti potpuno autohtono iskustvo Istre.

Vinski turizam u Istri jedno je od najvažnijih obilježja enogastronomskog turizma na ovom poluotoku. Zahvaljujući specifičnoj klimi, bogatom tlu i dugoj tradiciji vinogradarstva Istra je razvila raznoliku i kvalitetnu vinsku ponudu koja privlači ljubitelje vina iz cijelog svijeta. Obilježja vinskog turizma u Istri su autohtone vinske sorte, vinske ceste, široka ponuda vinarija, vinske manifestacije, edukativne ture, povezanost s kulturom i poviješću. Vinski turizam u Istri je sektor koji kontinuirano raste i doprinosi razvoju cjelokupnog turizma u regiji.

Na kraju završnog rada sastavljen je anketni upitnik kako bi prikazali konkretna stajališta turista o stvarnom stanju enogastronomske ponude u Istri. Iz rezultata anketnog upitnika može se zaključiti kako su ispitanici većinom zadovoljni ponudom, no smatraju kako bi povećanjem kvalitete ponude i korigiranjem cijena postala još konkurentnija na turističkom tržištu.

Ciljevi rada su ispunjeni, odnosno:

- Istražen je povijesni razvoj gastronomije u svijetu, Hrvatskoj i Istri
- Istaknuta je važnost kvalitete enogastronomije u turističkoj ponudi
- Istaknuta su tradicionalna jela, kvalitetne vinarije i restorani
- Istaknute su enogastronomske manifestacije u Istri
- Temeljem ankete istraženo je kako enogastronomija istre utječe na kvalitetu njezine turističke ponude
- Ukazano je na važnost razvoja enogastronomije u cilju stvaranja kvalitetne turističke ponude

Na kraju rada možemo prihvatiti polaznu hipotezu: „Bogata enogastronomska ponuda u Istri ima ključnu ulogu u privlačenju posjetitelja, gradi imidž destinacije te potiče razvoj manjih lokalnih obrtnika i poduzetnika čime se stvara preduvjet za daljnji regionalni razvoj.

POPIS LITERATURE

Agli Amici, preuzeto s: https://www.agliamici.it/en/agli-amici-rovinj/ (pristupljeno 3.4.2024.)

Benvenutti vina, preuzeto s: https://benvenutivina.com/vina/linija-livio-benvenuti (pristupljeno 7.6.2024.)

Bunja, Đani. Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu. Zagreb: Školska knjiga, 2023.

De Nicola, Simone, Antonio Garofilin, Marco Larentis, Bruno Pilzer, i Giuseppe Vaccarini. Priručnik za sommeliere. Pula: Hrvatski sommelier klub, 2015.

Drpić, K.atarina,i Marko Vukman. „Gastronomija kao važan dio turističke ponude u Hrvatskoj" Visoka škola za menadžment i dizajn – Aspira: Vol. 5, No. 1 (2014.): 62-67

Fakin winery, preuzeto s: https://fakin-wines.com/en/ (pristupljeno 7.6.2024.)

Galičić, Vlado. Leksikon ugostiteljstva u turizma. Opatija: Fakultet za menadžment u ugostiteljstvu i turizmu, 2014.

Geić, Stanko. Menadžment selektivnih oblika turizma. Split: Sveučilišni studijski centar za stručne studije, 2011.

Glas Istre, Gastronomija i turizam, preuzeto s: https://www.glasistre.hr/istra/istra-je-jedina-regija-koja-je-uspjela-razviti-autohtonu-gastronomsku-ponudu-602078 (pristupljeno 17.5.2024.)

Gourmet, Vino kakvo bi trebalo biti: Teran, malvazija i muškat, preuzeto s: https://www.istra.hr/hr/gourmet/vino-kakvo-bi-trebalo-biti-teran-malvazija-i-muskat (pristupljeno 6.6.2024.)

Hall, Michael Colin. Wine, Food, and Tourism Marketing (Vino, hrana i turistički marketing). Bingham

Hrvatska.eu. zemlja i ljudi, Turizam, preuzeto s: https://www.croatia.eu/index.php/hr/ (pristupljeno 3.5.2024.)

Hrvatska puna života, Istra, preuzeto s: https://croatia.hr/hr-hr/hrana-i-pice/istra (pristupljeno 17.5.2024.)

Indeks.hr, preuzeto s: https://www.index.hr/food/clanak/kako-je-francuska-kuhinja-postala-to-sto-je-danas/2586122.aspx (pristupljeno 10.5.2024.)

Istra Gourmet, 2023./2024., A Guide to the Best of Istria, Croatia full of life, preuzeto s: https://www.istra.hr/hr/top-news/istra-gourmet-2023-2024 (pristupljeno 2.6.2024.)

Istra Gourmet, Utjecaj Venecije, preuzeto : http://www.istria-gourmet.com/hr/istra/istarska-gastronomija (pristupljeno 20.5.2024.)

Istrapedia, preuzeto s: https://www.istrapedia.hr/en/natuknice/939/ruralni-turizam (pristupljeno 6.6.2024.)

Jandrešić, Vlatko. Janusovo lice turizma. Zaprešić: Plejada, Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“, 2010.

Konoba Bušćina, preuzeto s https://konoba-buscina.hr/hr/ (pristupljeno 9.4.2024.)

Krstulović, Katarina, i Živana Sunara. „Utjecaj gastronomije na razvoj suvremenog turizma u Hrvatskoj“ Visoka škola za menadžment i dizajn – Aspira: Vol. 8, No. 1 (2017.) : 33-38

Monte, preuzeto s https://www.monte.hr/ (pristupljeno 4.4.2024.)

Nistoreanu, Bogdan Gabriel, Liliana Nicodim, i Dan Mihnea Diaconescu. „Gastronomic tourism – stages and evolution“ Sciendo: Vol. 12. No.1 (2018.): 711-717

Općina Buje, preuzeto s: https://buje.hr/118-dani-grozda-buje-program/ (preuzeto 15.7.2024.)

Općina Tinjan, ISAP, preuzeto : https://tinjan.hr/ (pristupljeno 30.3.2024.)

Plan razvoja istarske županije za razdoblje 2022. – 2027., Istarska županija - Regione Istriana, preuzeto s: https://www.istra-istria.hr/hr/izdvojene-stranice/plan-razvoja-istarske-zupanije-za-razdoblje-2022-do-2027-godine/ (pristupljeno 2.6.2024.)

Povijest prehrane, preuzeto s: https://zemljani.com/forum/viewtopic.php?p=33107&sid=bf20e145cf78e988c6826cc7e15dce89 (pristupljeno 8.5.2024.)

Priručnik za razvoj gastronomskog turizma, Ministarstvo turizma i sporta RH, 2022., preuzeto: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2023_dokumenti/230614_prirucnik_gastro_t.pdf (pristupljeno 22.3.2024.)

Rabotić, Branislav. Selektivni oblici turizma. Beograd: Visoka turistička škola strukovnih studija, 2013.

Restaurant Badi, preuzeto s https://www.restaurant-badi.com/vinska-karta (pristupljeno 22.4.2024.)

Restaurant Zigante, preuzeto https://restaurantzigante.com/ (pristupljeno 25.4.2024.)

Ružić, Pavlo. Ruralni turizam. Pula: Institut za poljoprivredu i turizam Poreč, 2009.

Slowliving, preuzeto s https://www.slowliving.hr/veliki-gastro-vodic-s-top-vrhunskim-restoranima-na-jadranskoj-obali-za-slow-food-dozivljaj/ (pristupljeno 4.4.2024.)

Theobald, William Fredrick. Global Tourism (Globalni turizam). Routledge, 2004.

Udruga Vinistra, preuzeto s: https://vinistra.hr/hr/manifestacija-vinistra (pristupljeno 10.7.2024.)

Uloga Katerine Medici, preuzeto s: https://bonapeti.rs/n-117686-Uloga_Katerine_Medi%C4%8Di_u_stvaranju_francuske_kuhinje (pristupljeno 8.5.2024.)

Vinacroatia.hr, Tradicija – vinska povijest, preuzeto s https://vinacroatia.hr/hrvatska-vina/tradicija/ (pristupljeno 28.5.2024.)

Vinarija Kozlović preuzeto s: https://www.kozlovic.hr/nasa-ponuda/kategorija/fresh/ (pristupljeno 8.6.2024.)

Vinu u čast, događanja i običaji, preuzeto s https://www.istra.hr/hr/gourmet/vino/eventi/wine-day (preuzeto 12.7.2024.)

Visit Istria.hr, preuzeto s https://bestofistria.hr/festival-samoniklog-bilja-krsan/

Vrtiprah, Vesna, i Sanja Sentić. „ Događaji u funkciji boljeg plasmana turističke destinacije, primjer Dubrovnika“ Ekonomska misao i praksa, Vol. 27, No.1 (2018.): 267-284

Vuković, Ivan. „Suvremeni trendovi u razvoju turizma u Europskoj uniji i implikacije na Hrvatsku“. Tourism and Hospitality Management: Vol. 12, No. 1 (2006.): 35-55

Zigante, Giancarlo., Naš istarski tartuf, Buje: Kerschoffset d.o.o, 2018.

POPIS ILUSTRACIJA

Grafikon 1 Spol ispitanika 31
Grafikon 2 Dob ispitanika 31
Grafikon 3 Razina obrazovanja ispitanika 32
Grafikon 4 Radni status ispitanika 32
Grafikon 5 Istra kao destinacija 33
Grafikon 6 Zadovoljstvo Istrom kao destinacijom 34
Grafikon 7 Mjesto u Istri sa kvalitetnim enogastronomskim doživljajem 34
Grafikon 8 Istarska enogastronomska scena 35
Grafikon 9 Dodatni razvoju enogastronomije 35
Grafikon 10 Istarska enogastronomija i regionalni razvoj 36
Grafikon 11 Utjecaj kvalitetnih proizvoda na brendiranje 37
Grafikon 12 Enogastronoski utjecaj na ekonomski rast regije 37
Grafikon 13 Održivi turizam i turisti 38
Grafikon 14 Enogastronomski utjecaj na razvoj ruralnih područja 38
Grafikon 15 Enogastronomski utjecaj na zadržavanje stanovništva ruralnih područja 39
Grafikon 16 Enogastronomski utjecaj na otvaranje radnih mjesta i povečanje prihoda 40
Grafikon 17 Enogastronomski utjecaj na educiranost stanovništva 40
Grafikon 18 Enogastonomski utjecaj na ekonomiju, kulturni identitet i kvalitetu života 41
Grafikon 19 Promocija enogastronomije 42
Grafikon 20 Ponuda restorana i kvaliteta proizvoda 42
Grafikon 21 Utjecaj nižih cijena enogastronomske ponude 43